



Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών,  
Φιλοσοφική Σχολή,  
Τμήμα Φιλοσοφίας Παιδαγωγικής Ψυχολογίας

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Θεωρία Πράξη  
& Αξιολόγηση Εκπαιδευτικού Έργου

*Διπλωματική Εργασία:*

***Ο επιχειρηματολογικός διάλογος στη δια ζώσης  
επικοινωνία και στη διαμεσολαβούμενη από  
υπολογιστή σύγχρονη και ασύγχρονη επικοινωνία.***

*Επιβλέπουσα: Σμυρναίου Ζαχαρούλα*

**Χιώλου Μαρία**

**ΑΜ: 213067**

*Κατεύθυνση: Ψηφιακές Τεχνολογίες στην Εκπαίδευση*

**Ιούνιος, Αθήνα 2017**



Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών,  
Φιλοσοφική Σχολή,  
Τμήμα Φιλοσοφίας Παιδαγωγικής Ψυχολογίας

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Θεωρία Πράξη  
& Αξιολόγηση Εκπαιδευτικού Έργου

*Διπλωματική Εργασία:*

***Ο επιχειρηματολογικός διάλογος στη δια ζώσης  
επικοινωνία και στη διαμεσολαβούμενη από  
υπολογιστή σύγχρονη και ασύγχρονη επικοινωνία.***

*Τριμελής επιτροπή: Σμυρναίου Ζαχαρούλα  
Χρόνης Κυνηγός  
Νικολέτα Γιαννούτσου*

**Χιώλου Μαρία**

**ΑΜ: 213067**

*Κατεύθυνση: Ψηφιακές Τεχνολογίες στην Εκπαίδευση*

*Ιούνιος, Αθήνα 2017*

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	σελ.
Ευχαριστίες .....	1
Περίληψη.....	2
Εισαγωγή.....	4
<b>A. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ</b>	
<b>Κεφάλαιο 1ο</b>	
<i>A' Μέρος-Επιχείρημα</i>	
1. Ορισμός επιχειρήματος .....	6
2. Δομή & ανάλυση επιχειρημάτων.....	8
3. Τα επιχειρηματολογικά σχήματα.....	14
4. Αξιολόγηση επιχειρημάτων .....	15
4.1. Αξιολόγηση επιχειρημάτων με βάση την πολυπλοκότητα.....	15
4.2. Αξιολόγηση επιχειρημάτων με βάση το πλήθος των στοιχείων .....	17
4.3. Αξιολόγηση επιχειρημάτων με βάση το περιεχόμενο.....	17
<i>B' Μέρος- Επιχειρηματολογία</i>	
1. Ορισμός επιχειρηματολογίας.....	19
2. Προσεγγίσεις επιχειρηματολογίας .....	21
3. Οι “τέσσερις διαστάσεις” της επιχειρηματολογίας .....	27
4. Αξιολόγηση επιχειρηματολογίας .....	36
4.1. Αξιολόγηση επιχειρηματολογίας με βάση την πολυπλοκότητα.....	36
4.2. Αξιολόγηση της επιχειρηματολογίας με βάση την αιτιολόγηση.....	42
4.3. Αξιολόγηση επιχειρηματολογίας με βάση το επίπεδο αντίθεσης....	42
4.4. Κωδικοποίηση διαλογικών κινήσεων επιχειρηματολογίας.....	44
5. Επιχειρηματολογία & μάθηση.....	46
5.1. Επιχειρηματολογία και κοινωνική οικοδόμηση της γνώσης.....	53
5.2. Πώς μαθαίνουν οι μαθητές μέσα από την επιχειρηματολογία.....	57
5.3. Επιχειρηματολογία και μαθησιακά αποτελέσματα.....	60
6. Επιχειρηματολογία και εκπαίδευση.....	62
6.1. Επιχειρηματολογικός σχεδιασμός.....	65
6.2. Προϋποθέσεις για την παραγωγή επιχειρηματολογίας.....	67

## **Κεφάλαιο 2ο**

1. Επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή .....	70
2. Επιχειρηματολογία διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή.....	76
3. Επιχειρηματολογία και υπολογιστικά εργαλεία.....	79

## **B. ΈΡΕΥΝΑ**

### **Κεφάλαιο 3ο**

1. Σκοπός της έρευνας.....	80
2. Ερευνητικά ερωτήματα.....	80
3. Αναγκαιότητα της έρευνας.....	81
4. Μεθοδολογία της έρευνας .....	83
5. Πλαίσιο & συνθήκες της έρευνας.....	85
5.1. Ο χώρος και ο χρόνος της έρευνας.....	85
5.2. Τρόπος δειγματοληψίας & δείγμα.....	86
5.3. Η ερευνήτρια.....	87
5.4. Μέσα συλλογής των δεδομένων.....	88
6. Πλαίσιο ανάλυσης της έρευνας.....	91
6. 1. Κατηγορίες ανάλυσης.....	91
6. 2. Τρόπος ανάλυσης δεδομένων.....	96
7. Δραστηριότητες εισαγωγής στη διαδικασία.....	97
8. Γενική ανασκόπηση.....	97

### **Κεφάλαιο 4ο**

Αποτελέσματα Έρευνας.....	98
---------------------------	----

### **Κεφάλαιο 5ο**

Συμπεράσματα.....	118
1. Συμπερασματικές διαπιστώσεις.....	118
2. Περιορισμοί και αδυναμίες της έρευνας .....	128
3. Προοπτική της έρευνας.....	129

<b>Βιβλιογραφικές Αναφορές</b> .....	130
--------------------------------------	-----

<b>Παράρτημα</b> .....	136
------------------------	-----

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Η παρούσα εργασία αποτελεί διπλωματική εργασία στα πλαίσια της Κατεύθυνσης “Ψηφιακές Τεχνολογίες στην Εκπαίδευση” του Μεταπτυχιακού Προγράμματος “Θεωρία, Πράξη και Αξιολόγηση του Εκπαιδευτικού Έργου”.

Θα ήθελα να απευθύνω θερμές ευχαριστίες στην επιβλέπουσα καθηγήτριά μου κα. Ζαχαρούλα Σμυρναίου, η οποία στάθηκε πολύτιμη αρωγός και με καθοδήγησε και υποστήριξε ουσιαστικά σε όλη τη διάρκεια εκπόνησης αυτής της εργασίας. Ευχαριστίες θα ήθελα, επίσης, να εκφράσω στον Καθηγητή κ. Χρόνη Κυνηγό και στην κα. Νικολέτα Γιαννούτσου που με τίμησαν με τη συμμετοχή τους στην τριμελή επιτροπή μου.

Ιδιαίτερος θα ήθελα να ευχαριστήσω τα υποκείμενα της έρευνας που με προθυμία και ζήλο προσφέρθηκαν να με βοηθήσουν στη διεξαγωγή της έρευνας καθώς και τους συμφοιτητές μου για την ηθική συμπαράσταση που μου προσέφεραν σε όλη τη διάρκεια του μεταπτυχιακού προγράμματος.

Τέλος, ευχαριστώ εκ βάθρων την οικογένεια και τους φίλους μου για την αλόγυστη και συνεχή τους στήριξη και συμπαράσταση σε κάθε βήμα της ζωής μου.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία επιχειρεί να μελετήσει τον επιχειρηματολογικό διάλογο που μπορεί να αναπτυχθεί στις τρεις μορφές επικοινωνίας, τη δια ζώσης, τη σύγχρονη διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή και την ασύγχρονη διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή.

Ειδικότερα, η έρευνα αποτελεί μία μελέτη περίπτωσης σκοπός της οποίας ήταν να μελετηθεί η δομή και η πολυπλοκότητα των επιχειρημάτων και της επιχειρηματολογίας που αναπτύσσονται σε ένα επιχειρηματολογικό διάλογο αλλά και τα χαρακτηριστικά του ίδιου του διαλόγου που πραγματοποιείται ανάμεσα σε άτομα που βρίσκονται ενώπιος ενωπίω και ανάμεσα σε άτομα που επικοινωνούν με τεχνολογικά μέσα είτε σύγχρονα είτε ασύγχρονα.

Για το σκοπό αυτό ερευνήθηκαν και στις τρεις μορφές επικοινωνίας:

1. Η δομή των εκπεφρασμένων επιχειρημάτων
2. Η πολυπλοκότητα των εκπεφρασμένων επιχειρημάτων
3. Η λειτουργικότητα των εκπεφρασμένων επιχειρημάτων στο διάλογο
4. Η συνθετότητα της επιχειρηματολογίας
5. Τα είδη των διαλογικών κινήσεων που εμφανίστηκαν από τους συμμετέχοντες κατά τη διάρκεια του επιχειρηματολογικού διαλόγου.

Η πορεία της έρευνας έδειξε ότι υπάρχει σχετική διαφοροποίηση στη δομή και την πολυπλοκότητα των επιχειρημάτων και της επιχειρηματολογίας στις ανωτέρω τρεις μορφές επικοινωνίας, γεγονός που σχετίζεται με τα χαρακτηριστικά της εκάστοτε επικοινωνίας, καθώς καθε μία προσφέρεται και για διαφορετική μορφή εργασίας και σκοπό και μπορεί να βοηθήσει σημαντικά την εκπαιδευτική διαδικασία με ποικίλους τρόπους.



## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια, από τα τέλη του 1990 υπάρχει κοινή ομολογία ανάμεσα στους ερευνητές της εκπαίδευσης ότι η επιχειρηματολογία θα πρέπει να έχει σημαντικό ρόλο στη μάθηση (Larrain, Freire, & Howe, 2014). Η επιχειρηματολογία έχει μία αυξανόμενη σημασία στην εκπαίδευση, όχι μόνο επειδή είναι μία σημαντική δεξιότητα που πρέπει κάποιος να μάθει, αλλά επειδή μπορεί να προωθήσει τη μάθηση της φιλοσοφίας, της ιστορίας, των επιστημών και των μαθηματικών αλλά και πολλών άλλων πεδίων. Κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας, λοιπόν, η επιχειρηματολογία έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον ως μια γλωσσική, λογική, διαλογική και ψυχολογική διαδικασία που διατηρεί ή προωθεί τη λογική/ το συλλογισμό και τη μάθηση (Muller & Perret- Clermont, 2009).

Ταυτόχρονα, η αλματώδης εξέλιξη της τεχνολογίας έχει αλλάξει αρκετά την εκπαίδευση γενικά. Οι νέες μορφές επικοινωνίας που υποστηρίζονται από την τεχνολογία<sup>4</sup> έχουν εισβάλει στην καθημερινότητα όλων των ανθρώπων και κατά συνέπεια και στην εκπαίδευση. Νέες μορφές εκπαίδευσης που υποστηρίζονται μερικώς ή και εξ ολοκλήρου από την τεχνολογία είναι πλέον ευρέως διαδεδομένες σε όλες τις εκπαιδευτικές βαθμίδες και έχουν αλλάξει ριζικά τον τρόπο με τον οποίο ένα μάθημα είναι δυνατό να διεξαχθεί.

Η παρούσα ερευνητική εργασία αφορά στη μελέτη των επιχειρημάτων και της επιχειρηματολογίας έτσι όπως αυτά εκφράζονται στις τρεις μορφές επικοινωνίας – δια ζώσης επικοινωνία, σύγχρονη και ασύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενες<sup>4</sup> από τεχνολογία. Βάση της έρευνας αποτέλεσε ο δια ζώσης προφορικός διάλογος καθώς και ο γραπτός, σύγχρονος και ασύγχρονος, διάλογος έτσι όπως αυτός προέκυψε από το σχεδιασμένο για το σκοπό της έρευνας ιστότοπο. Στο πλαίσιο της έρευνας μελετήθηκε η επιχειρηματολογία των συμμετεχόντων στην έρευνα στις τρεις αυτές μορφές της επικοινωνίας. Συγκεκριμένα, στην παρούσα εργασία παρουσιάζονται τα αποτελέσματα έρευνας που διεξήχθη σε δεκαπέντε (15) άτομα χωρισμένα σε τρεις (3) ομάδες των πέντε (5) ατόμων κατά την προσπάθεια επιχειρηματολογίας τους πάνω σε ένα θέμα που τους δόθηκε. Ειδικότερα εξετάζονται δομικά και ποιοτικά τα επιχειρήματα που εξέφρασαν τα υποκείμενα της έρευνας



πάνω στο θέμα συζήτησης, αλλά και η επιχειρηματολογία τους εν συνόλω ως διαλογική διαδικασία υλοποιημένη μέσα σε διαφορετικά περιβάλλοντα επικοινωνίας

Η παρούσα εργασία αποτελείται από έξι (6) κεφάλαια. Το πρώτο αφορά στην παρουσίαση των επιχειρημάτων και της επιχειρηματολογίας σε σχέση με τον ορισμό τους, τα χαρακτηριστικά τους και τη σχέση τους με τη μάθηση και την εκπαιδευτική διαδικασία. Το δεύτερο κεφάλαιο αφορά στις διάφορες μορφές εκπαίδευσης και τα βασικά χαρακτηριστικά τους. Στο τρίτο κεφάλαιο περιγράφεται η μεθοδολογία της έρευνας που διεξήχθη, και παρουσιάζονται ο σκοπός, τα ερευνητικά ερωτήματα και το πλαίσιο της όλης έρευνας. Το τέταρτο κεφάλαιο είναι το πλαίσιο ανάλυσης της έρευνας, ενώ στο πέμπτο κεφάλαιο παρατίθενται τα αποτελέσματά της. Τέλος, το έκτο κεφάλαιο περιλαμβάνει τις συμπερασματικές διαπιστώσεις από τη διεξαχθείσα έρευνα καθώς και νύξεις και προτροπές για περαιτέρω μελέτη του συγκεκριμένου πεδίου.

## **A. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ**

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο**

Η επιχειρηματολογία είναι ένα σύνθετο θέμα που έχει μελετηθεί αρκετά από πολλούς τομείς όπως η φιλοσοφία, η λογική, η γλωσσολογία, η θεωρία της επιχειρηματολογίας κτλ. Τα τελευταία χρόνια θεωρείται πολύ σημαντικό στοιχείο και για την εκπαίδευση. Το 1958 θεωρείται η αρχή του ανανεωμένου ενδιαφέροντος για την επιχειρηματολογία, καθώς τότε δημοσιεύτηκαν δύο σημαντικά βιβλία, το *The Use's of Argument* του Stephen Toulmin και το *La nouvelle rhétorique* των Chaim Perelman και Lucie Olbrechts- Tyteca (Rigotti & Morasso, 2009). Η επιχειρηματολογία, η κριτική σκέψη και η λογική αιτιολόγηση είναι σημαντικά θέματα για την εκπαίδευση. Όπως ο Norris και ο Phillips (2003) υποστήριζαν, σύμφωνα με τους Simon, Erduran & Osborne (2006), η παιδεία στην ουσία της σημαίνει κάποιος να κατανοεί, να ερμηνεύει, να αναλύει και να αξιολογεί κείμενα και καταστάσεις. Επομένως, η μελέτη της επιχειρηματολογίας και η δόμησή της καθώς και η αξιολόγηση των δεδομένων και των στοιχείων και η αντίληψη αντίθετων υποθέσεων πρέπει να αποτελεί κέντρο της παιδαγωγικής πρακτικής.

## **A' ΜΕΡΟΣ – ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑ**

### **1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΣ**

Το επιχείρημα, σύμφωνα με τους Andriessen, Baker & Dan Suthers (2003), είναι μία έκφραση με νόημα, που χρησιμοποιείται για να υποστηρίξει κάποια άλλη. Το τί σημαίνει υποστήριξη εξαρτάται από την κατάσταση στην οποία παράγεται η έκφραση, οπότε μπορεί να σημαίνει προσπάθεια να αποδειχθεί κάτι αληθές ή υπεράσπιση μέσω επίθεσης ή ακόμα και το να καταστεί κάτι πιο αποδεκτό, πιστευτό και εύλογο. Τα επιχειρήματα, λοιπόν, γεννιούνται μέσω της “αιτιολόγησης”, καθώς αναφέρονται στην ουσία των ισχυρισμών, των δεδομένων, των δικαιολογιών συνεισφέροντας, έτσι, στο περιεχόμενό της. Σύμφωνα με τους Johnson (2000) και

Kuhn & Franklin (2006), όπως αναφέρουν οι Rapanta, Garcia-Mila, & Gilabert (2013), το επιχείρημα είναι το προϊόν, είναι η άρθρωση των δεδομένων, της αιτιολόγησης των ισχυρισμών και των αποτελεσμάτων.

Σύμφωνα με τον Govier (1987), όπως αναφέρουν οι Nussbaum & Sinatra (2003), τα επιχειρήματα διαφέρουν από τις επεξηγήσεις στο ότι το επιθυμητό αποτέλεσμα της δημιουργίας μίας επεξήγησης είναι να περιγραφούν τα αποδεκτά στοιχεία, ενώ τα συμπεράσματα των επιχειρημάτων είναι ασαφή και ζήτημα αντιλογίας. Ο διαχωρισμός αυτός που έκανε ο Govier (1987), σύμφωνα με τους Nussbaum & Sinatra (2003), ανάμεσα σε επιχείρημα και επεξήγηση σχετίζεται με το αν το συμπέρασμα ή το αποτέλεσμα θεωρείται ως κάτι δεδομένο, αναφέροντας ότι στο επιχείρημα, το συμπέρασμα είναι ασαφές και τίθεται υπό συζήτηση, ενώ στην επεξήγηση το συμπέρασμα θεωρείται ως κάτι δεδομένο που χρήζει επεξήγησης.

Από την σημασία του όρου *επιχείρημα*, προκύπτει ότι το να υποστηρίζει κανείς τη γνώμη του, δηλαδή το να επιχειρηματολογεί κανείς είναι μία μορφή διαλεκτικής κίνησης με την οποία δεν περιορίζεται κάποιος σχετικά με την έκφραση ή την επικοινωνία ιδεών, απόψεων, προτάσεων, επιθυμιών, σχεδίων κτλ, αλλά πιο πολύ επιθυμεί να τα αιτιολογήσει, να τα αποδείξει μέσω της λογικής.

Συνήθως, τα επιχειρήματα προκύπτουν από διαφωνίες των ανθρώπων μεταξύ τους, εμφανίζονται δηλαδή σε πραγματικά περιβάλλοντα και συνήθως έχουν διαλογικό χαρακτήρα. Αρχικά εμφανίζονται ημιτελή και στη συνέχεια ολοκληρώνονται καθώς ο ομιλητής αντιμετωπίζει τις προκλήσεις του συνομιλητή του. Ο Henle (1962), σύμφωνα με τους Felton & Kuhn (2001), υποστήριξε αυτή την άποψη δείχνοντας ότι τα επιχειρήματα μπορεί να είναι λογικά ακόμα και όταν δεν είναι ολοκληρωμένα σύμφωνα με τις προδιαγραφές της τυπικής λογικής, δηλαδή ένα επιχείρημα μπορεί να είναι έγκυρο ακόμη και αν η βαθύτερη δομή του υπονοείται. Ακόμα, τα άτομα μπορεί να μην επεξεργάζονται τα επιχειρήματα παρά μόνο όταν νιώσουν την ανάγκη να γίνουν πιο σαφείς ή να πείσουν το ακροατήριό τους.

## 2. ΔΟΜΗ & ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ

Για την ανάλυση κάθε τύπου επιχειρήματος πρέπει πρώτα να ληφθεί υπόψιν η τριπλή φύση της επιχειρηματολογίας. Αυτή η δομή περιλαμβάνει τουλάχιστον τρεις προσεγγίσεις, συγκεκριμένα, τη λογική, τη διαλεκτική και τη ρητορική, όπως προτάθηκαν από την Αριστοτέλεια φιλοσοφία και αναπτύχθηκαν στη συνέχεια (Rapanta et al., 2013). Σύμφωνα με τον Tindale (1999, p.3), όπως αναφέρεται στους Rapanta et al., (2013), σε αρκετές συζητήσεις για την επιχειρηματολογία, η αριστοτελική τριάδα ορίστηκε ως το προϊόν, η διαδικασία και η επεξεργασία (3 p's= product, procedure, process). Το επιχείρημα ως προϊόν, που είναι και η βάση της λογικής προσέγγισης, έχει ως βασική θεώρηση ότι το επιχείρημα είναι μία λογική μονάδα στην οποία μία η περισσότερες προτάσεις, δηλαδή οι υποθέσεις, συνδυάζονται για να υποστηρίξουν μία άλλη πρόταση, η οποία είναι το συμπέρασμα. Το επιχείρημα ως διαδικασία εστιάζει στην διαλογική πλευρά του επιχειρήματος, όπως η χρήση της αιτιολόγησης μέσα σε ένα πλαίσιο. Τέλος, το επιχείρημα ως επεξεργασία περιλαμβάνει και αντιμετωπίζει ολόκληρο το άτομο και το πλαίσιο, δηλαδή λαμβάνει υπόψιν τις συγκεκριμένες περιστάσεις μέσα στις οποίες χρησιμοποιείται το επιχείρημα. (Rapanta et al., 2013).

Σύμφωνα, λοιπόν, με τα ανωτέρω, οι Rapanta et al., (2013) προτείνουν ως μονάδες ανάλυσης τις τρεις διαφορετικές σημασίες του επιχειρήματος: (α) το επιχείρημα ως σχήμα/ τύπος/μορφή, (β) το επιχείρημα ως στρατηγική και (γ) το επιχείρημα ως σκοπός.

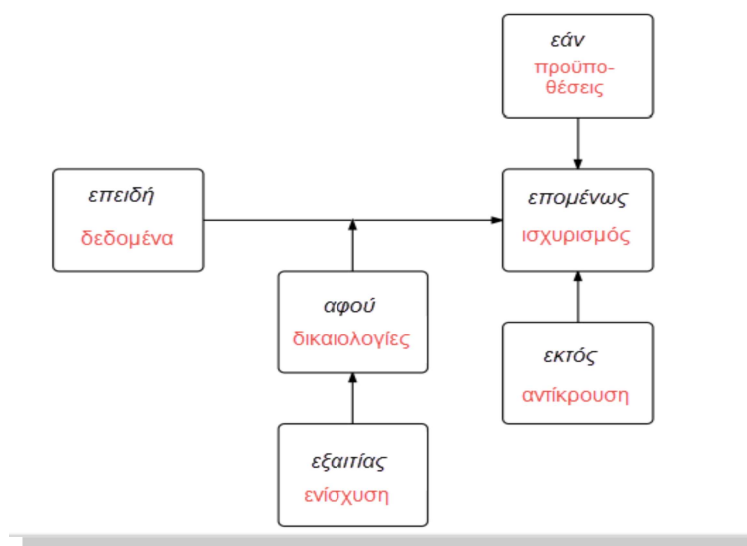
(α) *Το επιχείρημα ως σχήμα/ μορφή/ τύπος:* Για πολλά χρόνια, η μελέτη της επιχειρηματολογίας είχε εστιάσει στη διαδοχική δομή ενός επιχειρήματος. Σε αυτή την παράδοση, ένα καλό επιχείρημα έπρεπε να έχει μία συγκεκριμένη δομή και οι συμμετέχοντες να προσπαθούν να προσδιορίσουν τη “γραμματική” του επιχειρήματος σύμφωνα με τη σύνταξη μίας σωστής πρότασης.

Όσον αφορά στη μορφή η πιο ισχυρή πρόταση υπήρξε αυτή του Toulmin, ο οποίος πρότεινε ένα μοντέλο “γραμματικής” του επιχειρήματος για την ανάλυση των απλών επιχειρημάτων της καθημερινότητας με αναλογία προς τη σύνταξη της δομής μίας καλοσχηματισμένης πρότασης (Noroozi, Weinberger, Biemans, Mulder & Chizari, 2013). Ο Toulmin (1958), λοιπόν, πρότεινε τη δομή του επιχειρήματος, η

οποία αναγνωρίζει έναν τρόπο με τον οποίο ιδέες (ισχυρισμοί) συζητούνται λαμβάνοντας υπόψη τα αποδεικτικά στοιχεία (δεδομένα) που τα υποστηρίζουν ή τα αντικρούουν, και τις αρχές (εγγυήσεις) και τις υποθέσεις (τα υποστηρικτικά στοιχεία) πάνω στα οποία βασίζονται.

Το πρότυπο του Toulmin (1958) (Εικόνα 1) περιλαμβάνει έξι στοιχεία ως συστατικά ενός επιχειρήματος:

- *ισχυρισμός*: ένα συμπέρασμα, μία ιδέα, μία πρόταση που εκφράζεται για ένα θέμα, μία άποψη ή ένα αποτέλεσμα
- *δεδομένα*: δηλώσεις που χρησιμοποιήθηκαν ως πειστήρια για να υποστηριχθεί ο ισχυρισμός. Είναι πραγματικές πληροφορίες, αποδείξεις και γεγονότα που στηρίζονται στην πραγματικότητα και χρησιμοποιούνται για να υποστηρίξουν την αποδοχή του ισχυρισμού.
- *δικαιολογίες*: δηλώσεις, εξαγόμενα συμπεράσματα (ορισμοί, κανόνες, αρχές, θεωρίες) που υποστηρίζουν τη μετάβαση από τα δεδομένα στον ισχυρισμό, επεξηγώντας και αποκαλύπτοντας τις σχέσεις ανάμεσα στα δεδομένα και στον ισχυρισμό.
- *ενίσχυση*: υποβόσκουσες παραδοχές οι οποίες συχνά δε δηλώνονται σαφώς. Πρόκειται για πραγματικές πληροφορίες (πχ. λογικά αποδεικτικά στοιχεία, στατιστική ή απόψεις ειδικών), που παρέχουν μία λογική για τις εγγυήσεις και χρησιμοποιούνται συνήθως επειδή τις δέχονται όλοι και έτσι υποστηρίζουν την αποδοχή των δικαιολογιών.
- *προϋποθέσεις*: σχετίζονται με τον προσδιορισμό της σχέσης ανάμεσα στον ισχυρισμό και τις δικαιολογίες. Είναι οι ειδικές συνθήκες/ καταστάσεις κατά τις οποίες ο ισχυρισμός ισχύει, εκφράζουν έναν πιθανό περιορισμό ορίζοντας τί θα πρέπει να ισχύει για να είναι ο ισχυρισμός αληθινός. Εκφράζουν το βαθμό βεβαιότητας ή αβεβαιότητας ενός επιχειρήματος.
- *αντικρούσεις*: δηλώσεις που αντιτίθενται είτε στα πειστήρια, είτε στις επεξηγήσεις, είτε στις υποβόσκουσες παραδοχές είτε στις ειδικές συνθήκες ενός επιχειρήματος. Σύμφωνα με του Weinbrger & Fischer (2006), όπως αναφέρουν οι Noroozi et al. (2013), αφορούν στις επιπλέον εξηγήσεις όταν ο ισχυρισμός δεν είναι έγκυρος.



Εικόνα 1: Το πρότυπο του Toulmin

Από την οπτική, λοιπόν, του Toulmin τα επιχειρήματα περιλαμβάνουν έναν ισχυρισμό, στοιχεία/ δεδομένα που υποστηρίζουν τον ισχυρισμό, αιτιολογίες/ επεξηγήσεις που προσφέρουν έναν σύνδεσμο ανάμεσα στα στοιχεία και τον ισχυρισμό, ενισχύσεις που ενδυναμώνουν τις επεξηγήσεις και ανταποδείξεις που υποδεικνύουν τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες ο ισχυρισμός δεν θα μπορούσε να είναι αλήθεια. Ο Toulmin, τέλος, θεώρησε και κάποιες προϋποθέσεις οι οποίες να δείχνουν το βαθμό εξάρτησης που μπορεί να υπάρχει στα συμπεράσματα που προκύπτουν από τα επιχειρήματα (Simon, 2008).

Το πλαίσιο του Toulmin έχει δώσει στους μελετητές μία θεωρητική προοπτική στο επιχείρημα που εμπεριέχει την αντίληψη/ θεώρηση του επιχειρήματος από την πλευρά των συνδεόμενων συστατικών. Η πιο βασική συνεισφορά του προτύπου του Toulmin είναι η πρόταση της δικαιολογίας/ εγγύησης, που εκφράζεται μόνο όταν κάποιος προκαλέσει το επιχείρημα ή όταν ο ομιλητής θεωρεί ότι πρέπει αυτή να αναφερθεί. Για το πρότυπο του επιχειρήματος του Toulmin, ο ισχυρισμός χωρίς στοιχεία δεν είναι επιχείρημα και το επιχείρημα χωρίς δικαιολόγηση δεν είναι ένα έγκυρο επιχείρημα. Φυσικά, αυτή η προοπτική υπονοεί και την ποιότητα στη δομή ισχυρισμός-αιτιολόγηση του επιχειρήματος.

Αυτά τα αλληλοσυνδεόμενα στοιχεία σπάνια εμφανίζονται μαζί σε κάθε επιχείρημα που εκφράζεται καθημερινά για χάρη της αποτελεσματικής επικοινωνίας.

Ακόμα, είναι πολύ δύσκολο να βρεθεί σαφής και έγκυρη συμπερασματολογία σύμφωνα με τα πρότυπα της τυπικής λογικής επιχειρηματολογίας, καθώς, σύμφωνα με τους Jonassen & Kim (2010), όπως αναφέρεται στους Noroozi et al. (2013), είναι δύσκολος ο διαχωρισμός ανάμεσα στις δικαιολογίες και την ενίσχυση. Επίσης, έχουν εκφραστεί αμφιβολίες σχετικά με τα στοιχεία του επιχειρήματος ή το τί είναι ισχυρισμός, εγγυήσεις ή δεδομένα (Simon, 2008). Για να χρησιμοποιηθεί το αναλυτικό σχήμα του Toulmin για κανονιστικούς σκοπούς σε σχέση με την απόκτηση της γνώσης, το μοντέλο έχει απλοποιηθεί. Τα στοιχεία, λοιπόν, δεδομένα, δικαιολογίες και ενισχύσεις του μοντέλου του Toulmin εμπεριέχονται στον όρο *αιτιολόγηση* και έτσι το μοντέλο του Toulmin απλοποιημένο περιλαμβάνει τα στοιχεία *ισχυρισμός, αιτιολόγηση και προϋποθέσεις* (Simon, 2008).

Το μοντέλο του Toulmin εξηγεί τη χρήση της αιτιολόγησης σε καθημερινές πρακτικές της επιχειρηματολογίας και θεωρεί σκοπό της επιχειρηματολογίας να καθιερώσει την εγγενή ουσία του ισχυρισμού μέσα από την μελέτη των αποδεικτικών στοιχείων που τον στηρίζουν και αυτών που δεν τον στηρίζουν, και μέσα από τη μελέτη του εάν οι εναλλακτικές εξηγήσεις παρέχουν μία πιο ολοκληρωμένη και περιεκτική κατανόηση. Ξεχωρίζει τον ισχυρισμό από τα διάφορα σημεία που είναι απαραίτητα για τη στήριξή του και έχει ως πλεονέκτημα το ότι παρουσιάζει όλη τη διαδικασία της επιχειρηματολογίας ως έναν εν εξελίξει διάλογο ανάμεσα σε έναν ομιλητή και σε έναν αντίπαλο, που ζητά αιτιολόγηση για τους ισχυρισμούς του ομιλητή. Αυτή η προοπτική αποδεικνύει και τη διαλογική φύση της επιχειρηματολογίας. Παρόλο, όμως, που ο Toulmin, φαίνεται να θεωρεί την επιχειρηματολογία ένα διαλογικό φαινόμενο, το ίδιο το μοντέλο, σύμφωνα με τον Andrews (1995), όπως αναφέρουν οι Noroozi et al. (2013), δεν έχει τη δύναμη να συλλάβει την αλληλοεξάρτηση των κινήσεων ανάμεσα στα άτομα που συνεργάζονται σε μία πραγματική επιχειρηματολογία, η οποία εκτυλίσσεται σε συγκεκριμένο περιεχόμενο και κοινωνικό περιβάλλον. Λαμβάνει υπόψιν μόνο την πλευρά του πρώτου ομιλητή και αγνοεί το ρόλο του αντιπάλου στη διαδικασία της επιχειρηματολογίας (Andriessen, 2003). Επομένως, η ανάπτυξη πολλαπλών προοπτικών, τα υπέρ και τα κατά του θέματος, που είναι θεμελιώδη για τη φύση του επιχειρηματολογικού διαλόγου, υποτιμώνται στο μοντέλο του Toulmin. Σύμφωνα με τον van Emmeren (2003), όπως αναφέρεται στους Noroozi et al. (2013) το μοντέλο αυτό αγνοεί εντελώς τη λογική και το ρεαλισμό.

Το πρότυπο επιχειρήματος του Toulmin, λοιπόν, γενικά έχει επικριθεί για δύο λόγους, αφενός για το ότι τα στοιχεία που αποδεικνύουν την πολυπλοκότητα του επιχειρήματος σύμφωνα με το μοντέλο υπονοούνται και δεν εκφράζονται με σαφήνεια από το άτομο που επιχειρηματολογεί και αφετέρου για το ότι τα κατηγορικά στοιχεία εμφανίζουν ασάφειες και αμφισημίες σε επιστημονικά περιεχόμενα. Για αυτό προτείνεται, σύμφωνα με τον Duschl (2007), όπως αναφέρουν οι Basel, Harms & Prechtl (2013), η χρήση των επιχειρηματολογικών σχημάτων αλλά και η θεωρία του Τεκμαιρόμενου Συλλογισμού, τα οποία έχουν τις αρχές τους στην ανάλυση επιχειρημάτων σε καθημερινά περιεχόμενα, στα οποία τα επιχειρήματα μπορούν να φανούν ότι αντικρούουν τα συμπεράσματα έτσι ώστε ο συλλογισμός να είναι φυσικά πιθανός.

**(β) Το επίχειρημα ως στρατηγική:** Αντί για την γραμματική θεώρηση του επιχειρήματος, οι θεωρίες μάθησης επικεντρώθηκαν στην ανάλυση της επιχειρηματολογίας ως τύπος διαλόγου. Πολλοί ερευνητές αντιμετώπισαν το επίχειρημα ως στρατηγική, δηλαδή ως επιχειρηματολογικές κινήσεις οι οποίες ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες δηλώσεις απαραίτητες για να χαρακτηριστεί μία διαλογική συνεισφορά επιχειρηματολογική (Walton, 2016). Η χρήση και η αναγνώριση/ταυτοποίηση αυτών των κινήσεων εξαρτώνται από το διαλογικό πλαίσιο. Η βασική λογική πίσω από τις περισσότερες προτάσεις για τις επιχειρηματολογικές κινήσεις αναπτύχθηκε από την Kuhn (2005), η οποία υποστήριξε ότι οι ικανότητες της επιχειρηματολογίας αποτελούνται από την κατασκευή ενός επιχειρήματος, την αιτιολόγηση ενός επιχειρήματος, την κατασκευή ενός αντεπιχειρήματος και την αντίκρουση του αντεπιχειρήματος κάποιου άλλου.

Για τους Barth & Krabbe (1982), όπως αναφέρει ο Adriessen (2003), η τυπική διαλεκτική περιγράφει την επιχειρηματολογία ως έναν διάλογο ανάμεσα σε έναν υποστηρικτή και έναν αντίπαλο απέναντι σε μία θέση. Η πραγμα-διαλεκτική αντιμετωπίζει την επιχειρηματολογία ως την αλληλεπίδραση ανάμεσα σε έναν υποστηρικτή και έναν αντίπαλο υπό τους όρους των απαραίτητων συνθηκών για κριτικό διάλογο παρά των κανόνων της λογικής για την παραγωγή ενός αντιλόγου. Στη διαλογική θεωρία (Walton, 2016) το επίχειρημα θεωρείται ως μία κίνηση μέσα σε έναν διάλογο, στον οποίο τα συμβαλλόμενα μέρη επιχειρούν να αιτιολογήσουν κάτι μαζί και περιγράφονται οχτώ (8) τύποι διαλόγου που χρησιμοποιούνται ως



κανονιστικά μοντέλα που παρέχουν τα πρότυπα για το πώς ένα επιχείρημα πρέπει να είναι ώστε να χρησιμοποιηθεί συνεργατικά.

(γ) **Το επιχείρημα ως σκοπός:** Το επιχείρημα έχει επίσης αντιμετωπιστεί ως μία συνολική εκτέλεση η οποία εστιάζει σε ένα συγκεκριμένο σκοπό ή σε μία λειτουργία. Σε αυτή την προσέγγιση οι ερευνητές δεν ενδιαφέρονται για τα επιχειρήματα ως ατομικά προϊόντα ή για τη διαδικασία ανταλλαγής επιχειρημάτων, αλλά εστιάζουν περισσότερο σε όλη τη διαλογική διαδικασία (ατομική και άτομο-με-άτομο) ως περισσότερο ή λιγότερο επιχειρηματολογική σύμφωνα με τα κριτήρια. Η ανάλυση της επιχειρηματολογίας εδώ επικεντρώνεται σε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, όπως το βαθμό κατά τον οποίο τα άτομα χρησιμοποιούν δεδομένα, ισχυρισμούς, επεξηγηματικές δηλώσεις, υποβόσκουσες παραδοχές, ειδικές συνθήκες και αντίθετες δηλώσεις και στο βαθμό στον οποίο επικεντρώνονται στην υποστήριξη, δικαιολόγηση και εναντίωση των μεταξύ τους επιχειρημάτων (Simon et al., 2006). Ο πρωταρχικός σκοπός- κριτήριο της επιχειρηματολογίας παραδοσιακά είναι η πειθώ. Σύμφωνα με τους Rapanta et al. (2013), αυτή η άποψη υποστηρίχθηκε από τη σχολή της ρητορικής και πιο πρόσφατα από την πραγμα-διαλεκτική προσέγγιση. Εκτός από την πειθώ κριτήρια και προϋποθέσεις προτείνονται από κάθε σχολή. Κατά τους van Eemeren & Grootendorst (2004), όπως αναφέρουν οι Rapanta et al. (2013) η πραγμα-διαλεκτική επιπλέον παρουσιάζει ένα “ιδανικό” στάδιο-πρότυπο της πειστικής επιχειρηματολογίας που ονομάζεται κριτική συζήτηση.

Σε περιβάλλοντα όπως η εκπαίδευση, στην οποία ο τελικός σκοπός κάθε δραστηριότητας είναι η μάθηση, η επιχειρηματολογία θεωρείται πιο κατάλληλη αν είναι συνεργατική, ή “win-win” παρά ανταγωνιστική ή “win-lose” δραστηριότητα. Ως συνεργασία, ο βασικός σκοπός της επιχειρηματολογίας είναι να διαπραγματευτεί περιεχόμενα για να φτάσουν σε συναίνεση σχετικά με την τελική επιστημονική κατάσταση αυτών των περιεχομένων, όπως αναφέρει ο Baker (1999), σύμφωνα με τους Rapanta et al. (2013). Οι Schwarz, Neuman, Gil και Ilya (2003) όρισαν και την ατομική και τη συλλογική επιχειρηματολογία ως μια δραστηριότητα που έχει ως στόχο την οικοδόμηση της γνώσης μέσα από την διαπραγμάτευση εννοιών. Επομένως, για την προσέγγιση του επιχειρήματος ως σκοπός/στόχος, η πειθώ και η διαπραγμάτευση θεωρούνται οι βασικοί στόχοι της επιχειρηματολογίας στα εκπαιδευτικά πλαίσια.

### 3. ΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΚΑ ΣΧΗΜΑΤΑ

Από τη θεώρηση του επιχειρήματος ως σκοπού προέκυψαν τα επιχειρηματολογικά σχήματα. Τα επιχειρηματολογικά σχήματα είναι στερεοτυπικές επαγωγικές δομές επιχειρημάτων μέσα σε μία συζήτηση (Dowell & Asgari-Targhi, 2008), τα οποία δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην αιτιολόγηση που εκφράζουν. Αξίζει να σημειωθεί ότι επειδή η αιτιολόγηση είναι μία σύνθετη διαδικασία, τα τμήματά της που περιέχουν επιχειρηματολογία πρέπει να διαχωριστούν από άλλου τύπου αιτιολογήσεις, όπως πχ. παρατηρήσεις, περιγραφές, αποσαφηνίσεις, απαριθμήσεις. Η χρήση των επιχειρηματολογικών σχημάτων ως μέθοδος για την ανάλυση στρατηγικών σε μία επιχειρηματολογική συζήτηση είναι αρκετά διαδεδομένη. Οι Basel et al. (2013) προτείνουν την κατηγοριοποίηση των επιχειρηματολογικών σχημάτων με βάση τη χρήση της δικαιολογίας συνδυάζοντας τα σχήματα του Walton (1996) στην προσαρμογή του Duschl (2007) και κατηγοριοποίησαν, έτσι, τα επιχειρηματολογικά σχήματα σύμφωνα με τη χρήση της δικαιολογίας όπως φαίνονται στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 1).

Σχήμα	Σχόλια
Αιτιώδη σχήματα	Σύνδεση αίτιου και αποτελέσματος, επιπτώσεις ή αποδεικτικά στοιχεία για την υπόθεση
Επιχείρημα από παράδειγμα	Χρησιμοποιούνται επιχειρήματα για να υποστηρίξουν ένα συμπέρασμα από ένα άλλο σχήμα
Επιχείρημα από αναλογία	Δύο περιπτώσεις οι οποίες μπορούν να προκύψουν από διαφορετικές πλευρές της πραγματικότητας αναφέρονται ως παρόμοιες. Τα κριτήρια σύγκρισης υπονοούνται.
Συστήματα ταξινόμησης	Συμπεριλαμβάνονται σχέσεις ή ορισμοί μέρους- όλου: σε αυτή την περίπτωση ένα συμπέρασμα μπορεί να συναχθεί από ένα πιθανά αποδεκτό ορισμό.
Επιχείρημα από ταυτότητα	Χρησιμοποιούνται διαφορές και ομοιότητες για σύγκριση, με βάση συγκεκριμένα κριτήρια.
Επαγωγικά σχήματα	Η γενίκευση προέρχεται από παραδείγματα
Επιχείρημα από αυθεντία	Επίκληση στην αυθεντία: εάν τα στοιχεία υποστηρίζονται από μία αυθεντία (βιβλία, περιοδικά) τότε το συμπέρασμα υποτίθεται ότι είναι σωστό

Επιχείρημα ενάντια στην υπόθεση	Συγκεκριμένα κριτήρια χρησιμοποιούνται για την ανασκευή μίας συγκεκριμένης υπόθεσης
---------------------------------	---

Πίνακας 1: Πίνακας επιχειρηματολογικών σχημάτων. Basel, N., Harms, U., & Prechtel, H. (2013).

Σύμφωνα, λοιπόν, με τον παραπάνω πίνακα τα επιχειρηματολογικά σχήματα μπορούν να είναι αιτιώδη, συνδέοντας το αίτιο με το αποτέλεσμα, μπορούν να χρησιμοποιούν επιχειρήματα από παραδείγματα αλλά και επιχειρήματα από αναλογία, παρουσιάζοντας δύο περιπτώσεις διαφορετικές ως παρόμοιες. Ακόμη, τα επιχειρηματολογικά σχήματα μπορούν να περιλαμβάνουν συστήματα ταξινόμησης, που περιλαμβάνουν σχέσεις του μέρους με το όλο αλλά και επαγωγικά σχήματα που στηρίζουν τη γενίκευση σε παραδείγματα. Τέλος, υπάρχουν τα επιχειρηματολογικά σχήματα που στηρίζονται σε επιχειρήματα από ταυτότητα και χρησιμοποιούν διαφορές και ομοιότητες για σύγκριση, επιχειρήματα από αυθεντία και επιχειρήματα ενάντια σε μία υπόθεση, όπου χρησιμοποιούνται συγκεκριμένα κριτήρια για την ανασκευή μίας συγκεκριμένης υπόθεσης.

## 4. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ

Έχουν προταθεί αρκετοί τρόποι για την αξιολόγηση των επιχειρημάτων που σχετίζονται με τα δομικά στοιχεία, την ύπαρξη και το πλήθος τους καθώς και το περιεχόμενό τους.

### 4.1. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΠΟΛΥΠΛΟΚΟΤΗΤΑ

Εάν κάποιος υιοθετήσει το μοντέλο του Toulmin μπορεί να το χρησιμοποιήσει για να αξιολογήσει την ποιότητα της επιχειρηματολογίας με την έννοια της αναγνώρισης του αριθμού των στοιχείων, και έτσι μπορεί να καταδείξει την πολυπλοκότητα των επιχειρημάτων που χρησιμοποιούνται. Οι v. Aufschnaiter, J. Fleishhauer, Rogge and Riemeier (2008), σύμφωνα με τους Basel et al. (2013) ανέπτυξαν ένα σχήμα για την πολυπλοκότητα των επιχειρημάτων (βλ. Πίνακα 2), το

οποίο ταυτόχρονα, δίνει και έναν σαφή ορισμό για κάθε μεμονωμένο κομμάτι της επιχειρηματολογίας (πχ. ισχυρισμός- αντισχυρισμός, γεγονός κτλ)

<b>Πολυπλοκότητα Επιχειρήματος</b>	<b>Συστατικά Στοιχεία</b>	
Πολύ Υψηλή	Αιτιολογημένος Ισχυρισμός	Ανταπόδειξη
Υψηλή	Αιτιολογημένος Ισχυρισμός	Ενίσχυση ή Προσδιορισμός
Μέτρια	Ισχυρισμός	Πολλαπλή Αιτιολόγηση
Χαμηλή	Ισχυρισμός	Απλή Αιτιολόγηση
Πολύ Χαμηλή	Ισχυρισμός	

Πίνακας 2: Πολυπλοκότητα επιχειρήματος. Basel, N., Harms, U., & Prechtel, H. (2013).

Στο κατηγορικό, λοιπόν, σύστημα της πολυπλοκότητας ενός επιχειρήματος, στη χαμηλότερη θέση (πάρα πολύ χαμηλή συνθετότητα) ορίζονται οι ισχυρισμοί ή οι αντι-ισχυρισμοί, οι οποίοι απλά δίνουν μία λύση σε ένα θέμα ή εκφράζουν μία άποψη χωρίς αιτιολόγησή της. Στο αμέσως επόμενο επίπεδο βρίσκεται το επιχείρημα που έχει μόνο μία απλή αιτιολόγηση. Στο επίπεδο της μεσαίας συνθετότητας, το επιχείρημα περιλαμβάνει στοιχεία για να υποστηρίξει το συμπέρασμά και αιτιολογεί τον ισχυρισμό χρησιμοποιώντας μία δικαιολογία του γιατί τα δεδομένα υποστηρίζουν τον ισχυρισμό. Στο επίπεδο υψηλής και πάρα πολύ υψηλής συνθετότητας, η δομή ενός επιχειρήματος εκτείνεται είτε με μία ενίσχυση για να υποστηρίξει άλλο στοιχείο του επιχειρήματος είτε με κάποιον προσδιορισμό, που σύμφωνα με τους Basel et al. (2013), σχετίζεται με τα αντεπιχειρήματα (υψηλή συνθετότητα) ή με μία ανταπόδειξη, που στοχεύει να αντικρούσει στοιχεία/ αποδείξεις για τη δημιουργία άλλων ισχυρισμών (πολύ υψηλή συνθετότητα). Σε αντίθεση με τα άλλα, επιχειρήματα τα οποία περιλαμβάνουν ανταποδείξεις είναι στο ανώτατο επίπεδο συνθετότητας, καθώς οι ανταποδείξεις αναγνωρίζονται ως το πιο σημαντικό στοιχείο για την πρόκληση αντίθετων ισχυρισμών.

## 4.2. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΠΛΗΘΟΣ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Σύμφωνα με τον Walton (2016) τα επιχειρήματα, ανάλογα με το πλήθος των στοιχείων τους μπορούν να χαρακτηριστούν ως απλά, συνδεδεμένα, συγκλίνοντα, σειριακά, αποκλίνοντα/δυστάμενα και σωρευτικά. Ένα *απλό επιχείρημα* είναι ένα επιχείρημα που έχει μόνο μία υπόθεση/ θέση/ προκείμενη. Το *συνδεδεμένο επιχείρημα* έχει δύο ή περισσότερες υποθέσεις, στην απλή του μορφή δύο θέσεις, οι οποίες μαζί υποστηρίζουν ένα συμπέρασμα. Ένα *συγκλίνον επιχείρημα* είναι ένα επιχείρημα που έχει δύο ή περισσότερες θέσεις, στην πιο απλή του μορφή μόνο δύο, και κάθε θέση υποστηρίζει ένα ξεχωριστό συμπέρασμα, ανεξάρτητα από τις άλλες θέσεις. Κάθε επιχείρημα στέκει μόνο του καθώς προσφέρει αποδείξεις για να υποστηρίξει το τελικό συμπέρασμα υπό την έννοια ενός επιχειρήματος υπέρ. Το *σειριακό επιχείρημα*, στην πιο απλή περίπτωση, είναι ένα επιχείρημα που ενώνει δύο πιο απλά επιχειρήματα μαζί έτσι ώστε το συμπέρασμα του πρώτου επιχειρήματος να χρησιμοποιηθεί ξανά ως θέση για το δεύτερο επιχείρημα. Αλλά τότε είναι πιθανό να έχουμε ένα πιο σύνθετο επιχείρημα στο οποίο το συμπέρασμα του δεύτερου επιχειρήματος να ξαναχρησιμοποιηθεί ως θέση στο τρίτο κοκ. Πρόκειται δηλαδή για μία αλυσίδα επιχειρημάτων. Το *αποκλίνον/ δυστάμενο επιχείρημα* είναι αυτό που η ίδια θέση καταλήγει σε δύο συμπεράσματα. Και τέλος, το *σωρευτικό επιχείρημα* είναι μία αλυσίδα επιχειρημάτων στην οποία υπάρχει μία διαδικασία συνάθροισης αποδείξεων καθώς νέα επιχειρήματα επιβεβαιώνουν τα προηγούμενα και προστίθενται στη σειρά του αποδεικτικού συλλογισμού.

## 4.3. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Σύμφωνα με τον Schwarz (2009) ένας τρόπος αξιολόγησης των επιχειρημάτων αφορά στο εάν τα επιχειρήματα λαμβάνουν υπόψιν και την αντίθετη πλευρά ή άποψη και κατά πόσο την εκφράζουν. Αυτό το είδος αξιολόγησης λαμβάνει υπόψιν την αλλαγή της στάσης των ομιλούντων μέσα σε έναν επιχειρηματολογικό διάλογο και τον τρόπο που αυτή αντικατοπτρίζεται στα επιχειρήματά τους καθώς αλλάζει το περιεχόμενό τους. Τα επίπεδα, λοιπόν, στηρίζονται στο υπό μελέτη θέμα και είναι σαφές ότι κάποιος μπορεί να γράψει ένα υψηλού επιπέδου επιχείρημα για

κάποιο θέμα και ένα χαμηλού επιπέδου επιχειρήμα για κάποιο άλλο θέμα. Σε σχέση με το επιχειρηματολογικό επίπεδο, ο Schwarz (2009) αναφέρει ότι ο Mani-Ikan (2005) ενσωμάτωσε ιδέες από τους Means & Voss (1996) και την Kuhn (2001) και πρότεινε τα εξής πέντε (5) επίπεδα (βλ. Πίνακα 3):

<b>Επίπεδα</b>	<b>Περιεχόμενο επιχειρημάτων</b>
Επίπεδο 1	Χωρίς πειστήρια: ανυποστήρικτοι ισχυρισμοί
Επίπεδο 2	Μονόπλευροι: το επιχειρήμα περιλαμβάνει ισχυρισμούς και λόγους μόνο για τη μία πλευρά
Επίπεδο 3	Πολύπλευροι: το επιχειρήμα περιλαμβάνει ισχυρισμούς και λόγους για αντίθετες απόψεις, χωρίς να αποφασίζει ανάμεσά τους
Επίπεδο 4	Αποφασισμένοι: το επιχειρήμα περιλαμβάνει ισχυρισμούς και λόγους για αντίθετες απόψεις και μία δεδηλωμένη και αυθαίρετη απόφασή ανάμεσά τους
Επίπεδο 5	Αξιολογητικοί: το επιχειρήμα περιλαμβάνει ισχυρισμούς και λόγους για αντίθετες απόψεις και μία απόφαση ανάμεσά τους η οποία βασίζεται στην αξιολόγηση και την αντίκρουση της μη επιλεγμένης άποψης.

Πίνακας 3: Επίπεδα επιχειρημάτων με βάση το περιεχόμενο. Schwarz, B. (2009)

## **B' ΜΕΡΟΣ- ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ**

### **1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ**

Σύμφωνα με τον Toulmin (1958), όπως αναφέρουν οι Okumus & Unal (2012), η επιχειρηματολογία μπορεί να περιγραφεί ως μία διαδικασία επικύρωσης επιχειρημάτων υποστηρίζοντάς τα με δεδομένα/ στοιχεία και παρέχοντάς τους τις κατάλληλες εξηγήσεις. Για τον Wizard (1986), όπως αναφέρουν οι Felton et al. (2001) είναι μία κοινωνική δραστηριότητα κατά την οποία δύο ή περισσότερα άτομα αναπτύσσουν, υπερασπίζονται και συγκρίνουν επιχειρήματα για να υπερασπιστούν αντίθετες θέσεις. Πρόκειται, επίσης, για μία γλωσσική διαδικασία η οποία αποτελείται από προτάσεις - τα επιχειρήματα - και σκοπεύουν να δημιουργήσουν και να δικαιολογήσουν ισχυρισμούς και πεποιθήσεις (Jiménez- Aleixandre, Rodriguez & Duschl, 2000). Η επιχειρηματολογία, λοιπόν, στη βάση της είναι μία λογική κρίση/ αξιολόγηση, υπό την έννοια ότι αποκαλύπτει, λεκτικά και σε κοινωνικά πλαίσια, τους λόγους που οδήγησαν στην αποδοχή ή στην απόρριψη μίας άποψης, μίας ιδέας ή μιας ερμηνείας/ εξήγησης, είναι δηλαδή ένας μηχανισμός πληροφοριοδότησης, βοήθειας των συνομιλητών να αναγνωρίσουν κάτι (τη θέση) αφού προηγουμένως έχουν δοθεί επαρκείς πληροφορίες (επιχειρήματα) για αυτό (Baker, 2009). Είναι μία πολυσύνθετη διαδικασία γνωστική και κοινωνική ταυτόχρονα και περιλαμβάνει τις δεξιότητες της λογικής, της αιτιολόγησης, της χρήσης της γλώσσας και άλλων γνωστικών εργαλείων (Mirza, Perret-Clermont, Tartas & Iannaccone, 2009).

Είναι σίγουρα δύσκολο να υπερβάλει κανείς για το ρόλο της επιχειρηματολογίας στην ανθρώπινη επικοινωνία καθώς δεν είναι παρούσα μόνο όταν θέλουμε να επιβεβαιώσουμε δεδομένα, να εκφράσουμε τα συναισθήματά μας και τις αντιδράσεις μας (επιθυμία, θυμός, θαυμασμός, έκπληξη κτλ) ή να δώσουμε καθαρά πληροφορίες, αλλά είναι παρούσα και κάθε φορά που θέλουμε να εξηγήσουμε, να δικαιολογήσουμε- εν ολίγοις κάθε φορά που προσπαθούμε να αιτιολογήσουμε αυτό που λέμε, να το βασίζουμε κάπου (Rigotti et al., 2009). Η επιχειρηματολογία είναι επίσης παρούσα, συγκαλυμμένη ως επικοινωνιακό συμπέρασμα, στην ερμηνευτική διαδικασία, η οποία δεν μπορεί να περιοριστεί στην αναγνώριση φωνητικών δεδομένων, τα οποία απλά αποκωδικοποιούμε, αλλά αποσκοπεί στην ανακατασκευή

της σημασίας. Η επιχειρηματολογία είναι μία απαραίτητη διαδικασία της γλώσσας μας, τόσο όταν προσπαθούμε να κατανοήσουμε την πραγματικότητα όσο και όταν σκοπεύουμε να την αλλάξουμε.

Η επιχειρηματολογία είναι ιδιαιτέρως παρούσα στην κοινωνική πραγματικότητα. Μέσω της επιχειρηματολογίας δομείται η κοινή ζωή, δομούνται οι αξιακές κατηγορίες, προκύπτει η συναίνεση, γεννιούνται και λύνονται οι διαμάχες. Η γλώσσα που χρησιμοποιείται στην επιχειρηματολογία δημιουργεί κοινωνική πραγματικότητα. Η “δημιουργία κοινωνικού πνεύματος” μέσω της δημιουργίας ανταλλαγών και διάδρασης είναι στην πραγματικότητα η σημαντική λειτουργία της επικοινωνίας και συγκεκριμένα της επιχειρηματολογικής διάδρασης: το να επιχειρηματολογεί κανείς σημαίνει να δημιουργεί συναίνεση/συγκατάθεση, συμφωνία και κοινή δέσμευση. Επίσης, η ποιότητα της συγκατάθεσης είναι σημαντική και εγγυάται την οικοδόμηση της συγκατάθεσης μέσα από την κοινή χρήση της λογικής (Rigotti et al. 2009).

Η επιχειρηματολογία είναι η πιθανότητα να οικοδομηθεί μία λογική κοινή ζωή σε διαφορετικά επίπεδα (από την αλληλεπίδραση δύο ατόμων στην κοινωνία), η οποία δεν απειλείται από τον κίνδυνο της εξαπάτησης και της χειραγώγησης, αλλά έχει την οργάνωση να προστατεύει τον εαυτό της από μη λογικές συμφωνίες. Η επιχειρηματολογία, στην πραγματικότητα, είναι η συζήτηση που προβάλλει τους λόγους, που δικαιολογεί τις αποφάσεις, τις απόψεις και τις θέσεις του ομιλούντα. Για τον Platin (1996), σύμφωνα με τους Rapanta et al. (2013) είναι ένας έγκυρος συνδυασμός ανάμεσα σε ισχυρισμούς και υποθέσεις. Σύμφωνα με τους Coffin & O' Halloran (2008), όπως αναφέρουν οι Noroozi et al. (2013) η επιχειρηματολογία είναι ένα σημαντικό κομμάτι της επιστημονικής σκέψης και η ικανότητα της αιτιολόγησης είναι σημαντική για την εμπλοκή σε διάφορους τομείς εργασίας και κοινωνικά πλαίσια. Οι Ravenscroft & McAlister (2008), και οι Ravenscroft, Wegerif & Hartley (2007), σύμφωνα με τους Noroozi et al. (2013) επισημαίνουν την ανάγκη και τη σημασία της αποτελεσματικής επιχειρηματολογίας για την διαχείριση της σημερινής κοινωνίας της γνώσης και για την εμπλοκή σε δημόσιο διάλογο για την εννοιολογική μάθηση, ιδιαίτερα με την πρόσφατη έκρηξη των διαδικτυακών κοινοτήτων (Voss & Van Dyke, 2001) και υποστηρίζουν ότι πρέπει να επιχειρηματολογούμε αποτελεσματικά ώστε να λαμβάνουμε μέρος σε κοινότητες διερεύνησης, να αναστοχαζόμαστε, να αιτιολογούμε, να μοιραζόμαστε, να βελτιώνουμε τις αντιλήψεις



μας και έτσι να αναπτύσσουμε ιδέες με κριτική σκέψη για την οικοδόμηση της γνώσης.

Η επιχειρηματολογία περιλαμβάνει τη δόμηση ενός συλλογισμού για ένα συγκεκριμένο αποτέλεσμα, αντικρούοντας αντίθετα επιχειρήματα και ζύγιση αντίθετων υποθέσεων (Nussbaum et al., 2003), αφού κατά τη διάρκειά της αναπτύσσονται και συζητιούνται διαφορετικές ιδέες (Akpinar, Ardaç, & Er-Amuce, 2014). Για τους Muller et al. (2009) η επιχειρηματολογία θεωρείται ένα δυναμικό όχημα για να φτάσει κανείς σε κοινή κατανόηση, ένα σετ δεξιοτήτων που αφορά στην κριτική σκέψη ή ένα εργαλείο για κοινωνική τοποθέτηση. Η επιχειρηματολογία περιλαμβάνει την παραγωγή και τη σύγκριση επιχειρημάτων χρησιμοποιώντας μία ποικιλία συλλογιστικών τύπων. Η φύση του θέματος, τα μέσα έκφρασης και η γενικότερη περίσταση και δραστηριότητα, καθώς και οι στόχοι της επιχειρηματολογίας, όλα αυτά επηρεάζουν καθοριστικά την τελική μορφή που θα πάρει (Andriessen et al., 2003).

## **2. ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ**

Ο όρος επιχειρηματολογία αναφέρεται στη γλωσσική διαδικασία η οποία αποτελείται από προτάσεις - τα επιχειρήματα - που σκοπεύουν να δημιουργήσουν και να δικαιολογήσουν ισχυρισμούς και πεποιθήσεις (Jiménez- Aleixandre et al., 2000) και μπορεί να περιγραφεί ως μία διαδικασία επικύρωσης επιχειρημάτων που υποστηρίζονται με στοιχεία που τους παρέχουν τις κατάλληλες εξηγήσεις.

Η επιχειρηματολογία στη βάση της είναι μία λογική κρίση/αξιολόγηση, καθώς αποκαλύπτει με λεκτικό τρόπο και μέσα σε κοινωνικά πλαίσια, τους λόγους που οδήγησαν στην αποδοχή ή μη μίας θέσης, μιας ιδέας ή/και μίας εξήγησης (Rapanta et al. 2013). Σύμφωνα με τους Hornikx & Hahn (2012), όπως αναφέρουν οι Pérez-Echeverría, Postigo & Garcia-Mila (2016), ο όρος επιχειρηματολογία μπορεί να ερμηνευθεί μέσα από την ψυχολογία της σκέψης με τρεις διαφορετικούς τρόπους. Μία κλασική προοπτική, προερχόμενη από την φιλοσοφία, θεωρεί την επιχειρηματολογία ως έναν λόγο για κάθε δήλωση που εκφράζεται φυσιολογικά μέσα από δομημένες μονάδες που έχουν προτάσεις και συμπεράσματα. Από μία δεύτερη προοπτική, ακολουθώντας την κλασική μελέτη του Toulmin (1958/2003), η

επιχειρηματολογία αφορά στην ικανότητα να συνδυάζει κανείς διαφορετικά στοιχεία μέσα σε μία δομή που επιτρέπει την υποστήριξη ενός ισχυρισμού, στην αντίληψη του εάν οι πληροφορίες υποστηρίζονται από αρχές ή πιο γενικούς ισχυρισμούς, αλλά και πιθανούς περιορισμούς και τα αντεπιχειρήματά τους. Αυτή η προσέγγιση έχει έναν πιο διαλεκτικό χαρακτήρα απ' ό,τι η προηγούμενη επειδή όχι μόνο μελετά την εγκυρότητα των συνδέσεων ανάμεσα στις προτάσεις, αλλά συγχρόνως και τη λειτουργία τους. Αυτοί οι δύο τρόποι κατανόησης της επιχειρηματολογίας επομένως εστιάζουν στη δομή των επιχειρημάτων, είτε από την πλευρά της αλληλουχίας/συνάφειας ανάμεσα στα διαφορετικά κομμάτια της πληροφορίας και του συμπεράσματος είτε από την πλευρά της διαλεκτικής χρήσης της πληροφορίας.

Η τρίτη ερμηνεία της επιχειρηματολογίας που προτάθηκε από τους Hornikx & Kahn (2012), όπως αναφέρουν οι Pérez-Echeverría et al., (2016), υπαινίσσεται ότι είναι μία διαλογική δραστηριότητα που παράγεται σε κοινωνικές περιστάσεις. Η έρευνα στην επιχειρηματολογία έχει οδηγήσει στη μελέτη των κανονιστικών τύπων των επιχειρημάτων, που χρησιμεύει στην ανάλυση της ποιότητας των επιχειρημάτων. Έχουν αναπτυχθεί ενδιαφέροντα μοντέλα στην ανεπίσημη- άτυπη λογική όπως πχ του Walton, στη θεωρία της επικοινωνίας πχ των Jacobs & Jackson και στη πραγματική-διαλεκτική πχ των van Eemeren & Grootendorst (Pérez-Echeverría et al., 2016) . Σύμφωνα με τον Gilbert (1997), όπως αναφέρουν οι Felton et al. (2001), κοινό στοιχείο αυτών των προσεγγίσεων είναι η εξέταση του επιχειρήματος στο πλαίσιο μιας φυσικής συνομιλίας. Η αναπτυξιακή ψυχολογία βασίζεται στην κοινωνική κατασκευή του επιχειρήματος, ενδιαφέρεται για το πώς τα άτομα δομούν επιχειρήματα σε σχέση με τις υπάρχουσες αντιλήψεις, τις ερωτήσεις, τις προκλήσεις και την κριτική των συνομιλητών τους και αρχικά στηρίζεται εμπειρικά στο πώς τα άτομα εμπλέκονται με το επιχείρημα και εν δευτέρους ορίζει το επιχείρημα ως μία διαδικασία κατά την οποία το άτομο εμπλέκεται με τους άλλους και όχι με το παραγόμενο ενός μόνο ατόμου (Felton et al., 2001).

Στο τωρινό, λοιπόν, επιστημολογικό επίπεδο η ανάπτυξη των θεωριών της επιχειρηματολογίας είναι αλματώδης με την πραγμα-διαλεκτική προσέγγιση, σχολή της επιχειρηματολογίας του Άμστερνταμ, να έχει συνεισφέρει πολλά στην εξέλιξη της θεωρίας της επιχειρηματολογίας ως αυτόνομο κλάδο. Σύμφωνα με τους Rigotti et al. (2009) οι θεωρητικοί της πραγμα-διαλεκτικής έχουν επηρεαστεί στις θέσεις τους από προγενέστερες φιλοσοφικές συνεισφορές στη μελέτη της επιχειρηματολογίας που

έγιναν από τον Νορβηγό φιλόσοφο Naess (1966) και τη βρετανίδα φιλόσοφο Crawshay-Williams (1957).

Στα πλαίσια της πραγμα-διαλεκτικής, έχει διαμορφωθεί ένα μοντέλο της επιχειρηματολογικής συζήτησης που στηρίζεται κυρίως στην έννοια της αληθοφάνειας του διαλόγου. Αυτή η φιλοσοφική βάση χαρακτηρίζει την πραγμα-διαλεκτική ως μία “κανονιστική” προσέγγιση, η οποία στοχεύει όχι μόνο στο να περιγράψει αληθινές επιχειρηματολογικές πρακτικές αλλά και να τις αντιμετωπίσει ενάντια στο ιδανικό μοντέλο της κριτικής συζήτησης, πχ. μίας συζήτησης στην οποία και τα δύο μέρη (ο *πρωταγωνιστής* και ο *ανταγωνιστής* αντίστοιχα) είναι δεσμευμένοι στο να λύσουν τη διαφορά απόψεων μέσα από την εύλογη επιχειρηματολογία, πχ μέσα από την κριτική αξιολόγηση των επιχειρημάτων τους, όπως αναφέρουν οι van Eemeren και Grootendorst (2004), σύμφωνα με τους Rigotti et al. (2009). Σε αυτή, λοιπόν, την κριτική συζήτηση, υπάρχουν τέσσερα (4) ιδανικά στάδια που δεν αντικατοπτρίζουν την πραγματική χρονική πορεία της επιχειρηματολογικής συζήτησης αλλά τα απαραίτητα στοιχεία της, τα οποία είναι το στάδιο της αναμέτρησης, το εναρκτήριο στάδιο, το κύριο στάδιο και το τελικό στάδιο. Σύμφωνα με τους van Eemern & Grootendorst (2004), όπως αναφέρουν οι Rigotti et al. (2009), στο *στάδιο της αναμέτρησης* της κριτικής συζήτησης αναδύεται η διαφορά απόψεων, καθώς γίνεται σαφές ότι υπάρχει μία θέση που δε γίνεται αποδεκτή λόγω αμφιβολίας ή αντίφασης. Με άλλα λόγια, ο πρωταγωνιστής εκφράζει μία θέση και ο ανταγωνιστής αντιδρά είτε εκφράζοντας αμφιβολίες για αυτή, προωθώντας, έτσι, μία απλή διαφωνία, ή παρουσιάζοντας μία εναλλακτική θέση, προκαλώντας μία σύνθετη διαφωνία. Στο *εναρκτήριο στάδιο*, τα συμβαλλόμενα μέρη προσπαθούν να δουν τα κοινά στοιχεία που έχουν ως προς τη μορφή του διαλόγου, την προϋπάρχουσα γνώση και τις αξίες, ώστε να εξακριβώσουν εάν η διαδικαστική και ουσιαστική “ζώνη συμφωνίας” επαρκεί για να διεξάγουν μία συζήτηση με προσοδοφόρο αποτέλεσμα. Αυτό το στάδιο είναι αρκετά σημαντικό, γιατί όλη η δραστηριότητα της επιχειρηματολογίας στηρίζεται στην πιθανότητα να βρεθεί μία λογική λύση μέσα από τη συζήτηση με τον συνδιαλεγόμενο. Αυτή η πιθανότητα περιλαμβάνει ακόμη και τη διάθεση να βρεθούν κοινές θέσεις στις οποίες και τα δύο μέρη να συμφωνούν και πάνω στις οποίες να μπορούν να αξιολογήσουν τη διαφορά των απόψεών τους. Στο *κύριο στάδιο* επιχειρηματολογίας της κριτικής συζήτησης, τα επιχειρήματα που υποστηρίζουν τις θέσεις εξελίσσονται και αξιολογούνται κριτικά. Τέλος, στο *τελικό*

στάδιο, η κριτική συζήτηση ολοκληρώνεται είτε με μία συμφωνία στην οποία γίνεται αποδεκτή η θέση του πρωταγωνιστή και οι αμφιβολίες του ανταγωνιστή αποσύρονται είτε με την απόσυρση της θέσης του πρωταγωνιστή.

Σύμφωνα με τους van Eemeren & Grootendorst (1992), όπως αναφέρουν οι Rigotti et al. (2009), σε αυτά τα τέσσερα στάδια της κριτικής συζήτησης πρέπει να γίνονται αποδεκτοί από τα συμβαλλόμενα μέρη δέκα (10) κανόνες, οι οποίοι απαρτίζουν τα συστατικά στοιχεία για να διατηρηθεί η απαιτούμενη λογική και αληθοφάνεια. Πρόκειται ουσιαστικά για ένα συμβόλαιο που πρέπει να υπογράψουν οι συνομιλητές για να θεωρηθούν ότι συμμετέχουν στην επιχειρηματολογία. Οι δέκα κανόνες για την κριτική συζήτηση σύμφωνα με τους van Eemeren Grootendorst (1992), όπως αναφέρονται στους Rigotti et al. (2009) είναι:

1. Ο κανόνας της ελευθερίας: τα συμβαλλόμενα μέρη δεν πρέπει να αποτρέπουν ο ένας τον άλλο στην έκφραση των θέσεών τους ή των αμφιβολιών τους για τις θέσεις.
2. Ο κανόνας της υπεράσπισης: ο συμμετέχων που εκφράζει μία θέση είναι υποχρεωμένος να την υπερασπιστεί εάν του ζητηθεί
3. Ο κανόνας της θέσης: η επίθεση ενός συμμετέχοντα σε μία θέση πρέπει να σχετίζεται με τη θέση που έχει εκφραστεί από τον άλλο συμμετέχοντα
4. Ο κανόνας της συνάφειας: ένας συμμετέχων μπορεί να υπερασπιστεί τη θέση του μόνο εκφράζοντας επιχειρήματα που σχετίζονται με αυτή τη θέση.
5. Ο σιωπηρός κανόνας της προκείμενης: ένας συμμετέχων δεν πρέπει να παρουσιάσει εσφαλμένα μία πρόταση που έμεινε ανέκφραστη από το άλλο μέλος ή να αρνηθεί μία πρόταση που υπονόησε
6. Ο κανόνας του εναρκτήριου σημείου: κανένα μέλος δεν πρέπει να παρουσιάσει λανθασμένα μία πρόταση ως αποδεκτό εναρκτήριο σημείο ή να αρνηθεί μία πρόταση παρουσιάζοντας ένα εναρκτήριο σημείο
7. Ο κανόνας του επιχειρηματολογικού σχήματος: καμία θέση δεν πρέπει να θεωρηθεί ως αναμφισβήτητη εάν ο υπερασπιστής της δεν επιχειρηματολογήσει σωστά για αυτή
8. Ο κανόνας της εγκυρότητας: η λογική στην επιχειρηματολογία πρέπει να είναι εύλογα έγκυρη ή να είναι ικανή να γίνει έγκυρη εκφράζοντας ρητά μία ή περισσότερες προτάσεις.

9. Ο κανόνας του κλεισίματος/ της λήξης: μία αποτυχημένη υπεράσπιση μιας θέσης οδηγεί στην απόσυρση της πρότασης και η επιτυχημένη υπεράσπιση πρέπει να οδηγεί στη απομάκρυνση των αμφιβολιών προς αυτή.
10. Ο κανόνας χρήσης: τα συμβαλλόμενα μέρη δεν πρέπει να χρησιμοποιούν ασαφή αναπτύγματα ή διαφορούμενα και πρέπει να ερμηνεύουν τα αναπτύγματα του άλλου μέρους προσεκτικά και με σαφήνεια.

Οι van Eemeren & Hootlosser (2002), σύμφωνα με τους Riggotti et al. (2009) πρότειναν, για να συμφιλιώσουν ένα κενό ανάμεσα στη διαλεκτική και τη ρητορική προσέγγιση της επιχειρηματολογίας, την έννοια του *στρατηγικού ελιγμού*, η οποία λαμβάνει υπόψιν το προσωπικό κίνητρο που ωθεί κάθε ομιλητή να εμπλακεί σε μία κριτική συζήτηση. Κινήθηκαν, έτσι, σε ένα πιο ολοκληρωμένο μοντέλο κριτικής συζήτησης που συμπεριλαμβάνει την προσωπική επιθυμία του ομιλητή να κερδίσει την υπόθεση (ρητορικός σκοπός), η οποία σε πραγματικές επιχειρηματικές πρακτικές, συνταιριάζεται πάντα με τη δέσμευση να διατηρηθεί μία λογική/ εύλογη σταθερά (διαλεκτικός σκοπός).

Η πραγμα-διαλεκτική προσέγγιση μελετά και ένα ακόμη σημαντικό κομμάτι της επιχειρηματολογίας, τις *πλάνες*/ εσφαλμένες αντιλήψεις, και μάλιστα τις μελετά οργανικά ως παραβιάσεις της λογικής και του εύλογου και, έτσι, ως παραβιάσεις των δέκα κανόνων της κριτικής συζήτησης. Σύμφωνα με τους van Eemeren & Grootendorst (1992), όπως αναφέρουν οι Riggotti et al. (2009) οι παραποιητικές/ χειριστικές διαδικασίες μπορούν να ερμηνευτούν ευρέως ως παραβιάσεις αυτών των δέκα κανόνων. Με αυτόν τον τρόπο, η πραγμα-διαλεκτική προσφέρει ένα ολοκληρωμένο πλέγμα παρουσιάζοντας ένα ιδανικό μοντέλο λογικής και εύλογης συζήτησης, ενάντια στην οποία κάθε επιχειρηματολογική κίνηση μπορεί να αξιολογηθεί και να κριθεί. Σύμφωνα με τους Riggotti et al. (2009) η πιο ενδιαφέρουσα περίπτωση παραπλάνησης- και ταυτόχρονα αυτή με τις πιο πολλές πιθανότητες να πετύχει- εμφανίζεται όταν ένα ήδη παραπλανημένο άτομο προσπαθεί να πείσει κάποιο άλλο. Ουσιαστικά πρόκειται για μία έμμεση και όχι επιδιωκόμενη παραπλάνηση, αφού στην πραγματικότητα, σε αυτή την περίπτωση, ο παραπλανημένος δεν επιδιώκει το σκοπό ενός παραπλανημένου παραπλανητή αλλά το σκοπό του αρχικού παραπλανητή. Μία μορφή παραπλάνησης είναι η ανακρίβεια, η οποία παραβιάζει το τεκμήριο της αυθεντίας, αναφέρεται στις θέσεις και στρεβλώνει

την όψη της πραγματικότητας και ταυτόχρονα εσφαλμένα σχετίζεται με την αντιμετώπιση πράξεων ομιλίας ως προκείμενες. Η ανακρίβεια/αναλήθεια προϋποθέτει τη μορφή της παραπληροφόρησης εάν ο παραπλανητής ελέγχει όλο το επικοινωνιακό σύστημα και για αυτό μπορεί να αποφεύγει το ρίσκο αντίκρουσης/διάψευσης από πιθανούς ανταγωνιστές (Riggotti & Morasso, 2009).

Στις σύγχρονες μελέτες για την επιχειρηματολογία σημαντική είναι και η συνεισφορά του Douglas Walton κυρίως στην εξέλιξη της προσέγγισης της άτυπης λογικής, παρόλο που η ασχολία του με την επιχειρηματολογία είναι ευρύτερη. Αρχικά ο Walton επικεντρώθηκε στη μελέτη της τυπολογίας των *διαλόγων*, θεωρούμενων ως το πραγματικό πλαίσιο όπου η επιχειρηματολογική διάδραση μπορεί να λάβει χώρα (Riggotti et al., 2009). Ο σκοπός του τύπου του διαλόγου θέτει περιορισμούς στις κινήσεις που επιτρέπονται στους ομιλητές. Σύμφωνα, λοιπόν με τον Walton (1989), όπως αναφέρουν οι Andriessen et al. (2003), οι επιχειρηματολογικοί διάλογοι ταξινομούνται σε σχέση με τις περιστάσεις (τη δραστηριότητα), τις μεθόδους και τους στόχους ως εξής (βλ. Πίνακα 4):

ΔΙΑΛΟΓΟΣ	ΑΡΧΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	ΜΕΘΟΔΟΣ	ΣΤΟΧΟΣ
διαπληκτισμός	συναισθηματική ανησυχία	προσωπική επίθεση	“το να χτυπήσεις” τον άλλον
αντιλογίες	ρητορικός διαγωνισμός	εκφραστική νίκη	εντυπωσιασμός του κοινού
πειθώ (κριτική συζήτηση)	διαφορά απόψεων	εσωτερική και εξωτερική απόδειξη	το να πείσεις τον άλλον
έρευνα	έλλειψη αποδείξεων	γνώση βασισμένη στην επιχειρηματολογία	καθιέρωση αποδεικτικών στοιχείων
συνεννόηση	διαφορά στα ενδιαφέροντα	διαπραγμάτευση	προσωπικό όφελος/ κέρδος
αναζήτηση πληροφοριών	έλλειψη πληροφοριών	ερωτήσεις	ανεύρεση πληροφοριών
αναζήτηση δράσης	ανάγκη για δράση	επιτακτικές ανάγκες	παραγωγή δράσης
εκπαιδευτικός	άγνοια	διδασκαλία	μετάδοση γνώσης

Πίνακας 4: Τύποι επιχειρηματολογικών διαλόγων (Walton, 1989, p.10).

Για τον Walton (1989), λοιπόν, μια επιχειρηματολογία μπορεί να παραχθεί είτε ως ανάγκη για την επίλυση ενός προβλήματος, είτε για να αναζητηθούν πληροφορίες, είτε για να συνεννοηθούν τα άτομα για κάτι ή ακόμα και λόγω κάποιας συναισθηματικής ανησυχίας. Ανάλογοι, λοιπόν, με τον τύπο του διαλόγου είναι και οι στόχοι του διαλόγου που μπορούν να περιλαμβάνουν το να πειστεί κάποιος συνομιλητής ή ότι η μία θέση πρέπει να γίνει αποδεκτή, την αντίκρουση μιας θέσης, την επίδειξη της υπεράσπισης μίας θέσης κτλ σε ένα διαθεματικό επίπεδο αλλά μπορούν επίσης και να σχετίζονται με την αντιμετώπιση, και να περιλαμβάνουν την επίδειξη της προσωπικής υπεροχής σε διάφορα θέματα σε διαπροσωπικό επίπεδο.

Η κατανόηση της επιχειρηματολογίας και της προέλευσής της ως αποτέλεσμα διαλογικών περιστάσεων παραγόμενης σε επικοινωνιακά περιβάλλοντα βοηθά στη διαφοροποίηση των διαφορετικών πλαισίων, με διαφορετικές απαιτήσεις και κατανοήσεις, χωρίς την ανάγκη προσφυγής σε σχήματα λογικών σκέψεων. Η επιχειρηματολογία μπορεί, ως εκ τούτου, να προέρχεται από επικοινωνιακές ανταλλαγές που παράγονται σε διαφορετικές, περισσότερο ή λιγότερο, και επίσημες καταστάσεις. Οι καθημερινές περιστάσεις είναι διαφορετικές απ' ό,τι οι ακαδημαϊκές ή οι επιστημονικές τόσο στα διαλογικά μοντέλα που χρησιμοποιούν οι ομιλούντες όσο και στα θέματα που συζητούνται, ή ακόμη και στην ανάγκη να αιτιολογηθούν οι δηλώσεις που εκφράζονται. Η τυπική ακαδημαϊκή ή επιστημονική επιχειρηματολογία, απαιτεί δομές/κατασκευές που είναι πιο κοντά στις νόρμες που προτείνουν οι προσεγγίσεις που είναι πιο κοντά στη λογική ή στη διαλεκτική. Όμως, αυτές οι νόρμες δε χρησιμοποιούνται τυπικά στην καθημερινή συνομιλία και σε περιβάλλοντα στα οποία οι μέθοδοι της επιχειρηματολογίας θα γινόταν αρχικά αντικείμενο μάθησης σύμφωνα με τους Mercier & Sperber (2011), όπως αναφέρουν οι Pérez-Echeverría et al.(2016).

### **3. ΟΙ “ΤΕΣΣΕΡΙΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ” ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ**

Η επιχειρηματολογία, όπως έχει ήδη αναφερθεί, θεωρείται ως μία δραστηριότητα κάθε λόγου στην οποία υπάρχουν δύο αντίθετες απόψεις. Επομένως, η επιχειρηματολογία περιλαμβάνει ένα άτομο (τον προτείνοντα), ένα συνομιλητή (τον

αντίπαλο) και ένα θέμα (συζήτησης) πάνω στο οποίο έχουν διαφορετικές απόψεις. Σε αυτά τα στοιχεία θα προσθέσουμε και ένα τέταρτο, το οποίο είναι το μέσο, καθώς σε κάθε επικοινωνιακή κατάσταση είναι σημαντικό να ληφθούν υπόψιν τα εργαλεία (τεχνολογικά και συμβολικά) μέσω των οποίων οι συμμετέχοντες αλληλεπιδρούν. Η επιχειρηματολογία, λοιπόν, περιλαμβάνει γνωστικές, διαδραστικές και διαλογικές διαδικασίες που βγάζουν νόημα. Δεν λαμβάνουν χώρα σε ένα κοινωνικό κενό, αλλά σε ένα θεσμικό και πολιτιστικό πλαίσιο. Έτσι, οι διαστάσεις που πρέπει να ληφθούν υπόψιν περιλαμβάνουν τα άτομα με τις προσωπικές τους γνωστικές και επικοινωνιακές δεξιότητες, συνομιλητές με το δικό τους κύρος και προθέσεις, το υπό συζήτηση θέμα, τα εργαλεία διαμεσολάβησης που χρησιμοποιούνται και το κοινωνιοπολιτισμικό πλαίσιο.

▪ ***Η διαπροσωπική και η διαλογική διάσταση της επιχειρηματολογίας:***

Η επιχειρηματολογία, σύμφωνα με τους van Eemeren & Grootendorst (1992), όπως αναφέρουν οι Larrain, Freire & Howe (2014), είναι παρούσα οποτεδήποτε δύο ή περισσότερα άτομα που έχουν αντίθετες απόψεις για ένα θέμα προσπαθούν να φτάσουν σε συμφωνία. Σύμφωνα με τον Leitão (2008), όπως αναφέρουν οι Larrain et al. (2014), η επιχειρηματολογία εκτυλίσσεται σύμφωνα με τρεις τύπους δράσεων ή διαστάσεις: την πραγματική/ρεαλιστική, την επιστημονική και τη διαλεκτική. Η πραγματική/ρεαλιστική διάσταση σχετίζεται με τις πράξεις του συμμετέχοντος που δημιουργούν τις συνθήκες που επιτρέπουν την εμφάνιση της επιχειρηματολογίας. Η διάσταση αυτή έχει να κάνει με το πώς οι συμμετέχοντες δημιουργούν το διαπροσωπικό σκηνικό για να επιχειρηματολογήσουν. Η επιστημονική διάσταση περιλαμβάνει δράσεις που συνθέτουν το περιεχόμενο και τρόπους σκέψης/συλλογιστικές πορείες σύμφωνα με τις νόρμες συγκεκριμένων τομέων. Τέλος, η διαλεκτική διάσταση περιλαμβάνει τον τύπο των σημειωτικών μηχανισμών (αιτιολόγηση, αντεπιχείρημα και απάντηση/ αντίλογος) παρόντων σε συγκεκριμένη αλληλεπίδραση. Ο επιχειρηματικός διάλογος, λοιπόν, μπορεί να θεωρηθεί ως ένας τρόπος προσπάθειας να λυθεί ένα πρόβλημα και τότε η θέση, της οποίας η αποδοχή προσδιορίζει τη βάση ενός επιχειρήματος, θα θεωρείται λύση στο πραξεολογικό πρόβλημα. Με μία πρώτη ματιά, επομένως, μπορεί να φανεί ότι η πιο απλή διαλογική επιχειρηματολογική κατάσταση μπορεί να οριστεί ως εξής: ο ομιλητής 1 δέχεται μία λύση, ο ομιλητής 2 δεν τη δέχεται. Ο ομιλητής 1 παράγει ένα επιχείρημα για τη λύση



1 (που γίνεται η θέση) για να κάνει (ή να αναγκάσει) τον ομιλητή 2 να αποδεχτεί τη λύση/ θέση. Αυτό θα ήταν ένα “ανταγωνιστικό” επιχείρημα, αφού ο σκοπός του ομιλητή 1 είναι να πείσει τον ομιλητή 2 (Baker, 2009).

Δεδομένου ότι η επιχειρηματολογική περίσταση περιλαμβάνει μία ποικιλία λύσεων ή/και στάσεων προς αυτές, το υπό συζήτηση θέμα ή πρόβλημα μπορεί να λυθεί εάν ο βαθμός της αποδοχής που σχετίζεται με τις διαφορετικές λύσεις μπορεί να τροποποιηθεί, έτσι ώστε να αναδειχθεί μία ως η πιο αποδεκτή. Υπάρχουν δύο τρόποι για να γίνει αυτό: (α) οι συνομιλητές να εμπλακούν στην *επιχειρηματολογία* ή (β) οι συνομιλητές να *συνεννοηθούν τη σημασία των λύσεων* που έλαβαν υπόψιν. Το να παραχθεί ένα επιχείρημα με σεβασμό σε μία θέση εμπεριέχει την αναζήτηση επιπρόσθετης πληροφόρησης σχετικής με αυτή τη θέση. Μόλις η επιχειρηματολογική σχέση ανάμεσα στην πληροφορία και στη θέση καθιερωθεί, η πληροφορία γίνεται επιχείρημα υπέρ αυτής (όταν αυξάνει την αποδοχή της θέσης) ή κατά αυτής (όταν μειώνει την αποδοχή της θέσης). Η πληροφορία που αναζητείται από τους συνομιλητές μπορεί να προέρχεται από διάφορες πηγές, συμπεριλαμβανομένης και της καθημερινής ζωής, προηγούμενες γνώσεις και φυσικά, από την ίδια την κατάσταση (Baker, 2009).

Εάν λάβουμε υπόψιν μόνο τα άτομα που εμπλέκονται σε μία επιχειρηματολογία, δε μπορούμε να καταλάβουμε τη διαλογική συνθετότητα της δραστηριότητας, καθώς η επιχειρηματολογία δεν είναι μόνο η αναμέτρηση ιδεών αλλά και η αναμέτρηση ατόμων, ως προς τον τρόπο σκέψης, έκφρασης, προτιμήσεων, αδυναμιών, κρυφών σκέψεων κτλ. (Andriessen, 2009). Έτσι, πρέπει να λάβουμε υπόψιν την αλληλεπίδραση ανάμεσα στο άτομο και το συνομιλητή του και να μελετήσουμε το πώς η επιχειρηματολογία, ως ένα συγκεκριμένο είδος διαλόγου, συνεισφέρει στην είσοδο των ατόμων σε ένα πεδίο συγκεκριμένων δραστηριοτήτων, σε μία κουλτούρα και στη μάθηση. Αυτό επίσης οδηγεί σε μία πιο εκ βαθέων μελέτη των χαρακτηριστικών των συνομιλητών. Οι δυναμικές της αλληλεπίδρασης και της επιχειρηματολογίας επηρεάζονται από το εάν η επιχειρηματολογία γίνεται με συνομήλικο, με ενήλικα ή κάποιον ανώτερο ιεραρχικά. Βασικό, λοιπόν, χαρακτηριστικό της επιχειρηματολογίας είναι η παρουσία ενός άλλου ατόμου. Αναγνωρίζοντας τη διαλογική διάσταση της επιχειρηματολογίας γίνεται πιθανή η απόδειξη ότι η επιχειρηματολογία περιλαμβάνει πάντα διάδραση, έναν τύπο διαλόγου (ακόμη και έναν εσωτερικό διάλογο) στον οποίο η επιχειρηματολογία αναδύεται ως

μία αντίδραση στις αμφιβολίες. Επομένως, το να επιχειρηματολογεί κανείς περιλαμβάνει την παρουσίαση διαφορετικών απόψεων πάνω σε ένα θέμα. Έτσι, σύμφωνα με τους van Eemeren & Grootendorst (2004), όπως αναφέρουν οι Muller Mirza, Perret-Clermont, Tartas & Iannaccone (2009), στην ουσία της η επιχειρηματολογία είναι μία σχέση με κάποιον “άλλον”, που μπορεί να είναι φυσικά παρών ή και όχι, του οποίου η αντίθετη ή η σκεπτική φωνή οδηγεί στην εμφάνιση της επιχειρηματολογίας. Η επιχειρηματολογία, λοιπόν, δεν εμφανίζεται απαραίτητως ανάμεσα σε δύο διαφορετικά άτομα, καθώς και από μόνο του ένα άτομο μπορεί να υποστηρίξει αντικρουόμενες απόψεις, στο βαθμό στον οποίο μπορεί να διατυπώσει διαφορετικής (ακόμη και αντίθετες) απόψεις σχετικά με ένα θέμα στην προσπάθειά του να το κατανοήσει (Larrain et al., 2014). Αξίζει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με τον Schwarz (2009) δεν είναι κάθε ομιλία πάντα επιχειρηματολογική. Για να υπάρξει επιχειρηματολογία απαιτείται να υπάρχει και ανάγκη για αιτιολόγηση, η οποία εμφανίζεται μόνο όταν ένα άτομο γνωρίζει τις αδυναμίες μιας άποψης και ως εκ τούτου συνδέεται πάντα με τη δυναμική των εναλλακτικών απόψεων. Επομένως, η περισσότερη αιτιολόγηση είναι ενδεικτική της επιχειρηματολογίας (Larrain et al., 2014).

Η επιχειρηματολογία αντιμετωπίζεται ως συζήτηση στην οποία ο ομιλητής αναμένει την αντίδραση του συνομιλητή σε μια διαδικασία που ο Bakhtin (1981) ονομάζει “ανταποκριτική κατανόηση”, όπως αναφέρεται στους Muller Mirza et al. (2009). Υπό αυτό το πρίσμα, όλες οι παρεμβάσεις ορίζονται από το τί προηγείται ή έπεται σε μία σειρά διαλόγων. Η επιχειρηματολογία ως εκ τούτου δεν είναι το αποτέλεσμα μίας μεμονωμένης σκέψης αλλά μίας συνεργασίας των συμμετεχόντων. Σημαντική, λοιπόν, παράμετρος της επιχειρηματολογίας είναι και ο συνομιλητής-αντίπαλος, ως προς την ταυτότητά του και τη θέση του. Το ερώτημα, λοιπόν, του “άλλου” είναι σημαντικό για την επιχειρηματολογία και βρίσκεται στην καρδιά του ορισμού της δραστηριότητας της επιχειρηματολογίας και δείχνει τις δυναμικές της αλληλεπίδρασης. Οι άνθρωποι υποστηρίζουν τις απόψεις τους όταν πρέπει να εκφράσουν την αντίθεσή τους σε μία άλλη σκέψη. Η θέση του συνομιλητή οδηγεί το άτομο να ψάξει για αποδείξεις ή στοιχεία, και έτσι να αναπτύξει μία νέα μορφή κατανόησης του υπό συζήτηση θέματος. Αλλά η επιχειρηματολογία επηρεάζεται από την ταυτότητα και το στάτους του συνομιλητή. Υπάρχουν θέματα ασυμμετρικών σχέσεων και διαχείρισης του στάτους και της δύναμης, τόσο ανάμεσα σε παιδιά και

ενήλικες όσο και ανάμεσα σε συνομήλικους. Το ρίσκο του να χάσει κάποιος ή να κινδυνεύει τη σχέση του είναι κάτι που οι πρωταγωνιστές αισθάνονται με συγκεκριμένο τρόπο στην επιχειρηματολογία. Οι διαδικασίες της κοινωνικής σύγκρισης και η συμμόρφωση στην ομάδα, επίσης, περιλαμβάνονται σε μία επιχειρηματολογική διάδραση (Muller Mirza et al, 2009).

Σύγχρονοι ερευνητές έχουν δείξει ότι τα χαρακτηριστικά του συνομιλητή επηρεάζουν την ικανότητα του ατόμου να λάβει υπόψιν τις αντίθετες απόψεις. O François (2005), για παράδειγμα, σύμφωνα με τους Muller Mirza et al., (2009) υποστηρίζει ότι κάποια χαρακτηριστικά αποκρύπτονται σε μία επιχειρηματολογική περίπτωση ανάμεσα σε ένα παιδί και έναν ενήλικα σε σύγκριση με την αλληλεπίδραση ανάμεσα σε παιδιά. Συγκεκριμένα, ένας διάλογος ανάμεσα σε έναν ενήλικα και ένα παιδί είναι μία συνομιλία κυριαρχίας, ενώ η συνομιλία ανάμεσα σε παιδιά είναι συνεργατική ή αντιμαχόμενη. Ανάμεσα σε συνομήλικους, ο τρόπος που αναπτύσσεται και συνδέεται η συνομιλία είναι θέση με θέση, ενώ ένας ενήλικας εισάγει μία δομή ερώτησης-απάντησης. Η σχέση ανάμεσα στα παιδιά, επομένως, είναι ίση αλλά και πιο διαφοροποιημένη και ελεύθερη. Το παιδί επιδεικνύει περισσότερη συνέπεια στην επιχειρηματολογία του με συνομηλίκους τους παρά με ενήλικες. Ακόμα, όταν η επιχειρηματολογία λαμβάνει χώρα ανάμεσα σε συνομήλικους βιώνεται πιο πολύ ως παιχνίδι και, έτσι, επιτρέπεται η δημιουργικότητα. Τέλος, ένα από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της επιχειρηματολογίας ανάμεσα σε συνομήλικα παιδιά, και σε διάλογο ανάμεσα σε παιδιά γενικά, είναι η ποικιλία διαλογικών μορφών. Αυτό οφείλεται στην έμφυτη ιδιότητα της προσπάθειας και του λάθους στη μάθηση των παιδιών, και στη μικρή σημασία σχετικά με τις κοινωνικές απαγορεύσεις.

Η Golder (1996) κατόπιν της μελέτης της, όπως αναφέρουν οι Muller Mirza et al., (2009), σημειώνει ότι η εξοικείωση με το κοινό είναι ένας από τους καθοριστικούς παράγοντες στην μορφή της επιχειρηματολογίας, καθώς η επεξεργασία των θέσεων του συνομιλητή και μέσω αυτής η πρόβλεψη των ενστάσεών τους, σχετίζεται άμεσα με το επίπεδο οικειότητας ανάμεσα στους συνομιλητές. Από τη μελέτη της, προέκυψε ότι ανάμεσα στις ηλικίες 5-14 τα παιδιά επιχειρηματολογούν με διαφορετικό και πιο εξελιγμένο τρόπο απέναντι σε έναν ενήλικα παρά σε έναν συνομήλικό τους και απέναντι σε κάποιον που δε γνωρίζουν παρά σε κάποιον που τους είναι οικείος. Έτσι τα παιδιά είναι καλύτερα στο να

επικοινωνούν την άποψή τους όταν πρέπει να πείσουν (α) έναν κοντινό τους ενήλικα παρά ένα συνομήλικο παιδί, (β) έναν ενήλικα που δεν γνωρίζουν καλά παρά έναν κοντινό ενήλικα, (γ) έναν ενήλικα που επιχειρηματολογεί για την άποψή του παρά έναν ενήλικα που δεν συμμετέχει σε συζήτηση και (δ) έναν συνομήλικο που είναι φίλος τους παρά έναν άγνωστο.

Πολύ σημαντική παράμετρος σε σχέση με τον συνομιλητή είναι και η ταυτότητά του. Η εξειδίκευσή του πάνω στο θέμα μπορεί να επηρεάσει την επιχειρηματολογία, καθώς οι συνομιλητές που, κατόπιν κοινωνικής σύγκρισης, θεωρήσουν ότι η εξειδίκευσή τους στο θέμα είναι ίδια με το συνομιλητή τους, νιώθουν πιο ασφαλείς και σίγουροι και θεωρούν ότι μπορούν να φέρουν σε πέρας εξίσου την εργασία. Επομένως, η ταυτότητα των συνομιλητών μπορεί να έχει ρυθμιστική δράση, όπως ακριβώς και το φύλο και εν γένει τα χαρακτηριστικά και οι ιδιότητες του συνομιλητή μπορούν να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο κάποιος εισέρχεται σε μία επιχειρηματολογική κατάσταση, σύμφωνα με τους Psaltis & Duvveen (2000) και Voss & Van Dyke (2001), όπως αναφέρουν οι Muller Mirza et al. (2009).

▪ ***Η κοινωνιοπολιτισμική διάσταση της επιχειρηματολογίας:***

Εκτός από τον άμεσο συνομιλητή πολύ σημαντικό, επίσης, για την επιχειρηματολογία είναι το ευρύτερο κοινωνικό και επικοινωνιακό πλαίσιο, καθώς οι επιχειρηματολογικές δυναμικές προκύπτουν σε συγκεκριμένα κοινωνιοπολιτισμικά πλαίσια, τα οποία προσανατολίζουν, περιορίζουν και συνεισφέρουν στη μορφή που θα πάρουν. Υπό αυτό το πρίσμα, η επιχειρηματολογία είναι πάντα 'εγκαθιδρυμένη'. Έτσι μπορούμε να θεωρήσουμε ότι σε ένα δεδομένο μέρος και μία δεδομένη στιγμή, οι επιχειρηματικές πρακτικές συμβαίνουν ανάμεσα σε άλλες δραστηριότητες και ότι η πολιτιστική χρήση και τα έθιμα συνεισφέρουν στις μορφές που λαμβάνει η επιχειρηματολογία. Σε μία, λοιπόν, επιχειρηματολογική περίσταση, τα άτομα εμπλέκονται σε μία επικοινωνιακή κατάσταση. Κάθε άτομο, όμως, είναι ταυτόχρονα και μέλος κοινωνικών ομάδων, θεματοφύλακας αναπαραστάσεων και αξιών που μοιράζονται σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό με τους άλλους ανθρώπους. Αλλά πάνω απ' όλα, κάθε άτομο θεωρείται από τους άλλους ως μέλος μίας ομάδας, επομένως αντιπροσωπεύει μία πλειοψηφία με δύναμη ή μία μειοψηφία χωρίς ιδιαίτερο δικαίωμα λόγου. Σύμφωνα με τους Asch (1956) και Milgram (1974), όπως

αναφέρουν οι Muller Mirza et al. (2009) είναι σημαντικό να λάβουμε υπ' όψιν τα αποτελέσματα της συμμόρφωσης μέσα σε μία ομάδα στην κατανόηση των ψυχολογικών διεργασιών που μπορούν να αναστείλουν την εμπλοκή στην επιχειρηματολογία. Για παράδειγμα, κάποιοι ερευνητές έχουν αναγνωρίσει δύο μεγάλες διαδικασίες για να εξηγήσουν το φαινόμενο της συμμόρφωσης σε μία ομάδα. Η πρώτη είναι η “επιρροή της νόρμας”, όπου τα άτομα υιοθετούν τις νόρμες της ομάδας για να κερδίσουν επιβράβευση- αυτός ο τρόπος επιρροής επηρεάζει τις δημόσιες τοποθετήσεις- και η δεύτερη είναι η “επιρροή της πληροφορίας”, όπου τα άτομα συγκρίνουν την αντίδρασή τους με αυτή των άλλων όταν δεν είναι σίγουροι εάν είναι σωστοί -οι προσωπικές απόψεις επηρεάζονται πιο πολύ από αυτόν τον τύπο επιρροής.

▪ ***Το θέμα της επιχειρηματολογίας:***

Σημαντικό, ακόμα, στοιχείο για την επιχειρηματολογία είναι το θέμα της, το οποίο αναμφίβολα είναι κάτι περισσότερο από μία πρόφαση για επιχειρηματολογία. Τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του επηρεάζουν τη μορφή και το στυλ της επιχειρηματολογίας, καθώς από μόνο του μπορεί να επιβάλει σε ένα συγκεκριμένο βαθμό περιορισμούς στις επιχειρηματολογικές πρακτικές. Τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του θέματος μπορούν να εμποδίσουν ή να ενισχύσουν τη διαδικασία της επιχειρηματολογίας. Οι άνθρωποι δεν υποστηρίζουν την άποψή τους με τον ίδιο τρόπο σε θέματα πολιτικά, ηθικά, ιστορικά γεγονότα ή θέματα βιολογίας. Η επιχειρηματολογία επηρεάζεται από το θέμα, λόγω του τρόπου που έχει δομηθεί και εξαιτίας των αναπαραστάσεων που μεταφέρει. Κάθε θέμα έχει τις δικές του αναπαραστάσεις, μοιρασμένες σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό και προκαλεί συναισθήματα και κίνητρα έμφυτα στη δραστηριότητα και τα οποία μπορεί κάποιος να τα αντιπαραβάλει (Muller Mirza et al., 2009). Εξίσου σημαντικό σχετικά με το θέμα είναι το να το γνωρίζουν ο συνομιλητές και να ενδιαφέρονται για αυτό, καθώς αυτές οι πτυχές επηρεάζουν την ανάπτυξη επιχειρηματολογικών στρατηγικών. Η φύση του θέματος ενεργοποιεί την προγενέστερη γνώση και εμπειρία του ατόμου. Μερικοί μελετητές έχουν επίσης υποστηρίξει ότι είναι σημαντικό για το άτομο να αισθάνεται ότι το υπό συζήτηση θέμα είναι συζητήσιμο, δηλαδή να είναι θέμα που επιδέχεται συζήτηση και υποστήριξη μέσω επιχειρημάτων. Βέβαια για το τί είναι συζητήσιμο σημαντικό ρόλο παίζει και το πολιτισμικό πλαίσιο. Έτσι, προτού λάβει

χώρα μία επιχειρηματολογία τα συμβαλλόμενα μέρη πρέπει να λάβουν υπ' όψιν τη συζητησιμότητα του θέματος, η οποία κρίνεται διαφορετικά ανάλογα με την κοινωνική ή πολιτισμική ομάδα που τα άτομα ανήκουν.

Σύμφωνα με τον Plantin (2004), όπως αναφέρεται στους Muller Mirza et al. (2009), τα συναισθήματα των συμμετεχόντων σε μία επιχειρηματολογική κατάσταση δεν πρέπει να παραβλέπονται. Όταν τα άτομα εμπλέκονται σε μία επιχειρηματολογία υπόκεινται τόσο σε δέσμευση όσο και σε ρίσκο. Η δέσμευση σχετίζεται με το ότι θεωρούν πως το θέμα είναι αρκετά σημαντικό για να εμπλακούν στη συζήτηση, ενώ το ρίσκο αφορά στην έκθεσή τους, καθώς με την έκφραση ενός επιχειρήματος το οποίο θα εξεταστεί, είναι πολύ πιθανό οι ίδιοι να αντιμετωπίσουν μία κατά πρόσωπο επίθεση από άλλο άτομο. Σύμφωνα με τους Stein και Miller (1993), όπως αναφέρουν οι Muller Mirza et al. (2009), η γνώση της λειτουργίας, της μορφής και του περιεχομένου ενός επιχειρήματος *'αναδύεται από την επιθυμία να εξασφαλιστεί ότι οι σημαντικοί προσωπικοί στόχοι έχουν επιτευχθεί'*. Αυτοί οι ερευνητές πιστεύουν ότι υπάρχουν τέσσερα στοιχεία που υποβόσκουν στην ανάπτυξη ενός επιχειρήματος: (1) η επιθυμία να επιτευχθούν οι στόχοι που έχουν σημασία για το άτομο, (2) η επίγνωση των θετικών και αρνητικών συνεπειών των ενεργειών που σχετίζονται με την επίτευξη αυτών των στόχων, (3) η επίγνωση ότι υπάρχουν εμπόδια στη επίτευξη αυτών των στόχων και (4) οι απόψεις που αφορούν στις συνέπειες της μη επίτευξης των στόχων. Σημαντικός συναισθηματικός παράγοντας που επηρεάζει τη συμμετοχή σε έναν επιχειρηματολογικό διάλογο είναι και ο φόβος μήπως διαταραχθούν οι σχέσεις ανάμεσα στους συμμετέχοντες. Οι άνθρωποι έχουν την τάση να αποφεύγουν την έκφραση της ασυμφωνίας τους δημοσίως, καθώς συνήθως η ευθεία έκφραση αντίθεσης θεωρείται αγένεια και ανταγωνισμός, ο οποίος δεν εκτιμάται. Έτσι, οι άνθρωποι προσπαθούν να αποφύγουν την κατά μέτωπο αντίθεση, προβάρουν τις απόψεις τους ανοιχτά από πριν, έτσι ώστε να μπορούν να τις εγκαταλείπουν ή να τις αλλάζουν εύκολα εάν οι άλλοι άνθρωποι επισημάνουν την αντίθεσή τους, επηρεάζοντας έτσι τη συμμετοχή τους στην επιχειρηματολογία.

▪ ***Τα εργαλεία διαμεσολάβησης της επιχειρηματολογίας:***

Τα εργαλεία διαμεσολάβησης είναι επίσης μία σημαντική διάσταση, καθώς η μορφή τους, οι χρήσεις τους και οι χειρισμοί που ικανοποιούν ενυπάρχουν στην επιχειρηματολογία. Η έμφαση στη διαλογική διάσταση της επιχειρηματολογίας έχει

δώσει ιδιαίτερη έμφαση στη γλώσσα και συγκεκριμένα στον προφορικό λόγο. Τα παιδιά αρχικά μαθαίνουν να επιχειρηματολογούν μέσα στην οικογένειά τους με σκοπό να επιτύχουν σημαντικούς προσωπικούς στόχους όπως η κτήση και η ιδιοκτησία και αυτές οι αρχικές τους εμπειρίες έχουν προφανείς επιπτώσεις στις απόψεις τους και στις κατανοήσεις των κοινωνικών κανόνων, σχέσεων, οικογενειακών και προσωπικών διεργασιών. Δεδομένου, λοιπόν, ότι τα παιδιά πρώτα βρίσκονται σε καταστάσεις που απαιτούν προφορική επικοινωνία και μετά σε καταστάσεις που περιλαμβάνουν γραπτή επικοινωνία, είναι εύλογο η γραπτή επιχειρηματολογία να κατακτιέται πιο δύσκολα (Muller Mirza et al., 2009). Μερικοί ψυχολόγοι βλέπουν μία σχετικά αυστηρή χρονολογική σειρά στην κατάκτηση και εξοικείωση της γραπτής επιχειρηματολογίας: γύρω στα 10-12 χρόνια τα παιδιά είναι ικανά να επαληθεύουν μία άποψη, 13-14 χρονών ξεκινάνε να διαμορφώνουν το κείμενό τους και να παίρνουν σαφή απόσταση από τις απόψεις που εκφράζονται και μόλις στα 16, κατακτούν τη διαμόρφωση και την θεώρηση του αντεπιχειρήματος. Πράγματι, ο προφορικός λόγος είναι ένα κοινό μέσο διαμεσολάβησης για όλα τα άτομα, ανεξαρτήτου ηλικίας. Έπεται ο γραπτός λόγος, η κατάκτηση του οποίου έρχεται σε μεγαλύτερη ηλικία. Τα τελευταία χρόνια η έκφραση επιχειρημάτων μπορεί να λάβει χώρα τόσο σε προφορικούς όσο και σε γραπτούς διαλόγους μέσω της επικοινωνίας με υπολογιστή. Στην τελευταία περίπτωση, η σύγχρονη συζήτηση με επιχειρηματολογία μπορεί να περιλαμβάνει μαθησιακούς μηχανισμούς τόσο από το διάλογο όσο και το γράψιμο, σύμφωνα με τους Alamargot & Andriessen (2002), όπως αναφέρουν οι Andriessen et al, (2003). Η επιχειρηματολογία, λοιπόν, μπορεί να επιτυγχάνεται και μέσω των υπολογιστικών εργαλείων, η διαμεσολάβηση των οποίων αποτελούν και θέμα της παρούσης εργασίας.

## 4. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ

Η αξιολόγηση της επιχειρηματολογίας μπορεί να γίνει με πολλά κριτήρια τα οποία μπορούν να σχετίζονται με τη δομή και την πολυπλοκότητά της, το βαθμό της αντίθεση καθώς και με το διαλογικό της χαρακτήρα και το περιεχόμενό της.

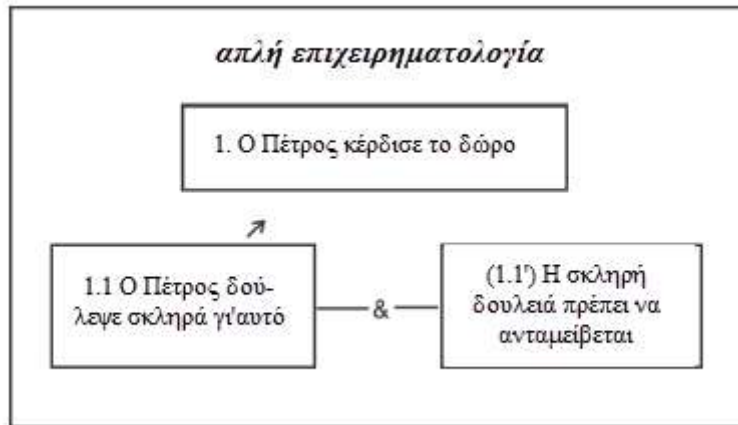
### 4.1 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΠΟΛΥΠΛΟΚΟΤΗΤΑ

Η επιχειρηματολογία χρησιμοποιείται για να υπερασπιστεί και να υποστηρίξει κάποιος μία άποψη, το οποίο συνήθως σημαίνει ότι θα χρησιμοποιήσει πάνω από ένα επιχειρήματα. Η πιο απλή, λοιπόν, μορφή επιχειρηματολογίας αποτελείται μόνο από ένα επιχειρήματα αλλά η δομή της επιχειρηματολογίας μπορεί να είναι πιο περίπλοκη, καθώς αρκετά απλά επιχειρήματα μπορούν να συνδυαστούν και να διαταχθούν με διαφορετικούς τρόπους για να διαμορφώσουν την υπεράσπισης μιας άποψης. Η επιχειρηματολογία μπορεί να αξιολογηθεί μόνο αφού γίνει σαφές το πώς τα επιχειρήματα ταιριάζουν μεταξύ τους και μπορεί μόνο να προσδιοριστεί η δομή της επιχειρηματολογίας όταν γίνει κατανοητό πως η σύνθετη επιχειρηματολογία μπορεί να καταταμηθεί σε απλά/μονά επιχειρήματα.

Σύμφωνα με τους van Eemeren et al. (2002) η επιχειρηματολογία ως προς τη δομή της μπορεί να διαχωριστεί σε απλή επιχειρηματολογία, σε πολλαπλή, σε παρατακτική και σε υποτακτική επιχειρηματολογία.

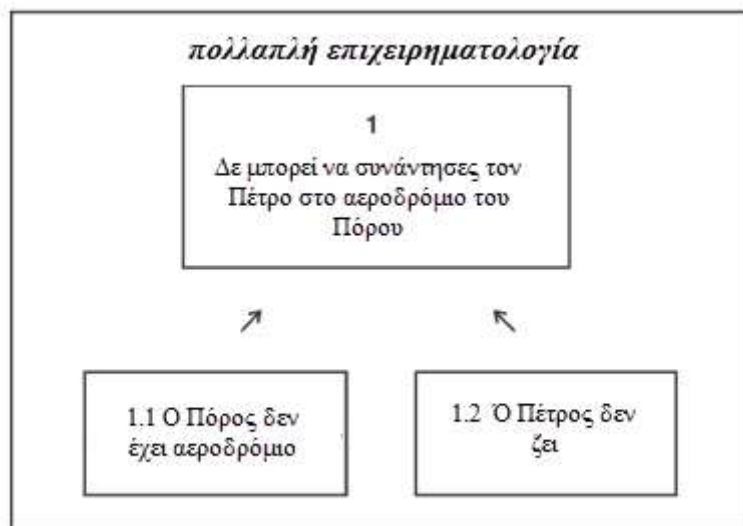
- Η απλή επιχειρηματολογία: Η απλή επιχειρηματολογία (βλ. Εικόνα 2) αποτελείται από ένα απλό επιχειρήματα. Το απλό επιχειρήματα είναι ένα επιχειρήματα που στην πλήρη ρητή μορφή του αποτελείται από δύο και μόνο δύο υποθέσεις. Συνήθως, μία από αυτές δεν εκφράζεται, έτσι το απλό επιχειρήματα φαίνεται ότι αποτελείται από μόνο μία υπόθεση. Αυτού του είδους το επιχειρήματα συχνά είναι δύσκολα αναγνωρίσιμο.





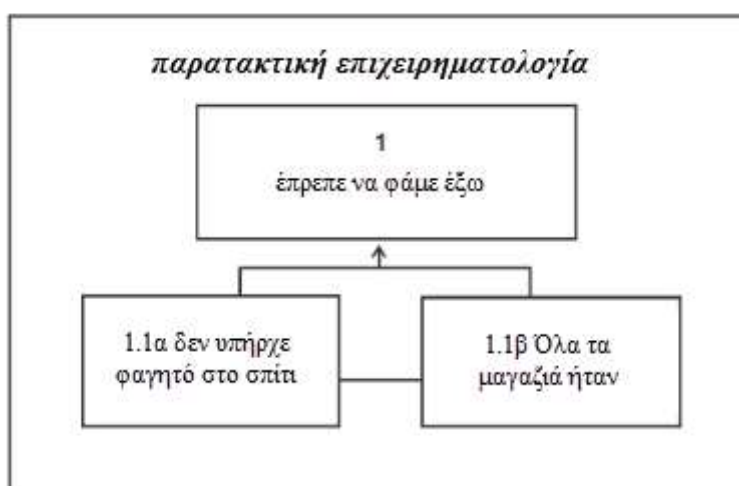
Εικόνα 2: Παράδειγμα απλής επιχειρηματολογίας

▪ Η πολλαπλή επιχειρηματολογία: Η πολλαπλή επιχειρηματολογία (βλ. Εικόνα 3) είναι ο πρώτος τύπος σύνθετης επιχειρηματολογίας. Αποτελείται από εναλλακτικές δικαιολογίες της ίδιας άποψης, οι οποίες παρουσιάζονται η μια μετά την άλλη. Αυτές οι δικαιολογίες δεν εξαρτώνται η μία από την άλλη για να υποστηρίξουν την άποψη και είναι, κατ' αρχήν, ίδιας βαρύτητας. Κάθε δικαιολογία θα μπορούσε να σταθεί και μόνη της και να παρουσιαστεί σαν να μπορούσε ικανοποιητικά να υπερασπιστεί την άποψη.



Εικόνα 3: Παράδειγμα πολλαπλής επιχειρηματολογίας

▪ Η παρατακτική επιχειρηματολογία: Στον δεύτερο τύπο της σύνθετης επιχειρηματολογίας, στην παρατακτική επιχειρηματολογία, τα επιχειρήματα δεν διαμορφώνουν μία σειρά εναλλακτικών υπερασπίσεων/ δικαιολογιών. Η παρατακτική επιχειρηματολογία (βλ. Εικόνα 4) είναι μία προσπάθεια υπεράσπισης της άποψης που αποτελείται από έναν συνδυασμό επιχειρημάτων που πρέπει να ληφθούν μαζί υπ' όψιν για να οικοδομήσουν μία πειστική υπεράσπιση. Τα συστατικά στοιχεία της παρατακτικής επιχειρηματολογίας εξαρτώνται το ένα από το άλλο για την υπεράσπιση της άποψης. Μπορούν να εξαρτώνται μεταξύ τους με πολλούς τρόπους, πχ κάποιες φορές εξαρτώνται μεταξύ τους γιατί μόνα τους τα επιχειρήματα είναι πολύ αδύναμα για να υποστηρίξουν τη θέση.

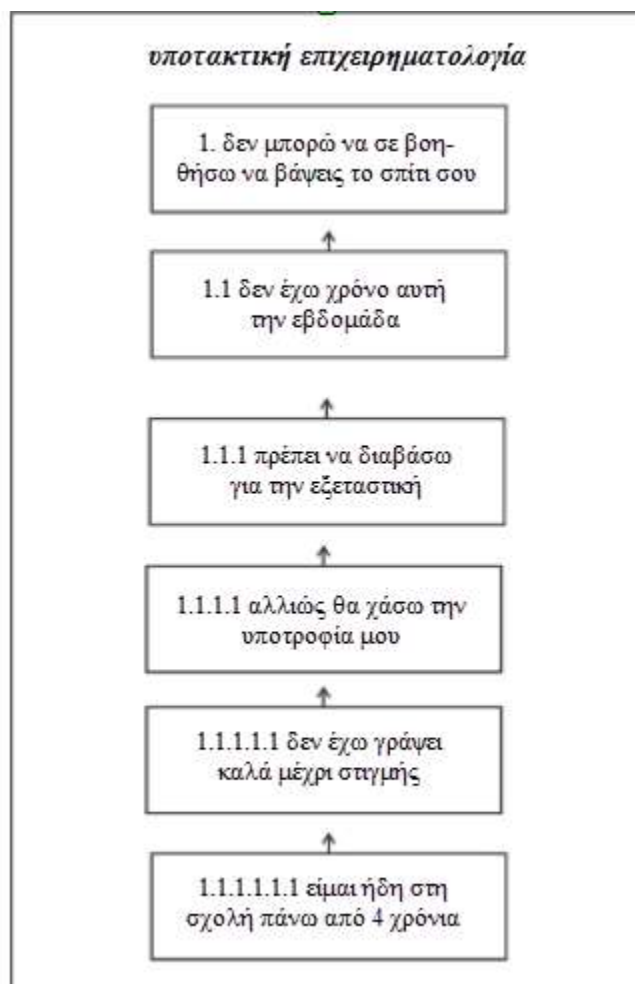


Εικόνα 4: Παράδειγμα παρατακτικής επιχειρηματολογίας

Αξίζει να σημειωθεί ότι η διάκριση παρατακτικής και πολλαπλής επιχειρηματολογίας δεν είναι πάντα εύκολη.

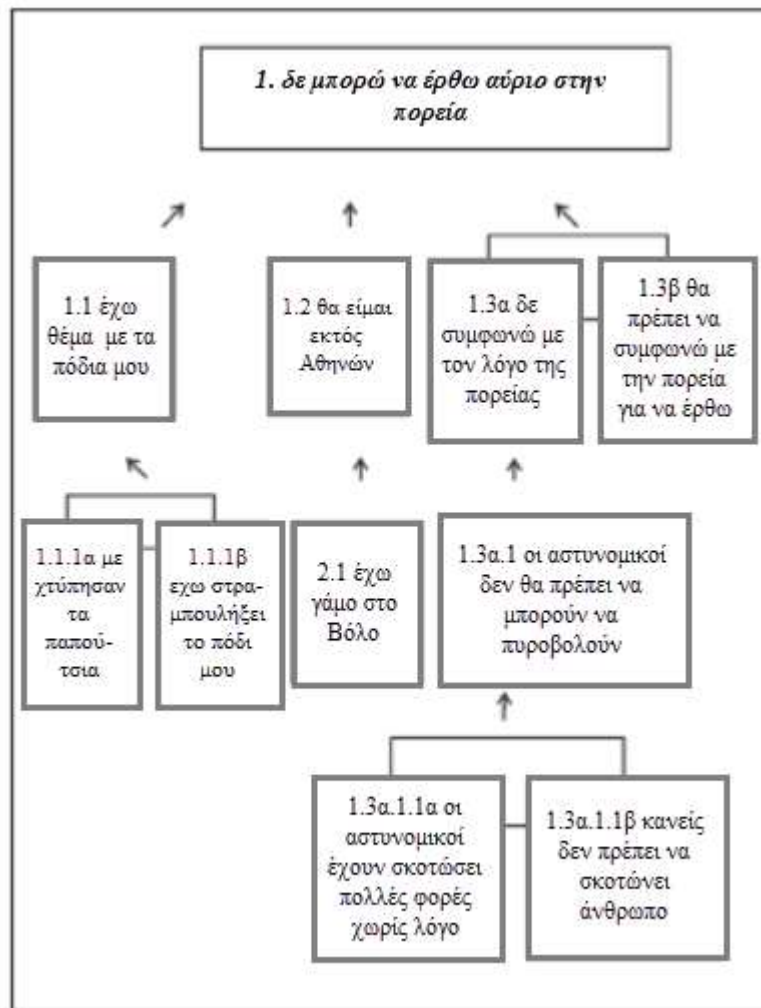
▪ Η υποτακτική επιχειρηματολογία: Σε αυτή δίνονται επιχειρήματα για να υποστηρίξουν επιχειρήματα. Η υπεράσπιση της αρχικής άποψης γίνεται, έτσι, σταδιακά, σαν να υπάρχουν στρώσεις η μία πάνω στην άλλη. Εάν το υποστηρικτικό επιχείρημα για την αρχική θέση δε μπορεί να σταθεί μόνο του, τότε υποστηρίζεται από ένα άλλο επιχείρημα, και εάν αυτό το επιχείρημα χρειάζεται υποστήριξη, τότε προστίθεται ένα άλλο επιχείρημα και ούτω καθ' εξής μέχρι η υπεράσπιση να φαίνεται ολοκληρωμένη. Στην υποτακτική επιχειρηματολογία (βλ. Εικόνα 5), ο ομιλητής προβλέπει ότι κάποια κομμάτια της επιχειρηματολογίας θα χρειαστούν επιπλέον υπεράσπιση. Το κομμάτι που θα τεθεί προς υπεράσπιση τότε γίνεται υπο-άποψη, η

οποία υπερασπίζεται από υπο-επιχειρηματολογία. Αυτή η υπο-επιχειρηματολογία, με τη σειρά της μπορεί να περιλαμβάνει υπο-υπο-άποψη που χρειάζεται υπο-υπο-υπεράσπιση κοκ. Η υποτακτική επιχειρηματολογία μπορεί να θεωρηθεί ως μία αλυσίδα αιτιολόγησης όπου ο πιο αδύναμος κρίκος καθορίζει τη δύναμη του συνόλου, ανεξάρτητα από τους άλλου συνδέσμους.



Εικόνα 5: Παράδειγμα υποτακτικής επιχειρηματολογίας

Η πολλαπλή, παρατακτική και υποτακτική επιχειρηματολογία μπορούν επίσης να συνδυαστούν, όπως φαίνεται στην παρακάτω παρακάτω εικόνα (Εικόνα 6).



Εικόνα 6: Συνδυασμός επιχειρηματολογιών

Η πολυπλοκότητα της επιχειρηματολογικής δομής, λοιπόν, εξαρτάται από τον αριθμό των απλών επιχειρημάτων από τα οποία αποτελείται και τη σχέση ανάμεσα σε αυτά τα επιχειρήματα. Ο αριθμός των επιχειρημάτων που πρέπει να αναπτυχθούν εξαρτάται, ανάμεσα στα άλλα, από τη φύση της διαφορετικότητας των απόψεων που η επιχειρηματολογία σκοπεύει να επιλύσει. Η επίλυση μίας πολλαπλής διαφοράς μιας άποψης εκ φύσεως απαιτεί περισσότερο από ένα απλό επιχείρημα. Κάθε πρόταση προς υπεράσπιση απαιτεί τουλάχιστον ένα επιχείρημα, οπότε εάν υπάρχουν πολλές προτάσεις προς υπεράσπιση ή αναίρεση τότε εξ ορισμού πρέπει να εκφραστούν πολλά απλά επιχειρήματα. Η πολυπλοκότητα της δομής της επιχειρηματολογίας εξαρτάται από τις ενστάσεις που θα εκφραστούν ή θα προκύψουν. Εάν οι εμπλεκόμενοι αντιμετωπίσουν αντιρρήσεις για συγκεκριμένα τμήματα του

επιχειρήματος, τότε πρέπει να επιχειρηματολογήσουν για αυτά τα τμήματα με περισσότερα επιχειρήματα (van Eemeren et al., 2002).

Η κριτική ή η αναμενόμενη κριτική που θα αντιμετωπιστεί από την επιχειρηματολογία δεν περιλαμβάνει πάντα το στοιχείο των υποθέσεων, αλλά μπορεί να σχετίζεται και με την ισχύ της δικαιολογίας τους. Ο ανταγωνιστής μπορεί να δεχτεί μία υπόθεση, αλλά ακόμα να συνεχίζει να αμφισβητεί το εάν δίνει επαρκή υποστήριξη στην άποψη. Για να αντιμετωπίσει τέτοια κριτική, ο πρωταγωνιστής μπορεί να συμπληρώσει την αρχική επιχειρηματολογία με άλλα επιχειρήματα που υποστηρίζουν απευθείας την άποψη, σχηματίζοντας, έτσι, μία παρατακτική επιχειρηματολογία. Η απάντηση του ανταγωνιστή ή οι αναμενόμενες απαντήσεις μπορεί να οδηγήσουν τον πρωταγωνιστή να εκφράσει όχι μόνο υποτακτική ή παρατακτική επιχειρηματολογία, αλλά επίσης και πολλαπλή επιχειρηματολογία. Επειδή η πολλαπλή επιχειρηματολογία αποτελείται από αρκετές εναλλακτικές υποστηρίξεις της ίδιας άποψης, οι οποίες πρέπει να είναι επαρκείς, και κάθε μία ξεχωριστά, μπορεί να φαίνεται λίγο “υπερβολικό”. Ένας λόγος για να δώσει κανείς επιπλέον επιχειρήματα είναι εάν ο πρωταγωνιστής αναμένει ότι μία ή περισσότερες προσπάθειες να υπερασπιστεί την θέση του θα είναι ανεπιτυχείς. Εάν η επιχειρηματολογία κατευθύνεται προς ένα πχ. μεγάλο αριθμό ατόμων οι αντιδράσεις τους μπορεί να είναι πολύ διαφορετικές.

Η αποδοχή της επιχειρηματολογίας σχετίζεται πάντα με το κατά πόσο οι συνομιλητές θα δεχθούν τα πράγματα, δηλαδή σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό. Αυτός είναι ένας άλλος λόγος που δίνονται πολλαπλά επιχειρήματα. Τα επιπρόσθετα επιχειρήματα μπορούν να ανεβάσουν το βαθμό αποδοχής. Πάρα πολλά επιχειρήματα μπορούν βέβαια να έχουν το αντίθετο αποτέλεσμα (van Eemeren et al., 2002) δείχνοντας την αδημονία κάποιου να πείσει με ποσότητα επιχειρημάτων και όχι ποιότητα και σχετικότητα.

## 4.2 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ

Όσον αφορά στην αξιολόγηση της αιτιολόγησης σε έναν επιχειρηματολογικό διάλογο, αυτή βασίζεται στην δομή του Toulmin (1958) αλλά και στην πιο πρόσφατη στρατηγική των Osborne et al (2004), όπως αναφέρουν οι Clark & Sampson (2008), η οποία συμπεριλαμβάνει στην κατηγορία της “αιτιολόγησης” τις κατηγορίες των δεδομένων, των εγγυήσεων και των ενισχύσεων. Η αξιολόγηση των Clark et al., (2008), αντί να αναγνωρίζει απλά την ύπαρξη ή την απουσία αιτιολογήσεων, κατηγοριοποιεί τα σχόλια σε αυτά που δεν έχουν αιτιολόγηση (ποιοτικό επίπεδο αιτιολογίας 0), σε αυτά που περιλαμβάνουν μία εξήγηση χωρίς επιπλέον στοιχεία ως αιτιολογία (ποιοτικό επίπεδο αιτιολογίας 1), σε αυτά που χρησιμοποιούν στοιχεία ως αιτιολογία (ποιοτικό επίπεδο αιτιολογίας 2) και σε αυτά που περιλαμβάνουν στοιχεία και εξήγηση ή συντονίζουν διάφορα αποδεικτικά στοιχεία ή ως αιτιολογίες (ποιοτικό επίπεδο αιτιολογίας 3) (βλ. Πίνακα 5).

Ποιοτικό επίπεδο αιτιολογίας	Χαρακτηρισμός διαλόγου ως προς την αιτιολόγηση
Επίπεδο 0	Σχόλια που δεν έχουν αιτιολόγηση
Επίπεδο 1	περιλαμβάνει μία εξήγηση χωρίς επιπλέον στοιχεία ως αιτιολογία
Επίπεδο 2	Χρησιμοποιούνται στοιχεία ως αιτιολογία
Επίπεδο 3	Περιλαμβάνουν στοιχεία και εξήγηση ή συντονίζουν διάφορα αποδεικτικά στοιχεία ή ως αιτιολογίες

Πίνακας 5: Επίπεδα αιτιολογίας. Clark, D. B., & Sampson, V. (2008).

## 4.3. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΝΤΙΘΕΣΗΣ

Για την αξιολόγηση της επιχειρηματολογίας χρησιμοποιείται επίσης ιεραρχία που βασίζεται στο επίπεδο αντίθεσης μέσα στα διαλογικά επεισόδια (βλ. Πίνακα 6).

Σε αυτή την περίπτωση η δομή χαρακτηρίζεται από την ποσότητα της σύγκρουσης ή το επίπεδο αντίθεσης/εναντίωσης που εμφανίζεται μέσα σε ένα επεισόδιο. Σύμφωνα με τους Clark et al. (2008) η επιχειρηματολογία υψηλού επιπέδου (επίπεδο αντίθεσης 5) ορίζεται ως ένας διάλογος που δίνει έμφαση στη χρήση πολλών αντικρούσεων που προκαλούν την ερμηνεία ενός φαινομένου και την εγκυρότητα των αιτιολογιών που χρησιμοποιούνται για να υποστηρίξουν αυτή την ερμηνεία. Από την άλλη η επιχειρηματολογία χαμηλού επιπέδου είναι είτε αυτή που δεν έχει καμία εναντίωση (επίπεδο αντίθεσης 0) είτε αποτελείται μόνο από ισχυρισμούς και ανταπαντήσεις που δεν προσπαθούν να προκαλέσουν την εγκυρότητα των ερμηνειών των άλλων συμμετεχόντων σχετικά με το φαινόμενο (επίπεδο αντίθεσης 1). Σύμφωνα με τους Andriessen et al. (2003), υπάρχουν αρκετοί ερευνητές που υποστηρίζουν ότι οι συζητήσεις με μηδενική αντίθεση είναι σημαντικές για την επιχειρηματολογία γιατί τα άτομα σε έναν επιχειρηματολογικό διάλογο συχνά προσπαθούν να χτίσουν ο ένας στη γνώση του άλλου παρά προσπαθούν να πείσουν ο ένας τον άλλον για την ορθότητα και την αποδοχή της άποψή τους.

<b>Ποιότητα</b>	<b>Χαρακτηρισμός του διαλόγου με βάση το βαθμό αντίθεσης</b>
Επίπεδο 0	Καμία αντίθεση.
Επίπεδο 1	Η επιχειρηματολογία περιλαμβάνει έναν απλό ισχυρισμό ενάντια σε μία ανταπάντηση χωρίς αιτιολόγηση ή αντικρούσεις
Επίπεδο 2	Η επιχειρηματολογία περιλαμβάνει ισχυρισμούς ή ανταπαντήσεις με αιτιολόγηση αλλά χωρίς αντικρούσεις
Επίπεδο 3	Η επιχειρηματολογία περιλαμβάνει ισχυρισμού ή ανταπαντήσεις με αιτιολόγηση αλλά μόνο μία αντίκρουση που να προκαλεί τη θέση ενός ισχυρισμού
Επίπεδο 4	Η επιχειρηματολογία περιλαμβάνει πολλές αντικρούσεις που προκαλούν τη θέση ενός ισχυρισμού αλλά δεν περιλαμβάνει μία αντίκρουση που να προκαλεί την αιτιολόγηση που χρησιμοποιήθηκε για την υποστήριξη ενός ισχυρισμού
Επίπεδο 5	Η επιχειρηματολογία περιλαμβάνει πολλές αντικρούσεις και τουλάχιστον μία αντίκρουση που προκαλεί την αιτιολόγηση που χρησιμοποιείται για την υποστήριξη ενός ισχυρισμού

Πίνακας 6: Επίπεδα αντίθεσης επιχειρηματολογίας. Clark, D. B., & Sampson, V. (2008).

#### 4.4. ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΔΙΑΛΟΓΙΚΩΝ ΚΙΝΗΣΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ

Η αντιμετώπιση της επιχειρηματολογίας ως διαλογική δραστηριότητα απαιτεί την κωδικοποίηση των διαλογικών της κινήσεων. Οι Clark & Sampson (2008) προτείνουν την κωδικοποίηση των επιχειρηματολογικών διαλογικών κινήσεων βασισμένοι στις εργασίες και μελέτες των Jonathan Osborne, Sibel Erduran και Shirley Simon και επέκτειναν τη λίστα με κάποιους μετα-οργανωτικούς και εκτός εργασίας κώδικες. Επίσης, πρόσθεσαν και την κωδικοποίηση της αντίκρουσης της θέσης είτε ως προς την εγκυρότητα ενός ισχυρισμού ή μιας αντίκρουσης. Σύμφωνα με τους Clark et al. (2008) τα αντίθετα επεισόδια που δεν αντικρούουν τις αιτιολογίες δεν έχουν πιθανότητες να αλλάξουν τον τρόπο σκέψης των συμμετεχόντων επειδή η βάση των πεποιθήσεων κάθε συμμετέχοντα βασίζεται στα στοιχεία που χρησιμοποιεί για την αιτιολόγηση και κατ' επέκταση την υποστήριξη της θέσης του. Από αυτή την προοπτική, μόνο τα επιχειρήματα που αντικρούουν τα επιχειρήματα των επιχειρημάτων κάποιου άλλου μπορούν να υπονομεύσουν τις πεποιθήσεις αυτού του ατόμου (Clark et al., 2008).

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 7) δίνεται η κατηγοριοποίηση των διαλογικών σχημάτων των σχολίων μέσα σε έναν επιχειρηματολογικό διάλογο.

Διαλογική κίνηση	Σημασία κίνησης
Ισχυρισμός	Το αρχικό σχόλιο ή υπόθεση
Ανταπάντηση - αντι-ισχυρισμός	Ένας ισχυρισμός που είναι διαφορετικός (και δεν αντιτίθεται) στον αρχικό ισχυρισμό ή σε μητρικό σχόλιο που έγινε. Αυτός ο κωδικός χρησιμοποιείται μόνο όταν κάποιο σχόλιο δεν εστιάζει σε καμία πτυχή της θέσης του ισχυρισμού στον οποίο απαντάει. Αντιθέτως προσφέρει μία εντελώς νέα ερμηνεία στα φαινόμενα.
Αλλαγή ισχυρισμού	Ένα σχόλιο που υποδεικνύει ότι το άτομο: (1) άλλαξε τον αρχικό του ισχυρισμό ή (2) άλλαξε την άποψή του ή (3) έκανε μία παραχώρηση ως απάντηση στα σχόλια (ισχυρισμοί ή αντικρούσεις) που έγιναν από κάποιον άλλον.
Αντίκρουση ενάντια στην αιτιολόγηση	Μία επίθεση ή διαφωνία στην αιτιολόγηση (στοιχεία, εξηγήσεις, προσδιορισμούς ή ενισχύσεις) που χρησιμοποιήθηκαν από άλλους για να υποστηρίξουν ή να αιτιολογήσουν τα σχόλιά τους.



Αντίκρουση ενάντια στη θέση	Μία επίθεση ή διαφωνία με τη θέση (ή ένα συγκεκριμένο κομμάτι της θέσης) ενός άλλου σχολίου (ισχυρισμού ή αντίκρουσης) που δεν επιτίθεται στην αιτιολόγηση
Διευκρίνιση ως απάντηση σε μία αντίκρουση	Αυτός ο κωδικός χρησιμοποιείται για τα σχόλια που χρησιμοποιούνται για την ενδυνάμωση μιας θέσης (με την έννοια της ακρίβειας και της εγκυρότητας) ως απάντηση σε μια αντίκρουση χωρίς να επιτίθεται στην αντίκρουση ή στην αιτιολόγηση που έγινε από άλλους
Υποστήριξη ενός σχολίου	Μία δήλωση που χρησιμοποιείται για να υποστηρίξει την αλήθεια ή την εγκυρότητα του προηγούμενου ισχυρισμού ή της αντίκρουσης. Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει δηλώσεις που: (1) εκφράζουν συμφωνία με ένα σχόλιο, (2) επαναδιατυπώνουν το προηγούμενο σχόλιο (3) προσθέτουν επιπλέον αιτιολόγηση ως υποστήριξη ή (4) αναπτύσσεται σε ένα σχόλιο
Ερώτηση/απορία για τη σημασία	Ένα σχόλιο που ζητά διευκρινίσεις για ένα προηγούμενο σχόλιο (πχ. Τί εννοείς όταν λες...? ή Δεν καταλαβαίνω τί εννοείς...)Αυτά τα σχόλια αμφισβητούν τη σημασία μίας δήλωσης παρά την εγκυρότητά της.
Διασάφηση της σημασίας	Ένα σχόλιο που γίνεται για να αποσαφηνιστεί (επαναδιατυπωθεί με νέο τρόπο) ένα προηγούμενο σχόλιο. Ο σκοπός αυτών των σχολίων είναι να διευκρινίσει τη σημασία μίας δήλωσης ως απάντηση σε μία ερώτηση (σχετική με τη σημασία) παρά για να υποστηρίξει την εγκυρότητα της δήλωσης
Η οργάνωση των συμμετεχόντων	Ένα σχόλιο που(1) υπενθυμίζει σε άλλους συμμετέχοντες να συμμετάσχουν (2) ζητά ανατροφοδότηση από άλλους (3) έχει έναν μετα-οργανωτικό προσανατολισμό (πχ. Συμφωνούμε όλοι?) ή (4) προσπαθεί να αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο κάποιος συμμετέχει στη συζήτηση
Εκτός εργασίας	Σχόλια άσχετα με το θέμα (πχ. Ωραία μέρα!)

Πίνακας 7: Κατηγοριοποίηση διαλογικών σχημάτων επιχειρηματολογίας. Clark, D. B., & Sampson, V. (2008).

## 5. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ & ΜΑΘΗΣΗ

Αναμφισβήτητα, υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον για την επιχειρηματολογία στην εκπαίδευση. Η επιχειρηματολογία θεωρείται ωφέλιμη γενικά για τη μάθηση καθώς τα επιχειρήματα στην ουσία τους μπορούν να αξιολογηθούν από τους μαθητές, οι οποίοι και θα προτείνουν εξηγήσεις/ επεξηγήσεις πάνω σε αυτά (Basel et al., 2013). Για τους Erduran, Simon & Osborne (2004), η επιχειρηματολογία είναι μία διαλεκτική μορφή που χρειάζεται να κατακτηθεί από τους μαθητές και να διδαχθεί σαφώς μέσα από την κατάλληλη καθοδήγηση, οργάνωση εργασιών και μοντελοποίηση. Η εμπλοκή και η ενασχόληση με τη διαδικασία της επιχειρηματολογίας απαιτεί οι μαθητές να φτιάχνουν ισχυρισμούς, να χρησιμοποιούν δεδομένα και στοιχεία για να υποστηρίξουν και να αιτιολογήσουν αυτούς τους ισχυρισμούς (Demircioğlu & Uçar, 2012).

Οι διαφορετικές προσεγγίσεις της μάθησης επηρεάζουν τον τρόπο που η επιχειρηματολογία γίνεται αντιληπτή: ως ένα δυναμικό μέσο για να φτάσει κανείς στην κοινή κατανόηση, ως ένα σετ δεξιοτήτων που ανήκουν στην κριτική σκέψη ή ως ένα εργαλείο για την κοινωνική τοποθέτηση (Schwarz, 2009). Σύμφωνα με τους Akpınar, Ardaç & Er-Amuce (2014), ο Scholtz (2008) ταξινομεί τους λόγους της ένταξης της επιχειρηματολογίας στη σχολική διδακτέα ύλη:

- (1) να εφοδιάζονται οι μαθητές με τις δεξιότητες να αξιολογούν και να κρίνουν τους καθημερινούς ισχυρισμούς και να υποστηρίζουν ή να αρνούνται στοιχεία για αυτούς τους ισχυρισμούς ,
- (2) να χρησιμοποιούν την επιχειρηματολογία ως μία διδακτική μέθοδο ομαδικής αλληλεπίδρασης και συζήτησης για να διεξάγουν κοινωνική δόμηση της γνώσης και να ενσωματώνουν νέα στοιχεία μέσα στα υπάρχοντα γνωστικά μοντέλα.
- (3) να δίνουν έμφαση στη μεταβλητότητα της φύσης της επιστημονικής γνώσης για τη επίλυση αμφιλεγόμενων θεμάτων μέσα από νέα στοιχεία.
- (4) να εξασκούνται σε συγκεκριμένους τρόπους επιστημονικού λόγου.

Ως μέσο βελτίωσης της κατανόησης των μαθητών μέσα σε μία τάξη, η επιχειρηματολογία μπορεί να πυροδοτήσει τη μάθηση με πολλούς τρόπους, όπως πχ. το να κάνει κάποιος σαφή και γνωστή τη στάση του και να την υποστηρίξει σε κάποιο

άλλο πρόσωπο. Η επιχειρηματολογία επιτρέπει την διερευνητική, κριτική και την ερευνητική προσέγγιση της πραγματικότητας και ενθαρρύνει την αξιολόγηση της εγκυρότητας των διαφόρων ιδεών καθώς οι εκπαιδευόμενοι οδηγούνται στη διαμόρφωση ενστάσεων και αντενστάσεων και στην κατανόηση των πολλαπλών θέσεων (Muller Mirza et al., 2009).

Η επιχειρηματολογία και οι τεχνικές της είναι δυναμικά μέσα για να αντιμετωπιστούν γνωστικές αντιφάσεις, αμφιβολίες, αντιπαραθέσεις, περίπλοκες αποφάσεις κτλ. Οι συμμετέχοντες προσκαλούνται να εμπλακούν τόσο στη συλλογιστική σκέψη και πορεία όσο και στην εύρεση πληροφοριών και πρέπει να συντονίσουν τις ενέργειές τους και τους αναστοχασμούς τους και να πειραματιστούν με μία αναστοχαστική θέση, διαδικασίες που ενισχύουν τις ικανότητες της αποκέντρωσης. Επειδή η μάθηση δε σημαίνει μόνο απόκτηση πληροφοριών ή την οικειοποίηση έτοιμης γνώσης, η επιχειρηματολογία ενέχει και συνεπάγεται την ανάδυση νέων κατανοήσεων και την δημιουργική αναδιαμόρφωση προηγούμενων αφού ο μαθητής είναι ο συσσυγγραφέας μίας εποικοδομητικής κοινωνιογνωστικής διαδικασίας στην οποία η επιχειρηματολογία κατέχει σημαντικές λειτουργίες (Muller Mirza et al., 2009).

Οι σχέσεις ανάμεσα στην επιχειρηματολογία και τη μάθηση είναι περίπλοκες. Η περιπλοκότητα εξαρτάται αρχικά από τις πολλαπλές όψεις της επιχειρηματολογίας, από την αμφισημία του όρου “αιτία” και στον χαρακτηρισμό του όρου “λογική” ως μία σχέση ανάμεσα στην αιτία και τη γλώσσα. Η επιχειρηματολογία παρουσιάστηκε ως ένα εργαλείο για την κατάκτηση στόχων, υποστήριξη απόψεων για κατανόηση, διευκρίνιση μίας αμφιβολίας, μιας απόφασης, για την επίλυση διαφορών, για την ενίσχυση της γνώσης κτλ. Οι σχέσεις ανάμεσα στη μάθηση και την επιχειρηματολογία είναι τουλάχιστον διττές. Μπορεί να αποτελείται από το να μάθει κάποιος να υποστηρίζει την άποψή του, να εξηγεί ή να αμφισβητεί κάτι, αλλά, από την άλλη πλευρά, μπορεί να αποτελείται από το να μαθαίνει κανείς να επιτυγχάνει ένα συγκεκριμένο στόχο μέσα από την επιχειρηματολογία. Στο βιβλίο τους “Arguing to Learn” οι Andriessen, Baker & Suthers (2003), σύμφωνα με τον Schwarz (2009), παρουσιάζουν τις δύο πλευρές από τις οποίες η επιχειρηματολογία σχετίζεται με τη μάθηση: (α) το να επιχειρηματολογεί κανείς για να μάθει, που συχνά ταιριάζει με την ολοκλήρωση ενός συγκεκριμένου σκοπού μέσω της επιχειρηματολογίας ή την οικοδόμηση συγκεκριμένης γνώσης και (β) το να μαθαίνει κανείς να

επιχειρηματολογεί που περιλαμβάνει την κατάκτηση συγκεκριμένων δεξιοτήτων όπως η υποστήριξη, η πρόκληση, η ανταπάντηση ή η παραδοχή. Στο βιβλίο αυτές οι περιπτώσεις παρουσιάζονται ως εναλλακτικές. Αλλά αυτό, όμως, δε σημαίνει σύμφωνα με τον Schwarz (2009) ότι αυτές οι προσεγγίσεις είναι και αποκλειστικές καθώς όταν κάποιος ανταπαντά και προκαλεί το συνομήλικό του σε συζήτηση, αυτή η κίνηση αποκαλύπτει μία ικανότητα, την αντιπρόκληση, και ένα “περιεχόμενο”, δηλαδή το λόγο που προέκυψε για την υποστήριξη ενός προηγούμενου επιχειρήματος, ο οποίος ενδυναμώνει το επιχείρημα. Το να μάθει κανείς να επιχειρηματολογεί και το να επιχειρηματολογεί κάποιος για να μάθει δεν είναι ανεξάρτητα· αντιθέτως είναι περισσότερο αλληλένδετα και συχνά φαίνονται αχώριστα όταν κάποιος βλέπει μία συζήτηση στην τάξη.

(α) Το “να μαθαίνει κανείς να επιχειρηματολογεί”: Αυτή η προσέγγιση εστιάζει στην ίδια την επιχειρηματολογία και στα εκπαιδευτικά οφέλη της, ειδικά μέσα στα όρια ενός συγκεκριμένου πλαισίου προγράμματος μαθημάτων (Rapanta et al., 2013). Οι αναπτυξιακοί ψυχολόγοι έχουν μελετήσει την ικανότητα των παιδιών να επιχειρηματολογούν σε φυσικά περιβάλλοντα, όπως πχ. σε προσωπικές διαφορές ή συνεννοήσεις και προέκυψε ότι σε τέτοια πλαίσια τα παιδιά ξέρουν πώς να υποστηρίζουν την άποψή τους από πολύ μικρή ηλικία. Βέβαια τέτοιου είδους επιχειρηματολογία αφορά πιο πολύ καθημερινές καταστάσεις που σχετίζονται με την οικογένεια και κυρίως αφορούν σε σχέσεις κτήσης, ιδιοκτησίας και διεκδίκησης υλικών πραγμάτων ή σχέσεων ανάμεσα σε άτομα.

Οι μελέτες της Kuhn, όπως αναφέρουν οι Rapanta et al., (2013), είναι πολύ σημαντικές για αυτή την προσέγγιση της επιχειρηματολογίας στην εκπαίδευση, καθώς από τις έρευνές της προέκυψε ότι υπάρχουν αναπτυξιακές διαφορές σύμφωνα με την ανάπτυξη των τριών σταδίων της επιστημολογικής κατανόησης: την *απολυταρχική/ απόλυτη*, στην οποία η γνώση αποτελείται από γεγονότα, την *σχετική ή πληθωρική* στην οποία η γνώση θεωρείται άποψη και την *αξιολογική* στην οποία οι ισχυρισμοί και η υποστήριξη αναγνωρίζονται.

Σύμφωνα με τους Stein και Miller (1993), όπως αναφέρεται στον Schwarz (2009), παρόλο που οι επιχειρηματολογικές δεξιότητες εμφανίζονται σε μικρή ηλικία, η γνώση για τη λειτουργία, τη μορφή και το περιεχόμενο του επιχειρήματος “*προκύπτει από την επιθυμία να εξασφαλίσουν ότι έχουν επιτευχθεί προσωπικά*

*σημαντικοί στόχοι*”. Οι Stein και Miller εισάγουν το συναίσθημα στα πλαίσια του επιχειρήματος για να εκφράσουν ότι τέσσερα στοιχεία βρίσκονται πίσω από την ανάπτυξη ενός επιχειρήματος: (1) η επιθυμία να επιτύχει κάποιος σημαντικούς προσωπικούς στόχους (2) η γνώση σχετικά με τις θετικές και αρνητικές επιπτώσεις των ενεργειών που σχετίζονται με την ικανοποίηση των στόχων (3) η γνώση για τα εμπόδια που δυσκολεύουν την επίτευξη των στόχων και (4) οι πεποιθήσεις/ απόψεις σχετικά με τις συνέπειες της μη επίτευξης των στόχων. Υπό αυτή την έννοια, η κατανόηση της φύσης των προσωπικών στόχων επιτρέπει την πρόβλεψη της σκέψης, της αιτιολόγησης και των ενεργειών που γίνονται στη επίλυση διαφορών.

Πρόσφατες έρευνες των Glassner και Schwarz (2005), όπως αναφέρει ο Schwarz (2009), επιβεβαίωσαν την εισήγηση ότι οι επιχειρηματολογικές δεξιότητες μπορούν να ενεργοποιηθούν διαφορετικά μέσα από χειρισμούς που αλλάζουν τους στόχους των υποκειμένων. Οι Glassner και Schwarz μελέτησαν αυτό που αποκαλείται ικανότητα του αντιλόγου, μία επιχειρηματολογική δεξιότητα που αποτελείται από την κριτική αξιολόγηση του εάν η πληροφορία που παρουσιάζεται πραγματικά υποστηρίζει την εκπεφρασμένη θέση. Η ικανότητα του αντιλόγου εξετάστηκε σε σχέση με διαφορετικές παραμέτρους, όπως η ηλικιακή ομάδα, η κατεύθυνση της πληροφορίας (ένα κείμενο υποστήριζε τη θέση και ένα άλλο παρουσιάστηκε ως αντίθετο της ίδιας θέσης), εάν το προσωπικό επίχειρημα δημιουργήθηκε πριν την κριτική αξιολόγηση και εάν δόθηκε ένα επεξεργασμένο παράδειγμα ή όχι πριν την κριτική αξιολόγηση. Η μελέτη έδειξε ότι (α) ο αντίλογος αναπτύσσεται στην ενήλικη ζωή, (β) διαφέρει από διαφορετικές κατευθύνσεις της πληροφορίας, (γ) ο συνδυασμός της έκφρασης προσωπικού επιχειρήματος πριν την κριτική αξιολόγηση και η προσφορά ενός επεξεργασμένου παραδείγματος βελτιώνει τον αντίλογο (δ) η προσωπική άποψη μπορεί να γίνει πιο ουδέτερη κατά τη διάρκεια της κριτικής αξιολόγησης.

Πώς, λοιπόν, μαθαίνουν οι μαθητές στα επιχειρηματολογικά περιβάλλοντα; Σύμφωνα με τους Andriessen et al., (2003) ο πρώτος πιθανός μηχανισμός σχετίζεται με την παραγωγή επιχειρημάτων και αντεπιχειρημάτων μέσα σε ένα διαδραστικό περιβάλλον. Η έκφραση των επιχειρημάτων μπορεί από μόνη της να οδηγήσει στην ανάκληση και στη γνώση της αναδόμησής τους, αλλά και πιο γενικά, η έκφραση απόψεων κατόπιν κριτικής μπορεί να οδηγήσει τον κάθε ομιλητή να αναπτύξει μία πιο συναφή άποψη στο υπό συζήτηση θέμα. Όμως, σύμφωνα με τον Baker (1996,

1999), όπως αναφέρουν οι Andriessen et al. (2003), αναλύσεις από επιχειρηματολογικές συζητήσεις έχουν δείξει ότι οι μαθητές δεν εκφράζουν πάντα τις γνώσεις που γενικά στηρίζουν τις απόψεις τους, αλλά περισσότερο ξαναφτιάχνουν κατάλληλα επιχειρήματα με τέτοιο τρόπο που να τοποθετούνται μέσα στους επιχειρηματολογικούς στόχους τους. Ακόμα, τα επιχειρήματα παράγονται γενικά με σκοπό να αλλάξουν τις υποβόσκουσες στάσεις, όπως τις πεποιθήσεις, τις δεσμεύσεις κτλ., αλλαγή που μπορεί να θεωρηθεί ως ένα είδος μάθησης. Επίσης, η νέα γνώση και η κατανόηση μπορεί να συν-οικοδομηθεί με την επιχειρηματολογία, ιδιαίτερα ως τρόπος επίτευξης συμβιβασμού ανάμεσα σε αντίθετες απόψεις. Τέλος, η διαπροσωπική πίεση που προκύπτει από την ασυμφωνία, ειδικά στις δια ζώσης περιστάσεις, μπορεί να οδηγήσει τους μαθητές να τελειοποιήσουν τις σημασίες των σημαντικών εννοιών που συζητούνται.

(β) Το “να επιχειρηματολογεί κανείς για να μάθει”: Σε αυτή την προσέγγιση, η εννοιολογική κατανόηση και η μάθηση προκύπτουν ως ένα φυσικό αποτέλεσμα μίας επιχειρηματολογικής παρέμβασης, δηλαδή η επιχειρηματολογία είναι ένα εργαλείο για να μάθει κάποιος ένα συγκεκριμένο θέμα. Τις τελευταίες δύο δεκαετίες θεωρητικές, εμπειρικές και σχεδιαστικές προσπάθειες έχουν στραφεί προς αυτή την κατεύθυνση.

Οι διαφορετικές και πολλές σημασίες της επιχειρηματολογίας τονίζουν γνωστικές και κοινωνικές πτυχές. Σύμφωνα με τη γνωστική πτυχή, η γένεση της επιχειρηματολογίας, είτε σε ατομικό είτε σε ομαδικό επίπεδο, ωθεί ένα άτομο να μελετήσει αιτιολογήσεις πίσω από λύσεις ή οπτικές, και απαιτεί από αυτό το άτομο να τις εκφράσει με καθαρά λεκτική επικοινωνία. Αυτό το γεγονός σε ατομικό επίπεδο σύμφωνα με τον Chi (2000), όπως αναφέρει ο Schwarz (2009), ωθεί το άτομο και στο “φαινόμενο της αυτο-αιτιολόγησης”, δηλαδή στην επιστημική εξέταση των προσωπικών θεωριών του και τους λόγους πίσω αυτές· αυτή η πράξη θεωρείται ότι βελτιώνει την κατανόηση και τη γνώση των διαδικασιών οικοδόμησης της γνώσης. Όμως, η γένεση της επιχειρηματολογίας σε μία επιχειρηματολογική δραστηριότητα διαβιβάζει περισσότερα στοιχεία από μια ρητή λεκτική άρθρωση των θεωριών και των προσωπικών λόγων ενός ατόμου, καθώς κατευθύνεται σε άλλο άτομο, και αυτό μπορεί να ενθαρρύνει περαιτέρω διευκρίνιση των αντιφάσεων και των σφαλμάτων στην κατανόηση κάποιου, ιδιαίτερα όταν η επικοινωνία έχει ως στόχο την πειθώ.

Μελέτες, σύμφωνα με τον Schwarz (2009), έχουν δείξει ότι ακόμα και η μερική συμμετοχή ενός άγνωστου κοινού, που μπορεί να ζητήσει εξηγήσεις ή πειστήρια, βελτιώνει την ποιότητα της σκέψης του ατόμου. Έτσι, αυτός ο τύπος μονολόγου ή η μονόπλευρη επιχειρηματολογία θεωρείται ότι έχει γνωστικά οφέλη.

Η διαλεκτική επιχειρηματολογία απαιτεί, εξ ορισμού, την εξέταση και το συντονισμό διαφορετικών απόψεων. Οι συμμετέχοντες στη διαλεκτική επιχειρηματολογία ωθούνται να ζητήσουν νέες πληροφορίες σχετικά με το υπό μελέτη θέμα, αφού πρώτα έρθουν σε επαφή με ποικιλία απόψεων και ενθαρρύνονται να εξερευνήσουν την εγκυρότητα της κάθε άποψης. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να λάβουν υπ' όψιν αντιρρήσεις για τις προσωπικές τους θεωρίες και υποθέσεις, να προσπαθήσουν να καταλάβουν εναλλακτικές θέσεις και να διαμορφώσουν αντιρρήσεις ή/και αντεπιχειρήματα όπου κρίνουν. Έτσι, η περισσότερη έκθεση και δημιουργία σχετικών πληροφοριών σε επιχειρηματολογικά πλαίσια οδηγεί σε καλύτερα μαθησιακά αποτελέσματα.

Εκτός, όμως, από αυτά τα αποτελέσματα η διαλεκτική διάσταση της επιχειρηματολογικής αλληλεπίδρασης θεωρείται ότι έχει σημαντικά ποιοτικά πλεονεκτήματα. Αρχικά, σύμφωνα με την Kuhn (2002), όπως αναφέρει ο Schwarz (2009) όταν κάποιος δεσμεύεται να ερευνήσει το γιατί μία συγκεκριμένη θεωρία ή άποψη είναι λάθος, όχι μόνο επιτρέπει σε κάποιον να εκφράσει πειστικά επιχειρήματα για να αντικρούσει αυτή τη θέση, αλλά ταυτόχρονα βαθαίνει την κατανόηση της σωστής άποψης. Ακόμα, η μοναδική δομή της επιχειρηματολογίας με συνδεδεμένες προκείμενες, συμπεράσματα, συνθήκες, αντικρούσεις και ούτω καθεξής θεωρείται ότι βελτιώνει σημαντικά και διευρύνει την οργάνωση της γνώσης, η οποία οδηγεί στην καλύτερη ανάκληση και κατανόηση σε επόμενες δοκιμαστικές περιπτώσεις, σύμφωνα με τους Means & Voss (1996), όπως αναφέρει ο Schwarz (2009). Τέλος, η διαλεκτική επιχειρηματολογία μπορεί να γίνει αντιληπτή ως εργαλείο, του οποίου η συγκεκριμένη μορφή δίνει μία υποστηρικτική και οργανωτική δομή για την εξέταση, την αξιολόγηση και την επεξεργασία διαφορετικών ιδεών και την επίτευξη λύσης.

Τα επιχειρηματολογικά σχήματα αιτιολόγησης είναι, ακόμη, πιθανό να ελαφρύνουν σημαντικά κάποιον από τυχόν εκτεταμένο γνωστικό φορτίο που εμπλέκεται στη μάθηση, κυρίως σε έργα που περιλαμβάνουν τεχνικές γνωστικών αντιθέσεων. Το ατομικό φορτίο μπορεί να μειωθεί με τη συνεργασία με άλλα άτομα,

μέσα από το συνδυασμό ατομικών πόρων και τη διανομή των απαιτήσεων ανάμεσα στους συμμετέχοντες. Η διαλεκτική διάσταση της επιχειρηματολογίας, όμως, μπορεί να παρέχει και επιπρόσθετα οφέλη στην συνεργασία συνομηλίκων, καθώς, αντί απλά να παρουσιαστούν οι διαφορετικές απόψεις, να επεξεργαστούν και να ενσωματωθούν μέσω της συζήτησης σε επιχειρηματολογική ομάδα, αυτές εκφράζονται από τα πραγματικά πρόσωπα που τις υπερασπίζονται, μειώνοντας αισθητά το γνωστικό βάρος, σύμφωνα με τον Baker (2003), όπως αναφέρει ο Schwarz (2009).

Από την κοινωνική πτυχή η πρώτη γενική δυνατότητα του κοινωνικού ρόλου της επιχειρηματολογίας στη μάθηση αφορά στο γεγονός ότι οι επιχειρηματολογικές δραστηριότητες περιλαμβάνουν πρακτικές με τις οποίες οι συμμετέχοντες νιώθουν αρκετά εμπλεκόμενοι και κινητοποιημένοι, καθώς είναι αφοσιωμένοι στο να πείσουν ή να καταλάβουν και να παρουσιάσουν τις προσωπικές απόψεις τους. Οι επιχειρηματολογικές συζητήσεις θεωρούνται περιβάλλοντα μέσα στα οποία αναδύεται η κοινή κατανόηση. Ο Miller (1987), όπως αναφέρει ο Schwarz (2009), εξήγησε γιατί η επιχειρηματολογία επιτυγχάνει την κοινή κατανόηση και τη μάθηση. Κατόπιν θεωρητικής ανάλυσης υποστήριξε ότι υπάρχουν τρεις συνεργατικές αρχές της επιχειρηματολογίας που παρέχουν το συντονισμό που οδηγεί τους συμμετέχοντες σε μία σειρά συλλογικά έγκυρων δηλώσεων: η γενίκευση, η αντικειμενικότητα και η συνοχή. Μία δήλωση είναι δικαιολογημένη (ικανή για γενίκευση) εάν έχει γίνει αμέσως αποδεκτή από τους συμμετέχοντες ή εάν μπορεί να αναχθεί στις προηγούμενες δηλώσεις που είχαν γίνει αμέσως αποδεκτές. Η κατάσταση της δήλωσης μπορεί να αλλάξει για τη συλλογικότητα σύμφωνα με την αρχή της αντικειμενικότητας: εάν μία δήλωση δε μπορεί να αμφισβητηθεί, τότε γίνεται συλλογικά έγκυρη. Η συνοχή, η τρίτη αρχή, απαγορεύει την αποδοχή αντιφάσεων στον τομέα των συλλογικά έγκυρων. Βέβαια αυτή η ανάλυση είναι καθαρά θεωρητική και μπορεί να προστεθεί στη γενική ιδέα του Vygotsky ότι οι υψηλότερες λειτουργίες της σκέψης του παιδιού εμφανίζονται αρχικά στη συλλογική ζωή του παιδιού με τη μορφή της επιχειρηματολογίας και αργότερα εμφανίζονται στη σκέψη του παιδιού ατομικά (Schwarz, 2009).



## 5.1. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗ ΤΗΣ ΓΝΩΣΗΣ

Η κοινωνική οικοδόμηση της γνώσης μπορεί να γίνει κατανοητή υπό τους όρους του “τί είναι συνδιαμορφούμενο, κατάλληλο και αμοιβαία αποδεκτό”. Η φράση αυτή χρησιμοποιείται συχνά στη σύγχρονη έρευνα για τη μάθηση, στην ψυχολογία και τις επιστήμες της αγωγής και μπορεί να ερμηνευθεί με διαφορετικούς τρόπους ανάλογα με τη θεωρητική προσέγγιση που υιοθετείται. Για τους γνωστικούς ψυχολόγους, που εστιάζουν στο άτομο, η αναφορά στην “κοινωνική” οικοδόμηση της γνώσης σημαίνει απλά ότι περισσότερα από ένα άτομα εμπλέκονται σε αυτή την κατασκευή, πιθανότατα σε μία διαδραστική κατάσταση, της οποίας το αποτέλεσμα- η γνώση- θεωρείται κτήμα του ατόμου. Ακόμα, η “κοινωνική” διάσταση της αλληλεπίδρασης ανάμεσα στους μαθητές μπορεί να θεωρηθεί ως μη “γνωστική” δηλαδή, ότι δεν επικεντρώνεται στην επίλυση του προβλήματος. Τέλος, ο όρος “κοινωνικός” μπορεί να αναφέρεται στο γεγονός ότι η αλληλεπίδραση λαμβάνει χώρα ανάμεσα σε “κοινωνικούς ηθοποιούς”, που έχουν συγκεκριμένα στάτους, ρόλους, προέλευση κτλ. (Baker, 2009). Βέβαια δεν πρέπει να ξεχωρίζουμε αυστηρά τη γνωστική και την κοινωνική διάσταση της συλλογικής δραστηριότητας, αφού, σύμφωνα με τον Trognon (2009), όπως αναφέρει ο Baker (2009), ο βασικός “θεμελιώδης λίθος” της επικοινωνίας, δηλαδή η λεκτική πράξη, εμπεριέχει και τη γνωστική και την κοινωνική. Επίσης, η διαλεκτική μάθηση, ιδωμένη ως βασική κοινωνικογνωστική διαδικασία, πρέπει να μελετηθεί με τέτοιο τρόπο ώστε να λαμβάνει υπόψιν την άρθρωση ανάμεσα σε διαδικασίες που συμβαίνουν τόσο σε ομαδικό όσο και σε ατομικό επίπεδο, δηλαδή πρέπει να συσχετιστεί η μάθηση που πραγματοποιείται μέσα στο διάλογο με τη μακροπρόθεσμη μάθηση του ατόμου. Βασικό αξίωμα της διαλεκτικής μάθησης είναι ότι η σημασία συνεννοείται, οικοδομείται συνεργατικά, το οποίο σημαίνει ότι αυτό που έχει ειπωθεί από κάποιον ή κάποιος έχει σκεφθεί υπόκειται σε αμοιβαία επιρροή, επομένως δεν είναι δυνατό να αναγνωρίσουμε αυτό που σκέφτηκε κάποιος μέσα σε ένα διάλογο με αυτό που σκέφτηκε μετά. Άρα, η “κοινωνική οικοδόμηση” πρέπει να αντιμετωπιστεί ως “συν-οικοδόμηση” της γνώσης ή μία οικοδόμηση στην οποία συμμετέχουν πολλοί (Baker, 2009), καθώς η γνώση, σχετίζεται πιο πολύ με την αλληλεπίδραση, δηλαδή το τί δέχονται αμοιβαία οι συνομιλητές, παρά με την απλή άποψη. Επομένως, η

“κοινωνική οικοδόμηση της γνώσης” αφορά στη γνώση που επεξεργάζεται συλλογικά, ιδιοποιείται και γίνεται αποδεκτή αμοιβαία σε συνεργατικούς διαλόγους για την επίλυση προβλήματος και, επομένως, σχετίζεται άμεσα με τη λεκτική αλληλεπίδραση (Baker, 2009).

Η διαλογική διάσταση της επιχειρηματολογίας μας οδηγεί στο να θεωρήσουμε το ρόλο της λεκτικής αλληλεπίδρασης, και συγκεκριμένα του διαλόγου, στην δόμηση της σκέψης. Μία κοινωνικο-ιστορική άποψη στην ψυχολογία στρέφει το ενδιαφέρον στο γεγονός ότι η ανάπτυξη και η μάθηση συν-οικοδομούνται στις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις. Σε περιστάσεις όπου τα παιδιά σχετίζονται με άλλα άτομα, οδηγούνται στην αλλαγή ή στην οικοδόμηση των παραστάσεών τους και στην κατανόηση του περιβάλλοντος και του εαυτού τους. Υπό αυτή την έννοια, η ανάπτυξη λαμβάνει χώρα σε μια κίνηση προς τα μπρος ή πίσω ανάμεσα σε μία διαπροσωπική διελκυστίδα κατανόησης του κόσμου και του διαπροσωπικού επιπέδου. Η γνώση και τα εργαλεία που αναπτύσσονται σε αυτό το επίπεδο μετά εσωτερικεύονται από το παιδί, το οποίο τα οικειοποιείται ως προσωπικά εργαλεία σκέψης Muller Mirza, et al., (2009b).

Στη θεωρία του Vygotsky, στην οποία γίνεται συχνά αναφορά στο ρόλο της κοινωνικής αλληλεπίδρασης στη μάθηση, η γλώσσα (και συγκεκριμένα ο προφορικός λόγος) θεωρείται ότι έχει δύο βασικές λειτουργίες: ως επικοινωνιακό εργαλείο που χρησιμοποιείται για να μοιράζει και να αναπτύσσει τη γνώση που καθιστά δυνατή την κοινωνική ζωή και ως ψυχολογικό εργαλείο, όπου η γλώσσα μετατρέπεται σε ένα εργαλείο που αντανακλά τη δραστηριότητα κάποιου και καθιστά δυνατή την αιτιολόγηση, το σχεδιασμό, την οργάνωση της σκέψης και την επαλήθευση των ενεργειών. Αυτές οι δύο λειτουργίες είναι αναπόφευκτα αλληλοεξαρτώμενες. Η κανονική συζήτηση, και συγκεκριμένα ο διάλογος, είναι η απαρχή της κατανόησης και της μάθησης και τα θεμέλια για την πιθανότητα εισαγωγής σε ένα διάλογο. Η συζήτηση αναδεικνύει μία συγκεκριμένη, πραγματική μορφή της λογικής η οποία χρησιμοποιεί όλες τις κοινωνικές παραδοχές που ορίζουν την είσοδο του ατόμου στον κόσμο της γλώσσας. Σε αυτό το θέμα, οι αναπτυξιακοί ψυχολόγοι έχουν δείξει όχι μόνο πώς τα μικρά παιδιά προκαλούνται να εισέλθουν σε διαλόγους επιχειρηματολογικού τύπου στην καθημερινότητά τους με τους γονείς ή τους συμμαθητές τους αλλά και πώς η επιχειρηματολογία από μόνη της μπορεί να γίνει

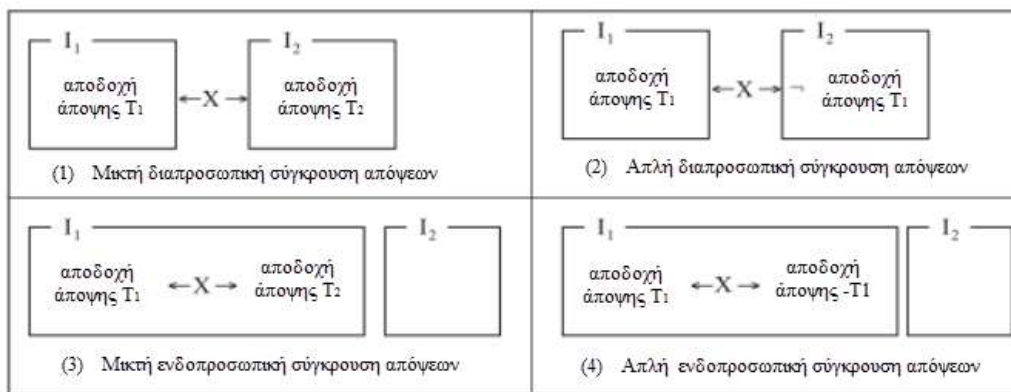
παράγοντας στη μάθηση, δηλαδή εργαλείο οικοδόμησης νέας γνώσης και νέων σχέσεων με άλλους αλλά και με τον εαυτό μας.

Ο επιχειρηματολογικός διάλογος, όπως φάνηκε και ανωτέρω, έχει πολλά οφέλη για την μάθηση αλλά και για την εξέλιξη και ανάπτυξη της σκέψης. Η επιχειρηματολογία, γενικά, έχει προοπτική ως παρέμβαση στην εννοιολογική αλλαγή, η οποία πηγάζει από τη φύση της επιχειρηματολογίας, αφού κατά τη διάρκειά της ένα άτομο υποστηρίζει μία εναλλακτική άποψη και για να γίνει αυτό είναι απαραίτητη η εννοιολογική αλλαγή. Συγκεκριμένα, όταν κάποιος δομεί ένα επιχείρημα, πρέπει να λάβει υπ' όψιν του και τις δύο πλευρές του θέματος, να εξηγήσει πλευρές του προβλήματος που είναι περίεργες στην υπάρχουσα άποψη και πρέπει να αντιμετωπιστούν λόγω της ασυμφωνίας ανάμεσα στην μία άποψη και την εναλλακτική της (Nussbaum et al., 2003). Οι μαθητές, λοιπόν, κατά τη διάρκεια της επιχειρηματολογίας, αμφισβητούν τα μοντέλα που έχουν στο μυαλό τους, παρατηρούν τα μοντέλα των συμμαθητών τους και χρησιμοποιούν υποστηρικτική αιτιολόγηση, ορθή κρίση και αποδείξεις σε συμφωνία με την επιστημονική μέθοδο με σκοπό να υποστηρίξουν τα μοντέλα τους με την καθοδήγηση της επιχειρηματολογίας. Συνεπώς, σύμφωνα με τον Aslan (2010), όπως αναφέρουν οι Okumus et al. (2012), η γνωστική αλλαγή προκύπτει ως αποτέλεσμα συνδιαλλαγής και του αντιλόγου των παρόντων μοντέλων και διάψευσης μη αποδεκτών μοντέλων των μαθητών. Από μία προοπτική εννοιολογικής αλλαγής, λοιπόν, σύμφωνα με τον Baker (1999), όπως αναφέρουν οι Nussbaum et al. (2003), η επιχειρηματολογία έχει την προοπτική να εμπλέξει σε βάθος τους μαθητές και να κάνει τη σκέψη τους ορατή και να αντικρούει παρανοήσεις. Κατά τη διάρκεια, επομένως, μίας επιχειρηματολογίας οι εμπλεκόμενοι επεξεργάζονται στοιχεία και απόψεις, τα αιτιολογούν και τα ανακαλούν. Αυτές οι δραστηριότητες, δηλαδή η επεξεργασία, η αιτιολόγηση και η ανάκληση, σύμφωνα με τους Bransford, Brown & Cocking (1999), όπως αναφέρει η Adriessen (2003), έχει αποδειχθεί ότι συνεισφέρουν στη βαθύτερη εννοιολογική μάθηση. Οι επιχειρηματολογικές συζητήσεις είναι περιβάλλοντα μέσα στα οποία αναδύεται η κοινή κατανόηση, καθώς οι εμπλεκόμενοι έχουν δεσμευθεί να ανταλλάσσουν ενεργά ιδέες (Schwarz, 2009).

Οι επιχειρηματολογικές καταστάσεις που περιλαμβάνουν μαθητές ποικίλουν πολύ και αυτή η ποικιλία είναι σημαντική για να κατανοήσει κανείς την κοινωνική οικοδόμηση της μάθησης. Το καθοριστικό χαρακτηριστικό των επιχειρηματολογικών

πλαισίων στους συνεργατικούς διαλόγους επίλυσης προβλημάτων των μαθητών φαίνεται να είναι αυτό της ποικιλίας των λύσεων, των στάσεων προς αυτά και των τρόπων με τους οποίους οι λύσεις και οι στάσεις να μπορούν να κατανεμηθούν στους συμμετέχοντες. Αυτή η ποικιλία σχετίζεται με την ποικιλία των επιχειρηματολογικών στόχων που ξεπερνούν την προσπάθεια να πείσουν. Συχνά οι μαθητές δεν είναι σίγουροι για τις προτάσεις τους, και σε αυτή την περίπτωση, ο καθένας μπορεί να εκφράσει επιχειρήματα και υπέρ και κατά των λύσεων που συζητιούνται, σε μία “συνεργατική” προσπάθεια να καταλήξουν σε μία διυποκειμενική απόφαση (Baker, 2009).

Τέσσερις πιθανές επιχειρηματολογικές καταστάσεις δίνονται κάτωθι:



\*  $a \leftarrow X \rightarrow b$  : τα  $a$  και  $b$  δε μπορούν να είναι και τα δύο αποδεκτικά, σύμφωνα με την άποψη των συνομηθών  
 I: ένας συνομηθής  
 T: μία λύση ενός προβλήματος που συζητείται ως θέση

### Τέσσερις πιθανές επιχειρηματολογικές καταστάσεις

Εικόνα 7: Επιχειρηματολογικές καταστάσεις

Όπως φαίνεται, στη μικτή διαπροσωπική σύγκρουση απόψεων κάθε άτομο υποστηρίζει μία διαφορετική θέση για κάποιο θέμα, οι οποίες θέσεις δε μπορούν να είναι ταυτόχρονα αποδεκτές από τους συνομηθές. Στην απλή διαπροσωπική σύγκρουση απόψεων ο ένας συνομηθής αποδέχεται και υποστηρίζει μία άποψη, η οποία, όμως, δεν υποστηρίζεται από τον άλλο συνομηθής. Στη μικτή ενδοπροσωπική σύγκρουση απόψεων ο ένας συνομηθής αποδέχεται και τις δύο διαφορετικές απόψεις πάνω σε ένα θέμα, ενώ τέλος στην απλή ενδοπροσωπική σύγκρουση απόψεων ο ένας συνομηθής αποδέχεται δύο αντίθετες απόψεις πάνω σε ένα θέμα.

## 5.2 ΠΩΣ ΜΑΘΑΙΝΟΥΝ ΟΙ ΜΑΘΗΤΕΣ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

Η επιχειρηματολογία είναι ένα διαλογικό παιχνίδι που μετατρέπει τις απόψεις με σεβασμό στις πολυσύνθετες λύσεις των προβλημάτων και βασίζεται στην έκφραση και στη συνεννόηση της σημασίας των επιχειρημάτων. Οι τρεις βασικές πτυχές της επιχειρηματολογίας μέσω των οποίων οι μαθητές μπορούν να μάθουν είναι η αλλαγή άποψης, η έκφραση επιχειρημάτων και η διαπραγμάτευση της έννοιας.

▪ Η αλλαγή άποψης/γνώμης: Η επιχειρηματολογία λειτουργεί ως ένας τρόπος αλλαγής του βαθμού αποδοχής συγκεκριμένων λύσεων, και από την πλευρά των μαθητών επηρεάζει το ποιές λύσεις θα επιλεγούν ή απορριφθούν. Δύο απλές περιπτώσεις θα ήταν να γίνει αποδεκτό το πιο καλά υπερασπιζόμενο επιχείρημα και μία υποτιθέμενη λύση να αντικρουστεί και να μη γίνει αμοιβαία αποδεκτή. Αλλά αυτές οι περιπτώσεις επιχειρηματολογικής “υπεράσπισης-αποδοχής” και “αντίκρουσης-απόρριψης” είναι προβληματικές τόσο σε θεωρητικό όσο και σε εμπειρικό επίπεδο. Το πρώτο πρόβλημα, σύμφωνα με τον Baker (2009) αφορά στο διαχωρισμό ανάμεσα στην αποδοχή και την πεποίθηση καθώς ένας μαθητής μπορεί να είναι υποχρεωμένος να αποδεχθεί ή να απορρίψει μια λύση, αλλά μπορεί αρχικά να μην πιστεύει πραγματικά σε αυτή και μπορεί να συνεχίσει να μην την πιστεύει στη συνέχεια. Αυτές οι διαφορές μπορούν να προσδιορίζονται από την ανάλυση των διαλόγων που ακολουθούν την πορεία της επιχειρηματολογίας. Αλλά εάν δεν ειπωθεί κάτι περαιτέρω σχετικά με αυτή την πορεία, η ερώτηση πρέπει να παραμείνει αναπάντητη. Επίσης, δεν υπάρχει τίποτα να εγγυηθεί ότι οι καλύτερες λύσεις προτιμώνται και δεν απορρίπτονται. Πολλές φορές, σύμφωνα με τον Nonnon (1996), όπως αναφέρει ο Baker (2009), οι μαθητές αντί να επιλέξουν την πιο αποδεκτή λύση, απορρίπτουν τις πιο “ελαττωματικές” λύσεις, κάτι το οποίο είναι κατανοητό δεδομένου ότι οι μαθητές οικοδομούν τη γνώση και έτσι δεν έχουν ήδη σταθερές απόψεις για να υπερασπιστούν. Επομένως, η επιχειρηματολογία μπορεί να επηρεάσει τις απόψεις των μαθητών, αλλά οι διάλογοί τους πρέπει να αναλυθούν προσεκτικά ώστε να καθοριστεί ο βαθμός επιρροής. Είναι πιο εύκολο να αξιολογεί κανείς και να απορρίπτει παρά να παρέχει υποστήριξη με επιχειρήματα, σε καταστάσεις συνεργατικής μάθησης (Baker, 2009).

▪ Η έκφραση επιχειρημάτων: Είναι ερευνητικά αποδεδειγμένο ότι οι μαθητές που εξηγούν τον τρόπο σκέψης τους μαθαίνουν καλύτερα από τους άλλους, καθώς έτσι ανακατασκευάζουν τη γνώση ή τουλάχιστον είναι ικανοί να παράγουν μία πιο σχετική και συναφή συζήτηση για το υπό μελέτη θέμα. Αυτοί οι μηχανισμοί μάθησης μπορούν να χρησιμοποιηθούν στον επιχειρηματολογικό διάλογο, στον οποίο οι εξηγήσεις μπορούν να πάρουν τη μορφή απαντήσεων σε ερωτήσεις για διασαφήνιση ή γενικά για επιχειρηματολογική υπεράσπιση. Πρέπει, όμως, να τονιστεί, ότι η φύση και ο βαθμός των σχετικών “εξηγήσεων”, είτε πρόκειται για αιτιολόγηση είτε για επιχειρήματα κτλ, θα είναι πολύ διαφορετικά σε επιχειρηματολογικά και μη επιχειρηματολογικά πλαίσια (Baker 2009). Οι μη επιχειρηματολογικές επεξηγήσεις μπορεί να είναι εκτενείς αφού στοχεύουν στο να βοηθήσουν ή να ενημερώσουν, ενώ η επιχειρηματολογική αιτιολόγηση υπόκειται σε κανόνες και αφορά στην ανάγκη να υπερασπιστεί κάποιος μια ιδέα ενάντια σε κάποια κριτική και, έτσι, μπορεί να είναι πολύ πιο περιορισμένη και στοχευμένη. Γενικά, δεν επηρεάζονται μόνο οι εξηγήσεις μέσα στο επιχειρηματολογικό πλαίσιο αλλά και το πλαίσιο του διαλόγου γενικά, καθώς υπάρχει κάτι προβληματικό στο να καταστήσει κάποιος σαφείς ήδη διαμορφωμένες ιδέες πάνω στις οποίες βασίζονται οι λύσεις (Baker, 2009). Σε κάποιες περιπτώσεις είναι σαφές ότι η πληροφορία που εκφράζεται ως επιχείρημα δεν ανταποκρίνεται στην σκέψη πάνω στην οποία βασίστηκαν οι μαθητές. Σύμφωνα με τον Edwards (1993), όπως αναφέρει ο Baker (2009), πρέπει να δούμε την αιτιολόγηση μέσα στον επιχειρηματολογικό διάλογο ως ένα νέο είδος αναδημιουργίας της σκέψης μέσα στον και από το διάλογο, η οποία είναι εγκαθιδρυμένη στο διαλογικό πλαίσιο. Αυτή η διαδικασία είναι θετική για αρκετούς λόγους: αρχικά περιλαμβάνει επιπλέον προβληματισμό πάνω στο θέμα, ο οποίος μπορεί να οδηγήσει σε εσωτερική αλληλουχία και ανάπτυξη μίας άποψης. Ακόμη, τα επιχειρήματα που εκφράζονται μπορούν να γίνουν κατανοητά από τους άλλους και τέλος, η αναζήτηση και η δημιουργία επιχειρημάτων μπορεί να οδηγήσει σε μία πιο ευρεία αναζήτηση και έτσι σε περισσότερες εναλλακτικές απόψεις.

▪ Η διαπραγμάτευση της έννοιας: Η συμμετοχή σε επιχειρηματολογικό διάλογο απαιτεί αυξημένη γνωστική εργασία, η οποία απαιτείται εν μέρει από τις κοινωνιο-σχεσιακές πιέσεις. Οι κοινωνικές σχέσεις, λοιπόν, ωθούν την εξέλιξη και αλλαγή των εννοιών, οι οποίες μπορούν να προκύψουν σε διαφορετικά επιχειρηματολογικά

πλαίσια και με διαφορετικούς τρόπους. Οι αλλαγές αυτές αφορούν σε ενδεχόμενες θέσεις, επιχειρήματα αλλά και υποβόσκουσες έννοιες. Οι αλλαγές στις έννοιες εμφανίζονται τόσο κατά τη διάρκεια της επιχειρηματολογίας όσο και στο αποτέλεσμά της. Στην πρώτη περίπτωση, οι μαθητές αναδιαμορφώνουν την επιχειρηματολογική τους υπεράσπιση όταν αμφισβητούνται, ενώ στη δεύτερη περίπτωση, οι μαθητές μπορεί να προσπαθήσουν να συνδυάσουν και να συμβιβάσουν, έστω και επιφανειακά, λύσεις όταν δεν μπορούν να αποφασίσουν. Εν κατακλείδι, ο επιχειρηματολογικός διάλογος δημιουργεί ένα συγκεκριμένο πλαίσιο που υποχρεώνει τον αναστοχασμό και την διαπραγμάτευση των εννοιών στις ερωτήσεις, τις θέσεις, τα επιχειρήματα και στις υποβόσκουσες έννοιες. Δεν υπάρχει καμία εγγύηση ότι οι έννοιες στις οποίες θα καταλήξουν οι μαθητές είναι οι προτιμώμενες από μία κανονιστική πλευρά (Baker, 2009).

Η επιχειρηματολογία, λοιπόν, εξαιτίας της διερευνητικής της φύσης, μπορεί να χρησιμεύει ως μέσο για να οξύνουν και να επεξεργάζονται τα άτομα τις σκέψεις τους. Σε έναν επιχειρηματολογικό διάλογο, οι συμμετέχοντες προσπαθούν να πείσουν ο ένας τον άλλο με την έκφραση ισχυρών επιχειρημάτων υπέρ της άποψης που υποστηρίζουν και μέσω της αντίκρουσης των επιχειρημάτων που εξέφρασε ο αντίπαλος. Ειδικά όταν τέτοιοι διάλογοι προέρχονται από σχετικά ανοικτούς τομείς, οι συμμετέχοντες μπορεί να αντιμετωπίσουν νέες πληροφορίες και αιτιολογήσεις, τόσο κατά τη δική τους δόμηση των επιχειρημάτων όσο και των αντιπάλων. Η υπόθεση που μπορεί να εκφραστεί είναι ότι αρκετή μάθηση, με τον παραδοσιακό ορισμό της ενσωμάτωσης νέας με ήδη υπάρχουσας γνώσης, προκύπτει μέσα σε μία επιχειρηματολογική αλληλεπίδραση, τουλάχιστον όταν οι συμμετέχοντες εμπλέκονται σε έναν διάλογο κατά τη διάρκεια του οποίου προσπαθούν να επιτευχθεί κοινή αντίληψη. Αυτές οι προσπάθειες για κοινή αντίληψη, κατά τη διάρκεια της επιχειρηματολογίας, μπορούν να οδηγήσουν σε κοινή γνώση και αντίληψη ενός θέματος (Andriessen, 2009).

Η διαπραγμάτευση της έννοιας μέσα σε έναν επιχειρηματολογικό διάλογο προκύπτει με δύο τρόπους: είτε διαχωρίζοντας τις έννοιες είτε συνδυάζοντάς τις. Αυτός ο διαχωρισμός και αυτός ο συνδυασμός- συμβιβασμός εννοιών οδηγούν τους ανθρώπους να εγκαταλείψουν τις απόψεις που δεν είναι καλά αρθρωμένες και να δεχθούν άλλες των οποίων οι σημασίες είναι πιο επεξεργασμένες (Schwarz, 2009).

### 5.3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Το τί μπορεί κανείς να μάθει μέσα από έναν επιχειρηματολογικό διάλογο δεν είναι άμεσα προφανές, γιατί το είδος της μάθησης που προκύπτει μέσα και από τον επιχειρηματολογικό διάλογο μπορεί να είναι σχετικά αμυδρό και δύσκολο να αξιολογηθεί καθώς ο τύπος της γνώσης που μπορεί να εκφραστεί και να διαμορφωθεί μέσα σε αυτόν είναι σχετικά συγκεκριμένος δεδομένου ότι το συναισθηματικό, σχεσιακό και διαλογικό πλαίσιο της ασυμφωνίας οδηγεί στην επιλογή ή στον αποκλεισμό συγκεκριμένων τύπων πληροφοριών. Με άλλα λόγια, επιλέγονται κάθε φορά τα πιο αποτελεσματικά και σχετικά επιχειρήματα.

Ένας τρόπος να υπολογίσουμε τους παιδαγωγικούς στόχους της επιχειρηματολογίας είναι να θέσουμε τη διαφορά ανάμεσα στη διαδικασία και το προϊόν, ανάμεσα στις επιχειρηματολογικές ικανότητες και αυτό που ονομάζουμε γνώση της επιχειρηματολογίας (Baker, 2009). Η επιχειρηματολογική ικανότητα είναι μία *“λεκτική, κοινωνική και λογική δραστηριότητα που έχει ως σκοπό να πείσει με λογική κριτική για την αποδοχή μίας άποψης με την έκφραση ενός σχηματισμού μίας ή περισσότερων προτάσεων για την υποστήριξη της άποψης”*, σύμφωνα με τους van Eemeren et al. (2002), και θεωρείται ότι μπορεί να εξελιχθεί δεδομένου ότι σε μία διαδικασία επιχειρηματολογίας προκαλούνται σύνθετες γνωστικές ικανότητες οι οποίες είναι το αποτέλεσμα μίας σταδιακής διαδικασίας ανάπτυξης (Felton et al., 2001). Οι επιχειρηματολογικές ικανότητες αφορούν εν μέρει στο να είναι κάποιος ικανός να σέβεται τους βασικούς κανόνες του επιχειρηματολογικού διαλόγου όπως πχ. την υπεράσπιση μίας άποψης σε μία κριτική, και σε αυτό το βαθμό μπορούν να θεωρηθούν ως επικοινωνιακές δεξιότητες όπως πχ. να είναι κάποιος ικανός να εκφραστεί καθαρά και σύμφωνα με τις απαιτήσεις της συζήτησης. Ακόμα, στις επιχειρηματολογικές ικανότητες συμπεριλαμβάνονται και τεχνικές της επιχειρηματολογίας, όπως στρατηγικές που θα οδηγήσουν τον αντίπαλο να διαψεύσει τον εαυτό του, αντιστροφή του βάρους της απόδειξης, επίθεση στη θέση άμεσα παρά απάντηση στα επιχειρήματα που είναι υπέρ της, επαναπροσδιορισμός της θέσης κ.ά., όπως επίσης το πώς να αναγνωρίζει κανείς εσφαλμένες αντιλήψεις ή πλάνες ή την αντιστροφή μη λογικών ή πραγματολογικά αθέμιτων επιχειρημάτων.

Σύμφωνα με τον Baker (2009), οι μαθησιακοί στόχοι που σχετίζονται με το πλαίσιο του επιχειρηματολογικού διαλόγου μπορούν να γίνουν κατανοητοί σε σχέση



με τα εξής συστατικά στοιχεία: το ερώτημα που τίθεται, τις απόψεις, τα επιχειρήματα, τις αντιλήψεις και τις βασικές έννοιες. Ένα από τα βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μαθητές είναι ότι δεν κατανοούν με ακρίβεια τις ερωτήσεις που έχουν τεθεί για τον επιχειρηματολογικό διάλογο. Συχνά δεν εκφράζουν τις προσωπικές τους απόψεις και δεν μπορούν να δουν τη διαφορά ανάμεσα στην άποψη και το επιχείρημα, καθώς η έκφραση μίας θετικής άποψης δεν ανταποκρίνεται σε ένα επιχείρημα και η έκφραση ενός επιχειρήματος δεν συνεπάγεται απαραίτητα μία συγκεκριμένη άποψη. Σχετικά με τα επιχειρήματα, ένας ξεκάθαρος παιδαγωγικός στόχος είναι όχι μόνο οι μαθητές να γνωρίζουν επαρκή επιχειρήματα για την υπεράσπιση των απόψεών τους αλλά και να γνωρίζουν τα βασικά επιχειρήματα που αντιτίθενται στην άποψή τους, ακόμη και στο πώς να απαντήσουν στα αντεπιχειρήματα. Ένας σχετικά γενικός επιθυμητός στόχος θα ήταν η εσωτερική συνοχή ανάμεσα στα επιχειρήματα και την εκπεφρασμένη άποψη. Οι μαθησιακοί, λοιπόν, στόχοι σχετίζονται με τους παιδαγωγικούς επιχειρηματολογικούς διαλόγους και μπορούν να θεωρηθούν ως διεύρυνση, εμπάθυνση και τελειοποίηση των κατανοήσεων των μαθητών στο πλαίσιο ενός επιχειρηματολογικού διαλόγου. Η κατανόηση των μαθητών διευρύνεται όταν γνωρίζουν μία μεγαλύτερη ποικιλία ερωτήσεων και επιχειρημάτων από άλλες απόψεις και η γνώση γίνεται πιο βαθιά όταν γνωρίζουν επιχειρήματα για τα επιχειρήματα των επιχειρημάτων κ.ο.κ., καθώς και τις βασικές υποβόσκουσες ιδέες.

Σύμφωνα με τον Schwarz (2009) η μάθηση που προκύπτει από την επιχειρηματολογία δε μπορεί να αντιμετωπιστεί μονόπλευρα, καθώς αυτό που αναδύεται από την αλληλεπίδραση των συνομιλητών αναδεικνύει μόνο μία πλευρά της μάθησης. Η προσέγγιση του συνομιλητή αφορά ορατές αλληλεπιδραστικές μαθησιακές διεργασίες. Άλλες, όμως, μαθησιακές διεργασίες δε μπορούν να γίνουν ορατές κατά τη διάρκεια επιχειρηματολογικής αλληλεπίδρασης παρά μόνο με τη σύγκριση της επιχειρηματολογικής αλληλεπίδρασης με άλλες επακόλουθες δραστηριότητες. Ο ίδιος ο Schwarz παρατήρησε πώς μαθητές που αλληλεπίδρασαν στην αναδυόμενη κατασκευή μίας νέας στρατηγικής έλυσαν παρόμοια θέματα ατομικά σε επόμενες δραστηριότητες. Ακόμα, ο Schwarz και οι συνεργάτες του αναγνώρισαν τη συνεχή κατασκευή μέσω της αλληλεπίδρασης και την ανακτώμενη κατασκευή από την αλληλεπίδραση και ανίχνευσαν το πώς αυτές οι διαδικασίες πέτυχαν ή απέτυχαν στην παραγωγή άμεσης ή καθυστερημένης μάθησης, δείχνοντας,

έτσι, τη συνθετότητα των μαθησιακών διαδικασιών, ορατών ή μη, που σχετίζονται με την επιχειρηματολογία (Schwarz, 2009). Επομένως, η μάθηση που επιτυγχάνεται από τις επιχειρηματολογικές δραστηριότητες αφενός προκύπτει κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων αυτών, ως κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και αφετέρου φαίνεται στα αποτελέσματά τους, δηλαδή στα παραγόμενα προϊόντα (πχ. γραπτές εργασίες) τα οποία αναμένονται να παρουσιάζουν τους επιχειρηματολογικούς συλλογισμούς.

## **6. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ**

Η επιχειρηματολογία αποτελεί ενδιαφέρον πεδίο για τους ερευνητές και τους επαγγελματίες της εκπαίδευσης που ασχολούνται με τις κοινωνικές και γνωστικές διαδικασίες που προωθούν τη μάθηση. Ο διάλογος είναι σημαντικό κομμάτι της επικοινωνίας, το οποίο σημαίνει ότι περιλαμβάνει όλες τις διαστάσεις ενός ατόμου-γνωστικές, επικοινωνιακές, συναισθηματικές. Για αυτό, λοιπόν, η επιχειρηματολογία είναι σημαντική για τα μαθησιακά περιβάλλοντα (Muller Mirza et al., 2009b). Μία από τις βασικές επιδιώξεις της εκπαίδευσης οφείλει να είναι η ανάπτυξη της ικανότητας της επιχειρηματολογίας των παιδιών, στόχο στον οποίο οι εκπαιδευτικοί μπορούν να προσφέρουν σημαντικά.

Έχει αποδειχθεί ότι το να δίνουμε απλά στους μαθητές μία έτοιμη επεξήγηση νέων ιδεών είναι αναποτελεσματικό, καθώς οι ίδιοι μπορεί να μη σκεφτούν σε βάθος την εξήγηση και το πώς αυτή συνδέεται με την προηγούμενη γνώση. Η διδασκαλία της επιχειρηματολογίας μέσα από κατάλληλες δραστηριότητες και παιδαγωγικές στρατηγικές είναι ένας τρόπος προώθησης επιστημονικών, γνωστικών και κοινωνικών στόχων και ταυτόχρονα ενίσχυσης της αντίληψης των μαθητών.

Πρότερη έρευνα στην επιχειρηματολογία περιλαμβάνει ένα εύρος διαφορετικών προοπτικών στο ρόλο του διαλόγου βασισμένου στην επιχειρηματολογία στην επιστημονική εκπαίδευση. Η έρευνα της Kuhn (1991), σύμφωνα με τους Simon et al. (2006), υπογραμμίζει το γεγονός ότι για την πλειοψηφία των μαθητών η χρήση έγκυρων επιχειρημάτων δεν έρχεται με φυσικό τρόπο αλλά επιτυγχάνεται μέσα από την πρακτική. Για την εκπαίδευση το επιχείρημα είναι μια μορφή ομιλίας που πρέπει να διδαχθεί μέσα από την πρόβλεψη της

κατάλληλης δραστηριότητας, μέσα από την υποστήριξη και τη μοντελοποίηση. Με το να παρέχονται στους μαθητές εργασίες που απαιτούν συζήτηση και αντιλογία, αναμένεται αυτοί να εμπλέκονται σε διαδικασίες επιχειρηματολογίας, δηλαδή σε διαδικασίες δόμησης επιχειρημάτων. Για να λάβει χώρα η επιχειρηματολογία οι μαθητές θα πρέπει να είναι ικανοί να δουλεύουν ομαδικά, να ακούν ο ένας τον άλλον και να διατυπώνουν τις ιδέες τους.

Ο Schwarz (2009) υπολογίζει το πιθανό αποτέλεσμα της επιχειρηματολογίας στη μάθηση δίνοντας έμφαση σε τρία από τα γνωστικά της χαρακτηριστικά: (1) η παραγωγή επιχειρημάτων απαιτεί τα άτομα να εκφράζουν τις ιδέες τους λεκτικά και με σαφήνεια, προάγοντας ποιότητα της σκέψης τους (2) η διαλεκτική επιχειρηματολογία, δηλαδή η συζήτηση και η αναθεώρηση αντίθετων απόψεων, απαιτεί το συγχρονισμό και την εξέταση διαφορετικών προοπτικών, ενθαρρύνει το λογισμό και την αναθεώρηση των απόψεων και οδηγεί στη βελτίωση της οργάνωσης της γνώσης, και (3) τα επιχειρηματολογικά σχήματα του συλλογισμού συνεισφέρουν στη μείωση του γνωστικού φορτίου που εμπλέκεται στη μάθηση. Για τους Asterhan & Schwarz (2007), όπως αναφέρει ο Simon (2008), το πιο αξιοσημείωτο πλεονέκτημα της διαλεκτικής επιχειρηματολογίας είναι η συζήτηση διαφορετικών λύσεων/ προτάσεων για ένα θέμα. Η εμπλοκή στη διαλεκτική επιχειρηματολογία έχει ως αποτέλεσμα γνωστικά και μαθησιακά κέρδη, καθώς μέσα από τις επιχειρηματολογικές τεχνικές οι μαθητές χρησιμοποιούν μία ποικιλία πρακτικών για να υποστηρίξουν, αξιολογήσουν και να εξετάσουν ισχυρισμούς.

Η έρευνα στην επιχειρηματολογία υποστηρίζει ότι η εμπλοκή των μαθητών σε συζητήσεις και αντιπαραθέσεις έχει δείξει ότι αυξάνει την περιέργειά τους, την εμπλοκή τους στην εργασία και τη διανοήσή τους. Αποτελέσματα ερευνών έδειξαν ότι μαθητές που ενεπλάκησαν σε επιχειρηματολογικές δραστηριότητες φάνηκε ότι θυμόντουσαν σημαντικές πλευρές του προβλήματος ή του υπό μελέτη θέματος, γεγονός που αποδεικνύει ότι ήταν γνωστικά δεσμευμένοι και ότι η μάθησή τους ήταν βαθιά και σχετικά μακροπρόθεσμη. Σύμφωνα με τους Nussbaum et al. (2003) όταν ζητείται από μαθητές να επιχειρηματολογήσουν για την αντίθετη άποψη εμπλέκονται σε μία βαθιά διαδικασία υψηλής εμπλοκής, η οποία είναι απαραίτητη για την εννοιολογική και γνωστική αλλαγή. Συγκεκριμένα όταν οι μαθητές δομούν ένα επιχειρήματα της εναλλακτικής θέσης ενθαρρύνονται να την σκεφτούν σε βάθος, να

αντιπαραβάλλουν το επιχειρήματά τους με το εναλλακτικό, να εξηγήσουν δεδομένα και να αξιολογήσουν θέματα και επιχειρήματα.

Υπάρχουν εμπειρικές μαρτυρίες που υποστηρίζουν ότι υπάρχουν μερικά είδη επιχειρηματολογικής ομιλίας που είναι ιδιαίτερος αποτελεσματικά στη μάθηση. Έρευνες έχουν δείξει συνδέσεις ανάμεσα σε ομαδικές ομιλίες στη διδασκαλία επιστημών σε παιδιά 8-12 ετών και γνωστική ανάπτυξη. Αυτές οι μελέτες χρησιμοποιούν πριν και μετά πειραματικά σχέδια στα οποία οι μαθητές εργάζονται σε μικρές ομάδες ώστε να επιλύσουν εργασίες σχετικές με βασικές επιστημονικές έννοιες. Οι οδηγίες ωθούν τις ομάδες να συζητήσουν τις υποθέσεις, να τις δοκιμάσουν και να καταλήξουν σε συμφωνία στο πώς θα εξηγήσουν τα φαινόμενα. Παρεμβάσεις οδηγούμενες από ερευνητές, όπως πχ. των Howe, Rodgers & Tolmie, 1990, Howe & Tolmie, 2003, Howie, Tolmie & Rodgers, 1992, και από καθηγητές επιβεβαιώνουν τις επιδράσεις των συζητήσεων πάνω στην εννοιολογική ανάπτυξη των μαθητών, όπως αναφέρουν οι Larrain et al. (2014).

Σε μία εκπαιδευτική διαδικασία, όμως, σημαντικός είναι και ο ρόλος του εκπαιδευτικού. Συγκεκριμένα ο ρόλος του εκπαιδευτικού (και η αντιπροσώπευση της μαθησιακής διαδικασίας) μπορεί κατά βάθος να αλλάξει τις μορφές που παίρνει η επικοινωνία και έτσι να αλλάξει τη δυναμική της επιχειρηματολογίας. Μελέτες σε “κοινότητες μάθησης και πρακτικής”, όπως αναφέρουν οι Tusting & Barton (2006), σύμφωνα με τους Muller Mirza et al. (2009b), καταδεικνύουν τη λειτουργία της μεσολάβησης στο σχεδιασμό της διδασκαλίας στις φόρμες της συμμετοχής των μαθητών και επομένως στις πιθανότητες της χρήσης επιχειρημάτων. Ένα σημαντικό στοιχείο πολλών καινοτόμων εκπαιδευτικών μελετών είναι να αμφισβητήσουν την εξάρτηση και την επικοινωνία καθηγητή-μαθητή για χάρη της συνεργατικής επικοινωνίας των μαθητών καθώς μοιράζονται και οικοδομούν γνώση. Η επιχειρηματολογία γίνεται ένα σημαντικό κομμάτι της δραστηριότητας της τάξης.

Ο τρόπος που μιλάνε οι καθηγητές έμμεσα υπονοεί τις δικές τους απόψεις και αντιλήψεις. Χρειάζεται, λοιπόν, να αλλάξει αυτό το μοντέλο από τον καθηγητή που έμμεσα υπονοεί τη γνώση του σε μία τάξη πιο φιλελεύθερη και διαλεκτική. Για να διαμορφώσουμε έναν νέο κόσμο οι καθηγητές πρέπει να υιοθετήσουν έναν νέο τρόπο ομιλίας, μία καινούρια πρακτική. Αυτό δε θα επιτευχθεί με την αλλαγή του λεξιλογίου τους, αλλά, πιο ουσιαστικά αφομοιώνοντας νέους στόχους που θα φέρουν

στο προσκήνιο και θα υποστηρίξουν τον επιχειρηματολογικό λόγο στη διδασκαλία (Simon et al., 2006).

Σύμφωνα με τους Fasulo & Pontecorvo (1999), όπως αναφέρουν οι Muller Mirza et al. (2009b), χωρίς τις παρεμβάσεις ενός δασκάλου, οι μαθητές στο σχολείο μπορούν να συνομιλήσουν πιο ελεύθερα, το οποίο εμπλουτίζει τη γλωσσική τους ικανότητα. Σε τέτοιες περιπτώσεις τα παιδιά δε νιώθουν ότι κρίνονται από τον εκπαιδευτικό αν λένε το σωστό ή το λάθος και έτσι εκφράζονται ελεύθερα. Γενικά η προσπάθεια του εκπαιδευτικού, σύμφωνα με τον Schwarz (2009), πρέπει να εστιάζει (1) στο σχεδιασμό καταστάσεων στις οποίες οι προσωπικοί στόχοι κάθε μαθητή να τους κάνουν να εμπλέκονται σε καταστάσεις με εκπαιδευτική αξία (2) στο να βοηθά τους μαθητές να αναγνωρίσουν τους στόχους όλων των συμμετεχόντων. Ο στόχος του εκπαιδευτικού, λοιπόν, είναι να σχεδιάσει δραστηριότητες και να παρέχει τα εργαλεία με τα οποία η φυσική ροπή δέσμευσης στην επιχειρηματολογία να χρησιμοποιείται για επιστημονικούς λόγους.

Το σχολείο, λοιπόν, πρέπει να ευαισθητοποιηθεί για να προσφέρει επαρκή και κατάλληλα πλαίσια για επιχειρηματολογία. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα, όμως, γενικά δεν βγάζουν στο προσκήνιο των σκεπτικών τους την προώθηση της επιχειρηματολογίας. Αντιθέτως πολλά εκπαιδευτικά προγράμματα είναι αφοσιωμένα στην προώθηση της “κριτικής σκέψης” αλλά στην πράξη εξαρτώνται από τις επιχειρηματολογικές πρακτικές.

## **6.1. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ**

Η επιχειρηματολογία δύσκολα προκύπτει αυθόρμητα σε εκπαιδευτικά πλαίσια. Χρειάζεται να σχεδιαστεί μία δραστηριότητα για να εμπλακούν οι συμμετέχοντες, το οποίο ονομάζεται “επιχειρηματολογικός σχεδιασμός”, ο οποίος αφορά στο σχεδιασμό, από έναν εκπαιδευτικό ή ερευνητή, συνεργατικών καταστάσεων σε εκπαιδευτικά πλαίσια στα οποία οι συμμετέχοντες να αναλαμβάνουν την παραγωγή επιχειρηματολογίας ή την εξερεύνηση ενός διαλογικού χώρου, όπως αναφέρει ο Nonnon (1996), σύμφωνα με τους Andriessen & Schwarz (2009). Η παραγωγή της επιχειρηματολογίας είναι κάτι δύσκολο και εξαρτάται από τον σκοπό

των συμμετεχόντων σε μία συζήτηση. Σε εκπαιδευτικά πλαίσια στα οποία η κατανόηση και η διαπραγμάτευση εννοιών είναι ο τελικός στόχος, η παραγόμενη επιχειρηματολογία μπορεί να σχετίζεται με το εάν προκύπτουν ή προκαλούνται αρκετά επιχειρήματα κατά τη διάρκεια της συζήτησης, εάν οι συμμετέχοντες εκμεταλλεύονται αυτά τα επιχειρήματα σε μεταγενέστερες δραστηριότητες, εάν οι συμμετέχοντες αναφέρονται εποικοδομητικά στους συνομήλικούς τους και εάν όλοι οι συμμετέχοντες συμμετέχουν ενεργά στη συζήτηση. Σε εκπαιδευτικές περιστάσεις, ο επιχειρηματολογικός σχεδιασμός είναι μία συμφωνία που περιλαμβάνει την παρουσίαση ενός θέματος που μπορεί να συζητηθεί αλλά αφήνει την ακριβή φύση της συζήτησης στους συμμετέχοντες. Με άλλα λόγια, ο επιχειρηματολογικός σχεδιασμός δεν μπορεί και δεν πρέπει να προκαθορίζει παραγωγική επιχειρηματολογία.

Τα ανωτέρω καταδεικνύουν ότι ο επιχειρηματολογικός σχεδιασμός είναι αρκετά δύσκολος. Κεντρικό ρόλο στον επιχειρηματολογικό σχεδιασμό παίζει το κίνητρο, ενώ σημαντικές, επίσης, είναι οι συνθήκες που μπορούν να προωθήσουν την παραγωγή επιχειρηματολογίας, όπως οι αρχικές γνώσεις και οι διαφωνίες. Εξωτερικοί παράγοντες, όπως πολυμορφικά κείμενα και τα εργαλεία που προσφέρουν ανατροφοδότηση για τη δομή του επιχειρήματος είναι σημαντικά. Σύμφωνα με τους Schwarz & Glassner (2003), όπως αναφέρουν οι Andriessen et al. (2009), η μορφή και το περιεχόμενο της επιχειρηματολογίας είναι πολύ σημαντικά για τους στόχους των συμμετεχόντων. Δεδομένου ότι η επιχειρηματολογία είναι ένα αντικείμενο ενδιαφέροντος και ένας κοινωνικός και πολιτιστικός πόρος, οι συμμετέχοντες σε αυτήν θα πρέπει να έχουν υψηλό κίνητρο. Σε μαθησιακά περιβάλλοντα, οι μαθητές αναμένεται να κινητοποιηθούν να εμπλακούν στην επιχειρηματολογία μόνο εάν αισθανθούν αυτοπεποίθηση ότι οι γνώσεις τους είναι επαρκείς, ότι μπορούν να διαχειριστούν τις κοινωνικές προκλήσεις και ότι θα κερδίσουν κάτι από αυτό. Οι προσωπικές, επίσης, προσδοκίες και οι διαθέσεις επηρεάζουν τον τρόπο που οι συνομήλικοι συμπεριφέρονται σε περιβάλλοντα με κοινωνιογνωστικές αντιθέσεις αλλά και τα κέρδη από τέτοιου είδους περιβάλλοντα. Γενικά, ο σχεδιασμός των εργασιών θα πρέπει να λαμβάνει υπόψιν τους στόχους των μαθητών, τις ανάγκες τους και το εκπαιδευτικό περιβάλλον, το οποίο επηρεάζει πολύ τη θέληση για επιχειρηματολογία.

Αξίζει σε αυτό το σημείο να αναφερθεί ο όρος “διαλογική διδασκαλία”. Οι Mercer, Wegerif και η ομάδα τους, όπως αναφέρουν οι Andriessen et al. (2009), πρότειναν μία διαλογική προσέγγιση για την προώθηση της συλλογικής επιχειρηματολογίας η οποία περιλαμβάνει την ενθάρρυνση των μαθητών να εφαρμόσουν τους κανόνες της διερευνητικής συζήτησης στη συζήτησή τους. Στη διερευνητική συζήτηση, οι συμμετέχοντες εμπλέκονται κριτικά αλλά και εποικοδομητικά ο ένας στις ιδέες του άλλου και οι σχετικές πληροφορίες προσφέρονται για κοινή μελέτη. Οι προτάσεις των ομιλητών μπορούν να αμφισβητηθούν αλλά μόνο εάν δοθεί κάποιος λόγος για να γίνει αυτό και προσφερθούν εναλλακτικές. Η συμφωνία θεωρείται ως μία βάση για λήψεις αποφάσεων και δράσεις από κοινού. Η γνώση γίνεται κοινώς δεκτή και η αιτιολόγηση ορατή στο λόγο. Ο δάσκαλος παρεμβαίνει μόνο για να προσθέσει τις “αιτιολογικές λέξεις”, δηλαδή “τι”, “πώς”, “εάν” και “γιατί” όσο οι μαθητές οδηγούν τη δραστηριότητα και αποδέχεται και συζητά τις προκλήσεις και τις σέβεται. Οι μαθητές ενημερώνονται για το πώς να αξιολογούν την εγκυρότητα των εναλλακτικών. Ο δάσκαλος προτρέπει τους μαθητές να συμμετέχουν όσο θέλουν και εξασφαλίζει ότι θα φτάσουν σε συμφωνία. Έτσι, οι μαθητές εμπλέκονται στη συζήτηση και στις αποφάσεις. Αυτή η προσέγγιση ονομάστηκε “διαλογική διδασκαλία” και απέδειξε ότι, σύμφωνα με τους Wegerif et al. (1999), όπως αναφέρουν οι Andriessen et al. (2009), η επιχειρηματολογία μπορεί να γίνει πολύ παραγωγική εάν προωθηθούν δεξιότητες γενικής σκέψης.

## **6.2. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ**

Το κίνητρο για να δεσμευτούν τα άτομα στην επιχειρηματολογία είναι ένα προαπαιτούμενο αλλά δεν μπορεί να εξασφαλίσει κανείς ότι θα προκύψει. Ο επιχειρηματολογικός σχεδιασμός αφορά αρχικά έναν εκ των προτέρων κανονισμό και μετά τη δόμηση της ίδιας της επιχειρηματολογίας και προϋποθέτει κάποια δεδομένα για να παραχθεί αυτή.

(α) Ο ρόλος των βάσεων, της συνεννόησης και της κοινής αντίληψης είναι σημαντικές προϋποθέσεις για μία παραγωγική επιχειρηματολογία. Σύμφωνα με τους Clark & Schaefer (1989), όπως αναφέρουν οι Andriessen et al. (2009), για να

διεξαχθεί μία συζήτηση και τα δύο μέλη θα πρέπει να πιστεύουν ότι έχουν αμοιβαία κατανοήσει τί εννοούσε ο πρώτος ομιλητής. Αυτό είναι ένα θεμελιώδες κριτήριο και θεμελιώδης έγινε και η διαδικασία της ανάπτυξης του κοινού τόπου ή ο βαθμός της κοινής αντίληψης στη συζήτηση. Βέβαια, αυτό εναπόκειται στους συνδιαλεγόμενους και σχετίζεται άμεσα με το σκοπό της συζήτησης. Σημαντική, επίσης, είναι, σύμφωνα με τον Baker (1994), όπως αναφέρουν οι Andriessen et al. (2009), και η διαδικασία της διαπραγμάτευσης, δηλαδή η διαδικασία κατά την οποία συμμετέχοντες που διαφωνούν για κάτι, εκτός από το ότι επιχειρηματολογούν για αυτό, πρέπει να καταλήξουν σε μία κοινή αντίληψη σχετικά με τον κοινό τόπο ώστε να κατανοεί ο ένας τα επιχειρήματα του άλλου. Αυτή η κοινή αντίληψη λειτουργεί ως ένα δυναμικό πλαίσιο αναφοράς το οποίο επαναπροσδιορίζεται συνέχεια όσο προχωρά ο διάλογος και βοηθά μαθητές και καθηγητές να σκέφτονται μαζί τη διαδικασία στην οποία συμμετέχουν. Εάν αυτή η κοινή αντίληψη διατηρηθεί επιτυχώς, οι παρανοήσεις θα μειωθούν στο ελάχιστο και τα κίνητρα θα αυξηθούν. Η κοινή αντίληψη είναι ένα αμοιβαίο επίτευγμα, το οποίο εξαρτάται από την διαδραστική συμμετοχή, την δέσμευση και τη διαπραγμάτευση των κοινών στόχων.

(β) Ο ρόλος των αρχικών γνώσεων προωθεί την παραγωγική επιχειρηματολογία. Χωρίς ένα νοητικό μοντέλο ή στρατηγική, οι συμμετέχοντες δε μπορούν να αναπτύξουν ένα επεξηγηματικό πλαίσιο στη συζήτησή τους. Οι διαφορές ανάμεσα στις αρχικές στρατηγικές ή στα γνωστικά μοντέλα, οδηγούν στην άρθρωση διαφορετικών επιχειρημάτων και στην ανάδυση νέων επιχειρημάτων στα οποία έχουν συμφωνήσει οι συμμετέχοντες.

(γ) Ο ρόλος της ασυμφωνίας στην προώθηση της επιχειρηματολογίας είναι επίσης σημαντικός. Οι διαφορετικές αρχικές γνώσεις συχνά μεταφράζονται ως διαφωνία ανάμεσα στους συμμετέχοντες, κάτι το οποίο, όμως, δεν είναι απαραίτητο, καθώς οι συμμετέχοντες μπορούν να αναπτύξουν διαφορετικές προοπτικές και λόγους που να αντιπροσωπεύουν τις προσωπικές τους απόψεις χωρίς να φτάνουν σε φανερή διαφωνία. Η διαφωνία πρέπει να αντιμετωπιστεί προσεκτικά καθώς μπορεί να οδηγήσει σε πόλωση. Ο ρόλος της μπορεί να είναι είτε ευεργετικός είτε επιβλαβής, καθώς αφενός μπορεί να οδηγήσει σε εξέλιξη φέρνοντας διαφορετικά επιχειρήματα στο χώρο της συζήτησης, αφετέρου, όμως, μπορεί να δημιουργήσει κοινωνική συστολή και να εμποδίσει τη μάθηση. Η διαφωνία μπορεί, συχνά, να ξεπεραστεί από τους συμμετέχοντες με την προώθηση μίας συνεργατικής συλλογικής



επιχειρηματολογίας στην οποία οι διαφορετικές προοπτικές συνδυάζονται από κοινού.

(δ) Ο ρόλος των πηγών στη δόμηση της επιχειρηματολογίας είναι επίσης σημαντικός. Ανάμεσα στους πόρους η υπόθεση από μόνη της δε συνεισφέρει στην ανάπτυξη της επιχειρηματολογίας και της μάθησης καθώς για να λυθεί μία διαφωνία είναι απαραίτητος ο διάλογος. Τα κείμενα ως μέσα άντλησης στοιχείων και πληροφοριών φαίνεται να βοηθούν την επιχειρηματολογία καθώς μπορούν είτε να περιλαμβάνουν πληροφορίες για ένα θέμα είτε επιχειρήματα και μπορούν να χρησιμοποιηθούν είτε στην αρχή είτε κατά τη διάρκεια της διαδικασίας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

### 1. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΟΥΜΕΝΗ ΑΠΟ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ

Η επικοινωνία η οποία διαμεσολαβείται από υπολογιστή παίζει αναμφισβήτητα ένα σημαντικό κομμάτι της καθημερινής ζωής για τα άτομα σήμερα. Οι Valkenburg & Peter (2006), για παράδειγμα, σύμφωνα με τους Munneke, Andriessen, Kirschner & Kanselaar (2007), βρήκαν ότι το 88% των Ολλανδών σε ηλικίες 12-16 χρησιμοποιούν τη σύγχρονη επικοινωνία – κυρίως τη σύγχρονη αποστολή μηνυμάτων- με τους φίλους τους. Μία κλασική προσέγγιση στα αποτελέσματα των μέσων επικοινωνίας είναι η κοινωνική θεωρία της παρουσίας που αποτέλεσε τη βάση για μεταγενέστερες θεωρίες όπως η θεωρία της αφθονίας των μέσων (Munneke et al., 2007). Η αφθονία των μέσων αφορά στην ικανότητα του μέσου να επικοινωνεί πληροφορίες με τέτοιο τρόπο ώστε να ελαχιστοποιείται η αβεβαιότητα ή η αμφισημία, δηλαδή το διαφορούμενο ενός μηνύματος (πχ. η εργασία ή το υπό συζήτηση θέμα είναι σαφές). Η αφθονία ενός μέσου βασίζεται: (1) στην αμεσότητα της ανατροφοδότησης, (2) στη μετάδοση πολλαπλών ερεθισμάτων όπως μη λεκτικά σήματα και τόνος φωνής, (3) στη χρήση της φυσικής γλώσσας και (4) στη μετάδοση των προσωπικών συναισθημάτων. Βασιζόμενη σε αυτά τα κριτήρια, η διαζώσης επικοινωνία είναι πιο πλούσια καθώς παρέχει τη δυνατότητα της άμεσης ανατροφοδότησης και τη χρήση πολλαπλών ερεθισμάτων. Η επικοινωνία μέσω τεχνολογικών μέσων είναι ένα “ισχνό” μέσο επειδή υστερεί σε μη λεκτικά σήματα και στις άμεσες αποκρίσεις που οδηγούν σε μία αποπροσωποποίηση. Η θεωρία της αφθονίας των μέσων, σύμφωνα με τους Carlson, Zmud & Walther (1995), όπως αναφέρουν οι Munneke et al. (2007), αναφέρει ότι οι δύσκολες εργασίες με υψηλό επίπεδο αβεβαιότητας και χρονικής αλληλουχίας δεν μπορούν να ταιριάξουν με τέτοια μέσα εξαιτίας της αποπροσωποποίησης.

Αυτή, όμως, η θεωρία έχει δεχθεί κριτική επειδή η προσέγγισή της εστιάζει μόνο στην τεχνολογία. Μελετητές υποστηρίζουν ότι τα αποτελέσματα των τεχνολογιών της επικοινωνίας και της τεχνολογίας καθορίζονται από την αλληλεπίδραση των χρηστών, της τεχνολογίας και του πλαισίου και όχι μόνο από τα χαρακτηριστικά των μέσων. Σημαντικός παράγοντας, επίσης, θεωρείται και η

εμπειρία που έχει ο χρήστης με αυτά τα εργαλεία, το είδος της εργασίας που πρέπει να ολοκληρωθεί και ο χρόνος που μπορεί να χρειάζονται οι χρήστες για να επικοινωνήσουν αποτελεσματικά μέσω αυτών των εργαλείων. Πολλοί, επίσης, χρήστες ελκύονται από αυτά τα μέσα επικοινωνίας επειδή τα χαρακτηριστικά τους προσφέρουν διαφορετικά είδη αλληλεπιδράσεων απ' ό,τι η δια ζώσης επικοινωνία και συζήτηση. Η βασική θεωρία των Clark & Brennan (1991), σύμφωνα με τους Munneke et al. (2007) λαμβάνει υπ' όψιν το χρήστη, αναφέροντας ότι οι άνθρωποι μπορούν να επικοινωνούν αποτελεσματικά χρησιμοποιώντας διάφορα είδη μέσων επειδή πάντα ψάχνουν να δημιουργήσουν και να διατηρήσουν ένα κοινό έδαφος. Η αρχή της “ελάχιστης απαιτούμενης προσπάθειας για την επικοινωνία” καθορίζει το πώς οι χρήστες αντιμετωπίζουν τα κόστη της διαφορετικής βάσης των εργαλείων, που δεν καθιστούν όλα τα εργαλεία κατάλληλα για όλους τους τύπους εργασιών.

Μία άλλη προσέγγιση που λαμβάνει υπ' όψιν τις εργασίες είναι η θεωρία της συγχρονικότητας των μέσων των Dennis & Valacich (1999), σύμφωνα με τους Munneke et al. (2007), που αναπτύχθηκε εξαιτίας της κριτικής στην θεωρία της αφθονίας των μέσων. Η θεωρία της συγχρονικότητας υποστηρίζει ότι όλες οι εργασίες αποτελούνται από επικοινωνιακές διαδικασίες *διαβίβασης/ μεταβίβασης* (πχ. ανταλλαγή πληροφοριών) και *σύγκλισης* (πχ. καθορισμός της σημασίας κάθε πληροφορίας). Η διαβίβαση και η σύγκλιση χρησιμοποιούν διαφορετικά χαρακτηριστικά των μέσων επικοινωνίας. Οι Dennis & Valacich, όπως αναφέρουν οι Munneke et al. (2007), αναγνωρίζουν πέντε διαστάσεις των μέσων που μπορούν να επηρεάσουν το πώς οι χρήστες αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, και συγκεκριμένα (α) την αμεσότητα της ανατροφοδότησης, (β) την ποικιλία των συμβόλων, (γ) τον παραλληλισμό, (δ) την ικανότητα της επανεξέτασης και (στ) την ικανότητα της εκ νέου επεξεργασίας. Η άμεση ανατροφοδότηση είναι η ταχύτητα της επικοινωνίας και το κατά πόσο οι χρήστες μπορούν να δώσουν γρήγορη ανατροφοδότηση στα μηνύματα που λαμβάνουν. Η ποικιλία των συμβόλων αφορά στον αριθμό των τρόπων επικοινωνίας που μπορούν να χρησιμοποιηθούν όπως τα λεκτικά και τα μη λεκτικά σύμβολα. Ο παραλληλισμός αφορά στον αριθμό των παράλληλων συζητήσεων που μπορούν να υπάρχουν αποτελεσματικά στο ίδιο μέσο. Η ικανότητα της επανεξέτασης αναφέρεται στην ικανότητα του χρήστη να εξετάζει ξανά ένα μήνυμα πριν το επικοινωνήσει. Τέλος, η εκ νέου επεξεργασία αναφέρεται στην ικανότητα να αξιολογήσει και να αναλύσει κάποιος τα μηνύματα περισσότερες από μία φορές σε

διαφορετικές χρονικές στιγμές. Σύμφωνα με τους Dennis & Valacich, όπως αναφέρουν οι Munneke et al. (2007), οι διαδικασίες σύγκλισης απαιτούν υψηλό συγχρονισμό που περιλαμβάνει άμεση ανταπόκριση και χαμηλό παραλληλισμό ενώ οι διαδικασίες της διαβίβασης απαιτούν χαμηλό συγχρονισμό με βραδεία ανταπόκριση και υψηλό παραλληλισμό. Η επανεξέταση, η ποικιλία των μέσων και η εκ νέου επεξεργασία θεωρούνται διαστάσεις που αφορούν στη χρονική διαδοχή και πορεία της εργασίας. Όταν ένα μήνυμα είναι περίπλοκο και χρονικά εξελισσόμενο είναι σημαντικό να υπάρχει χρόνος για αναστοχασμό και για επανεπεξεργασία του μηνύματος, ελαχιστοποιώντας το συγχρονισμό ενός μέσου επειδή ένα μέσο με υψηλή επανεξέταση, τείνει να μην επιτρέπει αρκετή ανατροφοδότηση (Munneke, et al., 2007)

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, η διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή επικοινωνία γίνεται ένας συχνός τρόπος για την επικοινωνία της καθημερινότητας, και συγχρόνως υπάρχει μία παρατηρούμενη αύξηση στη χρήση της διαμεσολαβούμενης από υπολογιστή επικοινωνία, κυρίως στο πεδίο της συνεργατικής μάθησης που υποστηρίζεται από υπολογιστή. Αυτή η προσέγγιση της σύγχρονης επικοινωνίας φαίνεται ότι δικαιολογεί τη χρήση της διαμεσολαβούμενης από υπολογιστή επικοινωνίας ως γνωστικό εργαλείο που διευκολύνει και προωθεί τη συνεργατική οικοδόμηση της γνώσης σύμφωνα με τους Lehtinen, Hekkarinen, Lipponen, Rahikainen, & Muukkonen, (1999), όπως αναφέρουν οι Munneke et al. (2007).

Όμως η διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή επικοινωνία είναι ένας ευρύς όρος και περιλαμβάνει πολλά είδη επικοινωνίας όπως δωμάτια συνομιλίας (chat rooms), MOOs, σύγχρονη αποστολή μηνυμάτων, τηλεδιασκέψεις, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και πίνακες (ομάδες) συζητήσεων. Υπάρχουν πολλές προσεγγίσεις για την διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή επικοινωνία, στις οποίες τόσο οι επιτυχίες όσο και οι αποτυχίες της αλληλεπίδρασης με υπολογιστική επικοινωνία εξηγούνται από τα ίδια χαρακτηριστικά. Ο Kreigns (2004), σύμφωνα με τους Munneke et al. (2007), επεσήμανε την άνιση συμμετοχή των μαθητών κατά τη διάρκεια της συνεργατικής μάθησης μέσω υπολογιστή λόγω έλλειψης μη λεκτικών ερεθισμάτων, προκαλώντας, έτσι την αποπροσωποποίηση της επικοινωνίας. Ο veldhuis-Diermanse (2002), όπως αναφέρουν οι Munneke, et al.(2007), από την άλλη, θεώρησε ότι αυτή η έλλειψη μη λεκτικών ερεθισμάτων επιτείνει την επεξεργασία και αναγκάζει τους

μαθητές να αναπτύξουν τις σκέψεις τους και έτσι οδηγεί σε θετικά μαθησιακά αποτελέσματα. Σημαντική, επίσης, παράμετρος, είναι, σύμφωνα με τους McAteer, Tolmie, Duffy & Corbett (1997), όπως αναφέρουν οι Munneke et al. (2007), και το εάν η διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή επικοινωνία προωθεί ή περιορίζει τις διαδικασίες της συνεργατικής μάθησης.

Η έρευνα της επικοινωνίας με τη διαμεσολάβηση του υπολογιστή έχει δείξει, ανάμεσα στα άλλα, ότι προκύπτουν προβλήματα από τους περιορισμούς που υπάρχουν στην επικοινωνία μέσω υπολογιστή. Η απώλεια μη λεκτικών στοιχείων όπως πχ. ο επιτονισμός, οι εκφράσεις του προσώπου και οι χειρονομίες, και το αυξημένο κόστος της παραγωγής της φράσης, λόγω της χρήσης του πληκτρολογίου, που μπορεί να είναι αργή και επιρρεπής στα λάθη, μπορεί να κάνει κάθε συζήτηση, συμπεριλαμβανομένης και της επιχειρηματολογίας, πιο δύσκολη. Όμως μπορεί να προκύψουν άλλα πλεονεκτήματα σε σχέση με τη δια ζώσης επικοινωνία, όπως πχ. άτομα που αισθάνονται μία συστολή στη δια ζώσης επικοινωνία έχουν περισσότερες ευκαιρίες με τον υπολογιστή. Ακόμα είναι δυνατό να ξαναδει κάποιος τί γράφτηκε σε μία γραπτή συνομιλία στον υπολογιστή, κάτι το οποίο δεν είναι πιθανό χωρίς την εγγραφή της δια ζώσης συζήτησης. Οι μαθητές μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτή την εγγραφή ως πηγή μάθησης (Andriessen et al., 2003).

Η διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή επικοινωνία χρησιμοποιείται γενικά όταν δεν είναι δυνατή η δια ζώσης επικοινωνία εξαιτίας χωρικής ή χρονικής απόστασης ή διαχωρισμού των συμμετεχόντων. Η δια ζώσης επικοινωνία συχνά περιλαμβάνει αναφορά σε και χρήση τεχνουργημάτων όπως εικόνες, σχήματα, διαγράμματα και κείμενα υπό συζήτηση. Πολλά εργαλεία διαμεσολαβούμενα από υπολογιστή παρέχουν ελάχιστη ή καθόλου υποστήριξη για τη συζήτηση παρά μόνο τα ίδια τα κείμενα. Αντικείμενα που επισυνάπτονται σε ένα e-mail ή άλλα μηνύματα υπάρχουν μόνο μέσα στο περιεχόμενο του μηνύματος, ενώ σε πολλές περιπτώσεις, αυτή η εξάρτηση πρέπει να αντιστραφεί, καθώς τα αντικείμενα/ τεχνουργήματα πρέπει να υπάρχουν ανεξάρτητα ως κομμάτι του γενικού πλαισίου της εξελισσόμενης συζήτησης, με μηνύματα να επισυνάπτονται στα κατάλληλα τεχνουργήματα.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να γίνει ένας σημαντικός διαχωρισμός σχετικά με την επικοινωνία μέσω υπολογιστή: ο διαχωρισμός ανάμεσα στη σύγχρονη και στην ασύγχρονη επικοινωνία. Τα σύγχρονα εργαλεία που χρησιμοποιούνται για τη διαμεσολάβηση της επικοινωνίας αντιμετωπίζουν το χωρικό διαχωρισμό και τα

ασύγχρονα εργαλεία αντιμετωπίζουν τη χρονική (και πιθανά τη χωρική) απόσταση. Η σύγχρονη επικοινωνία μέσω υπολογιστή προκύπτει σε πραγματικό χρόνο και απαιτεί ταυτόχρονη συμμετοχή, ενώ η ασύγχρονη δεν συμβαίνει σε πραγματικό χρόνο και οι συμμετέχοντες μπορούν να επικοινωνούν όποτε θέλουν. Οι διαφορές αυτές μπορούν να έχουν διαφορετικά αποτελέσματα στη συνεργατική μάθηση, όπως διαφορές στην ανάκληση του περιεχομένου και στη συνοχή της επικοινωνίας. Επίσης, η σύγχρονη αλληλεπίδραση με τη μορφή του “chat” τείνει να είναι σε γρήγορο ρυθμό με μικρές εκφράσεις, όπως η προφορική συζήτηση. Η ασύγχρονη επικοινωνία ενθαρρύνει πιο στοχαστικό διάλογο, καθώς υπάρχει χρόνος να σκεφτεί κανείς και να δομήσει μία πιο ολοκληρωμένη απάντηση, σε αντίθεση με την δια ζώσης επικοινωνία ή με αυτή μέσω υπολογιστή.

Ακόμα, είναι σημαντικό να διαχωρίσουμε τους διαφορετικούς στόχους και τα χαρακτηριστικά του μαθησιακού πλαισίου μέσα στο οποίο αυτά τα εργαλεία χρησιμοποιούνται. Οι Branon & Essex (2001), σύμφωνα με τους Munneke et al. (2007), δείχνουν ότι οι εκπαιδευτές μπορούν να ταιριάξουν τους μαθησιακούς στόχους με την υπολογιστική τεχνολογία. Η ασύγχρονη επικοινωνία θεωρείται ότι ενθαρρύνει την σε βάθος συζήτηση στην οποία όλοι οι μαθητές είχαν τη δυνατότητα να συμμετάσχουν, ενώ η σύγχρονη επικοινωνία θεωρήθηκε ότι διευκολύνει τη γρήγορη επίλυση προβλημάτων, την ιδεοθύελλα και δημιουργεί την αίσθηση της παρουσίας που απουσιάζει στην ασύγχρονη επικοινωνία. Ακόμα, πολλές έρευνες στον τομέα της συνεργατικής μάθησης που υποστηρίζεται από υπολογιστή και έρευνες στην επικοινωνία καταλήγουν ότι τα ασύγχρονα συστήματα πρέπει να προτιμώνται όταν ο στόχος είναι η κριτική σκέψη και η εκ βάθρων γνώση. Βέβαια η ασύγχρονη επικοινωνία έχει και αρκετά αρνητικά στοιχεία, όπως η απροσδόκητη λήψη μηνυμάτων που συχνά δυσχεραίνει την επικοινωνία και τη συνοχή της συζήτησης, οι αργές και ημιτελείς ή/και ατελείς ανταπαντήσεις (Andriessen et al., 2009).

Αξίζει σε αυτό το σημείο να σημειωθεί ότι παρά την υποτιθέμενη έλλειψη ταιριάσματος ανάμεσα στη σύγχρονη επικοινωνία και τη βαθιά γνώση, σε εργασίες που περιλαμβάνουν τη διαπραγμάτευση, την επιχειρηματολογία και την επίλυση περίπλοκων προβλημάτων, η έρευνα, που είχε ως σκοπό να προωθήσει την αναστοχαστική συζήτηση, διενεργήθηκε με εργαλεία σύγχρονης συζήτησης (chat tools). Αυτό εγείρει το ερώτημα του εάν η χρήση σύγχρονων υπολογιστικών

εργαλείων επικοινωνίας για εργασίες εκ βαθέων μάθησης είναι πράγματι αναποτελεσματική σε σύγκριση με τη την ασύγχρονη. Σε αυτό το ερώτημα προσπαθεί να απαντήσει το θέμα του εάν η σύγχρονη επικοινωνία μέσω υπολογιστών, σε σύγκριση με την ασύγχρονη, έχει χαρακτηριστικά που δημιουργούν ευκαιρίες για διαδικασίες συνεργατικής μάθησης, όπως η συζήτηση και η διαπραγμάτευση.

Τα αποτελέσματα έρευνας των Munneke et al. (2007), έδειξαν ότι οι μαθητές που επικοινωνούν με τη σύγχρονη επικοινωνία έχουν μεγαλύτερες αλληλουχίες και έτσι επεξεργάζονται περισσότερο μία θεωρία ή άποψη που υποστηρίζουν ή την αντίθετή της. Οι μαθητές που επικοινωνούν ασύγχρονα δε μιλούν περισσότερο για τα θέματα και τις απόψεις τους απ' ότι οι μαθητές με τη σύγχρονη επικοινωνία. Αντιθέτως, οι μαθητές στη σύγχρονη επικοινωνία ήταν πιο ευρείς στη συζήτησή τους απ' ό,τι οι μαθητές στην ασύγχρονη. Τέλος, οι μαθητές που επικοινωνούν ασύγχρονα χρησιμοποίησαν πιο σωστές απόψεις για τα επιχειρήματά τους απ' ότι οι μαθητές στη σύγχρονη επικοινωνία. Επομένως, η σύγχρονη επικοινωνία έχει την ικανότητα να προωθήσει τόσο τη διεύρυνση όσο και την εμβάθυνση σε ένα υπό συζήτηση θέμα και φαίνεται ότι το χαρακτηριστικό της άμεσης ανατροφοδότησης ωθεί τους μαθητές να διαπραγματευτούν και να επιχειρηματολογήσουν μεταξύ τους.

Παρακάτω παρατίθεται ένας συνοπτικός πίνακας (Πίνακας 8) με τα χαρακτηριστικά των τριών μορφών επικοινωνίας:

<b>Δια ζώσης επικοινωνία</b>	<b>Σύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή</b>	<b>Ασύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή</b>
Επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο	Επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο	Επικοινωνία όποτε θέλουν οι συμμετέχοντες
Προφορική επικοινωνία	Γρήγορος ρυθμός με μικρές εκφράσεις – προφορική επικοινωνία	Στοχαστικός διάλογος
Παρουσία συνομιλητών	Υπάρχει η αίσθηση της παρουσίας	Απουσία συνομιλητή
	Γρήγορη επίλυση προβλημάτων	Κριτική σκέψη και εκ βαθέων γνώση

Πίνακας 8: Χαρακτηριστικά τριών μορφών επικοινωνίας

## 2. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΟΥΜΕΝΗ ΑΠΟ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ

Η χρήση υπολογιστικών εργαλείων για τη διαμεσολάβηση επιχειρηματολογικών πρακτικών στα σχολεία είναι μία άλλη πρόσφατη εξέλιξη. Η έρευνα σε αυτό το πεδίο έχει δείξει ότι τα ηλεκτρονικά περιβάλλοντα μάθησης μπορούν να παρέχουν υποστήριξη για την επιχειρηματολογία στην τάξη. Συγκεκριμένα, η επιχειρηματολογία αντιμετωπίζεται ως επιθυμητό αποτέλεσμα των παρεμβάσεων σχετικά με τη χρήση των υπολογιστικών εργαλείων. Οι περισσότεροι συγγραφείς που υιοθετούν αυτή την προοπτική αποτελούν μέρος της ευρύτερης κοινότητας, της συνεργατικής μάθησης υποστηριζόμενης από υπολογιστή (CSCL). Σύμφωνα με τους Andriessen, Baker et al. (2003), όπως αναφέρουν οι Rapanta et al. (2013), ο βασικός σκοπός των ερευνών της υποστηριζόμενης από υπολογιστή συνεργατικής μάθησης που εστιάζει στην επιχειρηματολογία είναι είτε να δείξει το πώς οι υποστηριζόμενες από υπολογιστή παρεμβάσεις οδηγούν σε συγκεκριμένες αλλαγές στις επιχειρηματολογικές δραστηριότητες είτε να αξιολογήσει επιχειρηματολογικές δραστηριότητες μέσα από την εξάσκηση που υποστηρίζεται από από ηλεκτρονικό εργαλείο.

Σύμφωνα με τον Koschmann (2003), όπως αναφέρουν οι Rapanta et al. (2013), οι ερευνητές της υποστηριζόμενης από υπολογιστή συνεργατικής μάθησης έχουν εστιάσει (α) στο πώς η επιχειρηματολογία μπορεί να αξιοποιηθεί ως πτυχή της μάθησης γενικά και (β) στο πώς η μάθηση που επιτυγχάνεται με αυτόν τον τρόπο μπορεί να αυξηθεί με τη χρήση της τεχνολογίας. Η πρώτη εστίαση αφορά στη σχέση ανάμεσα στην επιχειρηματολογία και την γνωστική αλλαγή, κυρίως επειδή μέσω της επιχειρηματολογίας, διαπραγματεύονται έννοιες, οικοδομούνται συνεργατικά λύσεις και αλλάζει η επιστημονική θέση των εννοιών που χρησιμοποιούνται. Η δεύτερη εστίαση αφορά σε μία πιο πειραματική σχέση ανάμεσα στα είδη των εργαλείων ή της παρέμβασης και τα επιχειρηματολογικά αποτελέσματα, καθώς αφορά στην επιτυχία κάποιων συστημάτων συνεργατικής μάθησης υποστηριζόμενης από υπολογιστή που χρησιμοποιήθηκαν για να ορίσουν την υποστήριξη της επιχειρηματολογίας, όπως επιχειρηματολογικά συστήματα, οι παρουσιάσεις επιχειρημάτων, ο διαδραστικός σχεδιασμός, οι οντολογίες, η αυτοματοποιημένη ανάλυση, η ανατροφοδότηση και



γενικά η αρχιτεκτονική των λογισμικών, όπως αναφέρουν οι Scheuer, Loll, Pinkwart, & McLaren (2010), σύμφωνα με τους Rapanta et al. (2013).

Η έρευνα, λοιπόν, για την επιχειρηματολογία μέσω υπολογιστή σχετίζεται άμεσα με τη συνεργατική μάθηση. Οι Chinn & Andreson (1998), σύμφωνα με τους Munneke et al. (2007), περιγράφουν την ιδανική κατάσταση συνεργατικής μάθησης ως μία συζήτηση ανάμεσα σε συμμετέχοντες στην οποία υπάρχει συλλογική αναζήτηση διαφορετικών θέσεων, αιτιολογιών και στοιχεία σε μία ατέρμονη επιχειρηματολογική συζήτηση. Αυτό το ονομάζουν *διαδραστική επιχειρηματολογία*. Ο σκοπός της διαδραστικής επιχειρηματολογίας δεν είναι να καθορίσει την αλήθεια ή να νικήσει ένα επιχείρημα, αλλά περισσότερο να ερευνηθεί ένα θέμα. Πρόκειται για ένα συν-οικοδομούμενο είδος επιχειρηματολογίας. Υπάρχουν διαφορετικές προσεγγίσεις για δυαδική διαδραστική επιχειρηματολογία και μάθηση. Μία πρώτη ευκαιρία μάθησης είναι η δικαιολόγηση ισχυρισμών που μπορούν να προωθήσουν γνωστικές μαθησιακές διαδικασίες όπως η αυτο-αιτιολόγηση και η επεξεργασία ενώ μία δεύτερη ευκαιρία είναι όταν δίνονται αντεπιχειρήματα που προωθούν την οικοδόμηση της μάθησης αφού οι συμμετέχοντες πρέπει αφενός να εξετάσουν τις δικές τους απόψεις και τους αρχικούς ισχυρισμούς και αφετέρου να συνεργαστούν μεταξύ τους και να διαπραγματευτούν τις σημασίες των εννοιών και τις πληροφορίες. Οι μαθητές, όσο χρόνο επιχειρηματολογούν για ένα θέμα, μπορούν να φτάσουν σε πιο ευρεία και βαθιά κατανόησή του, μέσα από τη συλλογή πληροφοριών από διαφορετικές απόψεις, με την συναρμολόγηση διαφορετικών θεμάτων και σχετιζόμενων επιχειρημάτων, και την θεώρηση διαφορετικών απόψεων χρησιμοποιώντας στοιχεία, αντεπιχειρήματα και αντικρούσεις και επιτυγχάνοντας συγκλίσεις από διαφορετικές πληροφορίες (Munneke et al., 2007). Η Veerman (2000), όπως αναφέρουν οι Munneke et al. (2007), συνέκρινε τα αποτελέσματα διαφορετικών ερευνών και κατέληξε ότι οι συζητήσεις που διαμεσολαβήθηκαν από σύγχρονη επικοινωνία μέσω υπολογιστή περιείχαν περισσότερες αντικρούσεις και αντεπιχειρήματα και περιελάμβαναν περισσότερη κοινωνική κουβέντα απ' ό,τι η ασύγχρονη συζήτηση. Στην ασύγχρονη επικοινωνία φάνηκε να υπάρχει περισσότερη έμμεση επιχειρηματολογία καθώς οι μαθητές ήταν πιο κριτικοί στα στοιχεία και η συζήτηση περιείχε πιο εποικοδομητικές δραστηριότητες, όπως η πρόσθεση, η εξήγηση, η αξιολόγηση, η περίληψη ή η μετατροπή πληροφοριών. Η εξήγησή που δόθηκε για αυτές τις διαφορές στηρίζεται κυρίως στη χρονική εξέλιξη της

ασύγχρονης επικοινωνίας μέσω υπολογιστών, η οποία δίνει τη δυνατότητα του χρόνου στους μαθητές για να αναστοχαστούν.

Έχουν γίνει αρκετές μελέτες για τη χρήση ασύγχρονης επικοινωνίας μέσω υπολογιστή ως μέσο για συζήτηση. Η ασύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή έχει αρκετά πλεονεκτήματα σε σχέση με τη δια ζώσης επικοινωνία, τα οποία μπορούν να την καταστήσουν ιδανική για την ανάπτυξη των επιχειρηματολογικών δεξιοτήτων. Το πρώτο πλεονέκτημα της ασύγχρονης επικοινωνίας είναι ότι δίνει χρόνο για σκέψη και συζήτηση, καθώς τα μέλη μιας ομάδας μπορούν να στοχαστούν σε προηγούμενα επιχειρήματα και να απαντήσουν ικανοποιητικά. Αυτή η απάντηση αργότερα θα αποτελέσει αφορμή για δεύτερο διάλογο. Ένα δεύτερο επιχείρημα της διαμεσολαβούμενης από υπολογιστή επικοινωνίας είναι ότι δίνει τη δυνατότητα να εκφράζουν τις απόψεις τους τα άτομα ταυτόχρονα. Στη δια ζώσης επικοινωνία τα άτομα μπορεί να θέλουν να μιλήσουν αλλά να μην μπορούν, επειδή η συζήτηση έχει προχωρήσει, εξαιτίας κάποιων άτυπων κανόνων που ρυθμίζουν την πορεία της συζήτησης (McGrath, 1990, όπ. αναφ στο Joiner & Jones, 2003). Ακόμα ένα επιχείρημα της διαμεσολαβούμενης από υπολογιστή επικοινωνίας υποστηρίζει ότι οι ομάδες που αλληλεπιδρούν μέσω υπολογιστή έχουν πιο ίση συμμετοχή ανάμεσα στα μέλη απ' ό,τι οι ομάδες που αλληλεπιδρούν δια ζώσης, σύμφωνα με τους Hollingshead & McGrath (1995), όπως αναφέρουν οι Joiner et al. (2003), καθώς θεωρείται ότι τα άτομα έχουν λιγότερη συστολή όταν επικοινωνούν ηλεκτρονικά μέσω υπολογιστή επειδή μειώνονται οι κοινωνικές ενδείξεις για τη θέση των μελών στην ομάδα.

Βέβαια η επικοινωνία μέσω υπολογιστή έχει και αρκετά μειονεκτήματα, όπως το αίσθημα της απομόνωσης, την έλλειψη της άμεσης απάντησης, τη δυσκολία στη λήψη ομαδικής απόφασης και την αίσθηση της υπερβολικής πληροφόρησης που μπορούν να δυσκολέψουν τα άτομα της ομάδας, σύμφωνα με τους Benbunan- Fich & Hiltz (1999), όπως αναφέρουν οι Joiner et al. (2003). Επίσης, αυτού του είδους η επικοινωνία στερείται μη λεκτικών και παραγλωσσικών ενδείξεων κατά την ανταλλαγή πληροφοριών, όπως πχ. εκφράσεις προσώπου, χειρονομίες, κινητική συμπεριφορά κτλ. Η παραγλωσσική επικοινωνία περιλαμβάνει το πώς κάτι έχει ειπωθεί και όχι το τί έχει ειπωθεί, όπως πχ ο τόνος της φωνής, οι παύσεις κτλ. Τέλος, σύμφωνα με τον Marttunen (1998), όπως αναφέρουν οι Joiner et al. (2003) οι μαθητές

σπάνια διαφωνούν ή απαντούν ο ένας στον άλλον και η ποιότητα των επιχειρημάτων είναι χαμηλή.

### **3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ**

Τα υπολογιστικά εργαλεία αρχικά παρείχαν απλά διαμεσολαβήσεις/διευκολύνσεις, τις τελευταίες, όμως, δύο δεκαετίες έχουν παραχθεί εργαλεία που καθιστούν ικανή τη συλλογική επιχειρηματολογία που είναι διαφορετική από τη διαζώσης: ασύγχρονες και σύγχρονες συζητήσεις παρέχουν διαφορετικές δυναμικές, διαφορετικές αλληλεπιδράσεις γενικά, επιχειρηματολογικών πρακτικών που καθιστούν αναγκαίους νέους τρόπους επιχειρηματολογικού σχεδιασμού. Ακόμα, πολλά από αυτά τα εργαλεία παρέχουν δομικές και γραφικές αναπαραστάσεις που μετατρέπουν τη συλλογική επιχειρηματολογία σε ένα αντικείμενο αναστοχασμού παρά ένα εργαλείο εκπαιδευτικής πρακτικής (Andriessan et al., 2009). Σήμερα, λοιπόν, τα ηλεκτρονικά περιβάλλοντα μάθησης ενσωματώνουν πολλαπλές κατηγορίες λειτουργικών για να υποστηρίξουν την επιχειρηματολογία, όπως τα περιβάλλοντα ασύγχρονης και η σύγχρονης συνεργατικής επικοινωνίας, τα περιβάλλοντα συν-διαμόρφωσης και μοιράσματος διανοητικών τεχνουργημάτων, τα περιβάλλοντα εμπλουτισμένης πρόσβασης σε πληροφορίες, περιβάλλοντα με λειτουργίες συνεργατικής συγγραφής και τα εργαλεία ευαισθητοποίησης. Βέβαια όλα τα ηλεκτρονικά περιβάλλοντα που σχεδιάστηκαν για την ανάπτυξη της διαλογικής επιχειρηματολογίας δεν έχουν όλα αυτά τα χαρακτηριστικά (Clark et al., 2008).

## **B. ΕΡΕΥΝΑ**

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

#### **1. ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Με βάση τα όσα αναφέρθηκαν στο θεωρητικό πλαίσιο για τη σημασία και την αναγκαιότητα της επιχειρηματολογίας και της επιχειρηματολογικής ικανότητας στη σημερινή κοινωνία και την εισαγωγή και διάνθηση της εκπαίδευσης με τα υπολογιστικά εργαλεία προέκυψε το ερώτημα της μορφής της επιχειρηματολογίας και δη του επιχειρηματολογικού διαλόγου στις μορφές επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται στην εκπαίδευση.

Ο κύριος σκοπός, λοιπόν, της παρούσας έρευνας είναι να εξετάσει την επιχειρηματολογία έτσι όπως αυτή εμφανίζεται στις διάφορες μορφές επικοινωνίας που μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε μία εκπαιδευτική διαδικασία. Συγκεκριμένα επιχειρείται να αναλυθεί η επιχειρηματολογία ως προς τη δομή των επιχειρημάτων, την πολυπλοκότητα και τη συνεισφορά τους στη διαλογική διαδικασία της επιχειρηματολογίας. Ακόμη, στη συνέχεια, αναλύεται η πολυπλοκότητα της επιχειρηματολογίας και επιχειρείται μία ανάλυση-κωδικοποίηση των διαλογικών κινήσεων των συμμετεχόντων σε έναν επιχειρηματολογικό διάλογο. Αυτές οι αναλύσεις γίνονται στις τρεις μορφές της επικοινωνίας, τη δια ζώσης και τις διαμεσολαβούμενες από υπολογιστή σύγχρονη και ασύγχρονη.

#### **2. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ**

Στην παρούσα έρευνα μελετώνται:

1. Η δομή των επιχειρημάτων στον δια ζώσης επιχειρηματολογικό διάλογο, στον διαμεσολαβούμενο από υπολογιστή ασύγχρονο επιχειρηματολογικό διάλογο και στον διαμεσολαβούμενο από υπολογιστή σύγχρονο επιχειρηματολογικό διάλογο.

2. Η πολυπλοκότητα των επιχειρημάτων στον δια ζώσης επιχειρηματολογικό διάλογο, στον διαμεσολαβούμενο από υπολογιστή ασύγχρονο επιχειρηματολογικό διάλογο και στον διαμεσολαβούμενο από υπολογιστή σύγχρονο επιχειρηματολογικό διάλογο.
3. Η συνεισφορά των επιχειρημάτων στον δια ζώσης επιχειρηματολογικό διάλογο, στον διαμεσολαβούμενο από υπολογιστή ασύγχρονο επιχειρηματολογικό διάλογο και στον διαμεσολαβούμενο από υπολογιστή σύγχρονο επιχειρηματολογικό διάλογο.
4. Η πολυπλοκότητα της επιχειρηματολογίας στον δια ζώσης επιχειρηματολογικό διάλογο, στον διαμεσολαβούμενο από υπολογιστή ασύγχρονο επιχειρηματολογικό διάλογο και στον διαμεσολαβούμενο από υπολογιστή σύγχρονο επιχειρηματολογικό διάλογο.
5. Το είδος των διαλογικών κινήσεων των ατόμων που συμμετέχουν στον δια ζώσης επιχειρηματολογικό διάλογο, στον διαμεσολαβούμενο από υπολογιστή ασύγχρονο επιχειρηματολογικό διάλογο και στον διαμεσολαβούμενο από υπολογιστή σύγχρονο επιχειρηματολογικό διάλογο.

### **3. ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Η παγκοσμιοποίηση και η αύξηση των εργασιακών δεδομένων και προσδοκιών που απαιτούν γνώση και αναλυτική σκέψη, η αύξηση της χρήσης τεχνολογιών της πληροφορίας και επικοινωνίας και η αναγκαιότητα συνεργασίας στην αγορά εργασίας έχουν διευρύνει τα όρια των δεξιοτήτων που απαιτούνται από τους σημερινούς ανθρώπους. Σήμερα ειδικά, σύμφωνα με τον Atasoy (2004), όπως αναφέρουν οι Tuysuz, Demirel & Yildirim (2013), επιδιώκεται να δημιουργηθούν άτομα με δυνατή κοινωνική συναίσθηση και δεξιότητες, που να μπορούν να συνεργαστούν και να επικοινωνήσουν καλά και να μπορούν να επιλέγουν, να αμφισβητούν, να συλλέγουν και να χρησιμοποιούν την πληροφορία παρά άτομα που θα είναι απλοί αποδέκτες εντολών. Για αυτό το λόγο ο σκοπός θα πρέπει να είναι η συνεισφορά στην εξέλιξη της κοινωνίας με την αύξηση εποικοδομητικών και δημιουργικών ατόμων, καθιστώντας τα ικανά να αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες σχετικές με την αναγκαιότητα της εποχής. Οι ικανότητες τους ως προς την

επιστημονική τους σκέψη πρέπει να αναπτυχθούν και να καθοδηγηθεί η χρήση σύγχρονων στρατηγικών μάθησης και δραστηριοτήτων. Έχοντας αυτά υπ' όψιν, γίνεται πιο διαδεδομένη η χρήση μαθητοκεντρικών μεθόδων όπως η επιχειρηματολογία, καθώς θεωρείται πολύ σημαντικό τα άτομα να μπορούν να αξιολογούν τη δυναμική πληροφορία, τα δεδομένα και τις δυνατότητες με αμφισβήτηση και κριτική προσέγγιση για να πάρουν πιο αποτελεσματικές και παραγωγικές αποφάσεις, σύμφωνα με τους Tümay & Köseoğlu (2011), όπως αναφέρουν οι Tuysuz et al. (2013).

Σύμφωνα με τον Andrews (2009), όπως αναφέρουν οι Rapanta et al. (2013) τα περισσότερα πανεπιστήμια στις Ηνωμένες Πολιτείες απαιτούν από τους μαθητές να παρακολουθήσουν μαθήματα έκφρασης ιδεών, γεγονός που έχει ως σκοπό να διδάξει τις βάσεις μίας συγκεκριμένης αντίληψης της πανεπιστημιακού επιπέδου επιχειρηματολογίας. Επίσης, στην πρόταση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου για τις σημαντικές ικανότητες της δια βίου μάθησης (European Union, 2006), σύμφωνα με τους Rapanta et al. (2013), η επιχειρηματολογία φαίνεται να σχετίζεται με τρεις από τις οχτώ ικανότητες που καθορίζονται από το πλαίσιο αναφοράς: (α) επικοινωνία στη μητρική γλώσσα, (β) μαθηματική ικανότητα και βασικές ικανότητες στις επιστήμες και την τεχνολογία και (γ) ικανότητα μάθησης. Αυτή η πρόταση έχει επηρεάσει την εισαγωγή την επιχειρηματολογίας στα έγγραφα πολιτικής πολλών ευρωπαϊκών χωρών και καταδεικνύει το ρόλο και τη σημασία της επιχειρηματολογίας στη σημερινή κοινωνία.

Η σημασία της επιχειρηματολογίας και της εκμάθησής της και η εξέλιξη της εκπαιδευτικής διαδικασίας λόγω και μέσω της τεχνολογίας εμφάνισε την ανάγκη να μελετηθεί η επιχειρηματολογία στην εκπαιδευτική διαδικασία. Επομένως, καθίσταται απαραίτητη η μελέτη των επιχειρημάτων και της επιχειρηματολογίας έτσι όπως αυτά εμφανίζονται τόσο στην παραδοσιακή όσο και στην εξ αποστάσεως εκπαίδευση. Η επικοινωνία ατόμων μέσω της τεχνολογίας, μέσω υπολογιστή αλλά και άλλων μηχανών, όπως τάμπλετ και κινητών τηλεφώνων, είναι αρκετά διαδεδομένη και στην εκπαίδευση. Η μελέτη, λοιπόν, της επιχειρηματολογίας, έτσι όπως αυτή αρθρώνεται σε όλες τις μορφές εκπαίδευσης και σε όλες τις ηλικίες είναι επιτακτική. Η δεξιότητα της επιχειρηματολογίας, όπως έχει ήδη αναφερθεί, είναι σημαντική για το σημερινό άνθρωπο και αποτελεί εκπαιδευτική αναγκαιότητα, καθώς η ικανότητα κάποιος να επιχειρηματολογεί είναι μία έμφυτη, ανθρώπινη, γνωστική επιτέλεση, αλλά η ικανή

έκφρασή της δεν είναι αυθόρμητη, γι' αυτό η εκπαίδευση είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την ενεργοποίηση και ανάπτυξή της. Είναι σημαντικό, λοιπόν, να γνωρίζουμε την επιχειρηματολογία και το πώς αυτή πραγματώνεται, σε όλα τα πιθανά πλαίσια επικοινωνίας, καθώς τόσο η εκμάθησης της επιχειρηματολογίας όσο και η μάθηση μέσω της επιχειρηματολογίας είναι αναγκαιότητες της εποχής μας.

Η παρούσα, λοιπόν, εργασία στοχεύει στην παρουσίαση της επιχειρηματολογίας στις διάφορες μορφές επικοινωνίας που μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε εκπαιδευτικά και μη πλαίσια. Θεωρώντας δεδομένο ότι η επιχειρηματολογία είναι μία ικανότητα και δεξιότητα που μπορεί να διδαχθεί και να αναπτυχθεί (Pérez-Echeverría et al.2016) το πώς αυτή αρθρώνεται στις διαφορετικές μορφές επικοινωνίας μπορεί να αποτελέσει σημαντική αρωγό για την ανάπτυξη, την εξέλιξη και την εκμάθησή της.

#### **4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Στην παρούσα έρευνα η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε είναι η μελέτη περίπτωσης. Η μελέτη περίπτωσης είναι ένα συγκεκριμένο επιστημονικό παράδειγμα που συχνά σχεδιάζεται για να σκιαγραφήσει μία γενικότερη κατάσταση, σύμφωνα με τους Nisbet και Watt, 1984:72, όπως αναφέρεται στο Cohen, Manion & Morrison (2008). Πρόκειται, δηλαδή, για τη μελέτη ενός περιστατικού ενώ αυτό εξελίσσεται. Η μελέτη περίπτωσης συνιστά ένα μοναδικό παράδειγμα πραγματικών προσώπων, σε πραγματικές καταστάσεις, δίνοντας τη δυνατότητα να κατανοηθούν έννοιες πιο ξεκάθαρα έναντι μιας απλής παρουσίασής τους με αφηρημένες θεωρίες ή αρχές (Cohen et al., 2008). Η μελέτη περίπτωσης μπορεί να διεισδύσει σε καταστάσεις με τρόπους που δεν επιδέχονται πάντα αριθμητική ανάλυση και μας δίνει ένα βάθος διερεύνησης και ανάλυσης καθώς τα ανθρώπινα συστήματα χαρακτηρίζονται από μία συνολικότητα ή ακεραιότητα και όχι από μία χαλαρή σύνδεση συστατικών, σύμφωνα με τον Sturman, όπως αναφέρουν οι Cohen et al (2008). Δίνει τη δυνατότητα να παρατηρηθούν οι παράγοντες που επιδρούν σε πραγματικά περιβάλλοντα και έτσι ερευνά και αποτυπώνει τις περίπλοκες, δυναμικές και εκτεταμένες αλληλεπιδράσεις

γεγονότων, ανθρώπινων σχέσεων και άλλων παραμέτρων σε μία μοναδική περίπτωση.

Με την εντατική μελέτη περιπτώσεων σε φυσικούς χώρους και με την υποβολή των ευρημάτων σε αναλυτική επαγωγή αντλούνται σημασίες και ερμηνείες που καθορίζουν τη διεξοδική ανάλυση των συναχθέντων πληροφοριών. Οι μελέτες περίπτωσης μπορούν να διατυπώσουν γενικές δηλώσεις, οι οποίες όμως θα πρέπει να υποστηρίζονται και από την παροχή τεκμηρίων. Στην παρούσα εργασία το παραγόμενο, δηλαδή ο επιχειρηματολογικός διάλογος των συμμετεχόντων της έρευνας, μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως αντιπροσωπευτικό παράδειγμα της ευρύτερης κατηγορίας που αντιπροσωπεύει και τα χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης μεμονωμένης περίπτωσης να θεωρηθούν πιο καθολικά και συνολικά. Ένα από τα πλεονεκτήματα της μελέτης περίπτωσης, σύμφωνα με τους Nisbet και Watt (1984), όπως αναφέρουν οι Cohen et al. (2008) είναι ότι διεισδύουν σε άλλες παρόμοιες καταστάσεις και περιπτώσεις, και έτσι υποβοηθούν την ερμηνεία άλλων παρόμοιων περιπτώσεων.

Ο Yin (2009), όπως αναφέρει ο Μαγγόπουλος (2014), διακρίνει τρία βασικά είδη μελέτης περίπτωσης: (1) τη μελέτη που επιδιώκει την παραγωγή θεωρίας ή ελέγχει τη θεωρία αναζητώντας κατά κύριο λόγο αιτιώδεις σχέσεις, η οποία αποκαλείται συνήθως επεξηγηματική μελέτη περίπτωσης (explanatory case study), (2) τη μελέτη που αφηγείται μία ιστορία, ονόματι περιγραφική μελέτη περίπτωσης (descriptive case study) και (3) τη διερευνητική μελέτη περίπτωσης που λειτουργεί πιλοτικά για άλλες μελέτες (exploratory case study). Η παρούσα εργασία είναι μία διερευνητική μελέτη περίπτωσης καθώς επιχειρεί να παράσχει περιγραφές και δυνατότητα διερεύνησης των συγκεκριμένων περιπτώσεων μέσα στο πλαίσιο που αυτές υπάρχουν και λειτουργούν.

Στην παρούσα έρευνα για τη μελέτη περίπτωσης χρησιμοποιήθηκαν τα παραγόμενα επιχειρήματα έτσι όπως αυτά καταγράφηκαν στην ειδικά διαμορφωμένη για την εργασία ιστοσελίδα στη σύγχρονη και ασύγχρονη επικοινωνία των συμμετεχόντων στην έρευνα και στον απομαγνητοφωνημένο αντίστοιχο επιχειρηματολογικό διάλόγό τους.



## **5. ΠΛΑΙΣΙΟ & ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Σε αυτή την ενότητα θα δοθούν πληροφορίες για το χώρο και το χρόνο διεξαγωγής της έρευνας, στοιχεία για την δειγματοληψία, τα χαρακτηριστικά του δείγματος, το ρόλο και την παρουσία της ερευνήτριας καθώς και τα μέσα τα οποία βοήθησαν στη συλλογή των δεδομένων της παρούσας έρευνας.

### **5.1. Ο ΧΩΡΟΣ & Ο ΧΡΟΝΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Ο χώρος στον οποίο πραγματοποιήθηκε η έρευνα είναι αφενός ο ιδιωτικός χώρος των συμμετεχόντων και αφετέρου ο ιδιωτικός χώρος της ερευνήτριας. Συγκεκριμένα διαμορφώθηκε ένας ιστότοπος στον οποίο οι συμμετέχοντες στην έρευνα είχαν τη δυνατότητα να επικοινωνήσουν σύγχρονα και ασύγχρονα πάνω στο θέμα που τους δόθηκε να συζητήσουν και να επιχειρηματολογήσουν για τις σκέψεις και τις απόψεις τους. Η δια ζώσης προφορική συζήτηση πραγματοποιήθηκε στον προσωπικό χώρο της ερευνήτριας καθώς απαιτούνταν ένας χώρος με τις κατάλληλες συνθήκες για την μαγνητοφώνηση. Ο χρόνος της έρευνας ήταν διαφορετικός για κάθε μορφή επικοινωνίας. Ο ασύγχρονος επιχειρηματολογικός διάλογος διήρκησε μία βδομάδα, ο σύγχρονος επιχειρηματολογικός διάλογος 15 λεπτά και ο δια ζώσης προφορικός επιχειρηματολογικός διάλογος επίσης 10-15 λεπτά. Δόθηκε παραπάνω χρόνος στο σύγχρονο επιχειρηματολογικό διάλογο καθώς η διαμεσολάβηση της πληκτρολόγησης απαιτεί περισσότερο χρόνο από την έκφραση στον προφορικό λόγο. Ο χρόνος στη δια ζώσης επικοινωνία δεν τηρήθηκε με ακρίβεια, καθώς οι συμμετέχοντες ήθελαν λίγο περισσότερο χρόνο για να ολοκληρώσουν τις συζητήσεις τους. Αυτή η απόκλιση στο χρόνο δε θεωρήθηκε ότι άλλαξε τα δεδομένα της έρευνας, καθώς ο χρόνος ήταν ελάχιστος και είχε σκοπό την ολοκλήρωση της διαλογικής κίνησης και όχι την επιπλέον εκφορά νέων. Η έρευνα διεξήχθη το ακαδημαϊκό έτος 2016-2017.

## 5.2. ΤΡΟΠΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ & ΔΕΙΓΜΑ

Το δείγμα της έρευνας συμμετείχε εθελοντικά και έπρεπε να πληροί το κριτήριο του ηλικιακού εύρους 25-35. Η παρούσα έρευνα, λοιπόν, εκπονήθηκε με τις στρατηγικές της δειγματοληψίας σκοπιμότητας και της συμπτωματικής ή ευκαιριακής δειγματοληψίας (Cohen et al., 2008), καθώς είχε χωροχρονικές απαιτήσεις, αφού τα άτομα είχαν ένα χρονικό ορίζοντα 5 ημερών για να συμμετάσχουν στη διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή ασύγχρονη επικοινωνία και έπρεπε να βρεθεί κοινός χρόνος για την σύγχρονη εξ αποστάσεως επικοινωνία και κοινός χώρος και χρόνος για τη δια ζώσης επικοινωνία. Η άμεση πρόσβαση και η θέληση να προσφέρουν το χρόνο τους ήταν πολύ σημαντικά για την επιτυχημένη διεξαγωγή της έρευνας.

Το δείγμα της παρούσας έρευνας αποτελείται από 15 άτομα ηλικίας 25-35 ετών. Η επιλογή αυτή θεωρήθηκε κατάλληλη καθώς από έρευνες έχει αποδειχθεί ότι η ικανότητα της επιχειρηματολογίας είναι πιο ανεπτυγμένη σε μεγαλύτερες ηλικίες καθώς και ότι ο αντίλογος αναπτύσσεται στην ενήλικη ζωή (Schwarz, 2009). Συγκεκριμένα η διφωνική ή ακόμα και η πολυφωνική διάσταση των επιχειρηματολογικών διαλόγων και κειμένων συντελείται προς το τέλος της ανάπτυξης ενός ατόμου. Ακόμα, οι ψυχολόγοι βλέπουν μία σχετικά αυστηρή χρονολογική σειρά στην κατάκτηση και εξοικείωση της γραπτής επιχειρηματολογίας: γύρω στα 10-12 χρόνια τα παιδιά είναι ικανά να επαληθεύουν μία άποψη, 13-14 χρονών ξεκινάνε να διαμορφώνουν το κείμενό τους και να παίρνουν σαφή απόσταση από τις απόψεις που εκφράζονται και μόλις στα 16, κατακτούν τη διαμόρφωση και την θεώρηση του αντεπιχειρήματος. Ένας επιχειρηματολογικός διάλογος, προφορικά ή γραπτά εκπεφρασμένος είναι επιφορτισμένος με την επιλογή και τη σύγκριση ανάμεσα σε διαφορετικές απόψεις και την κατάλληλη υποστήριξή τους, πρόβλεψη των ενστάσεων και προσαρμογή της επιχειρηματολογίας τους σε αυτές, στοιχεία που εμφανίζονται στην ενήλικη, συνήθως, ζωή.

Ένα ακόμη στοιχείο για την επιλογή του δείγματος αφορά στις δύο από τις τρεις μορφές επικοινωνίας και τη χρήση τους στην εκπαίδευση. Συγκεκριμένα, η σύγχρονη και ασύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία είναι αρκετά διαδεδομένες και χρησιμοποιούνται στην εξ αποστάσεως εκπαίδευση η οποία είναι πολύ συχνή σε μεταπτυχιακά προγράμματα ή σε επιμορφωτικά προγράμματα

και σεμινάρια που επιλέγουν οι ενήλικες, και γενικότερα είναι ευρέως διαδεδομένα στη δια βίου μάθηση. Τέλος, το ηλικιακό εύρος των συμμετεχόντων θεωρήθηκε κατάλληλο και για το υπό συζήτηση κοινωνικό θέμα, καθώς είναι ένα σύγχρονο ζήτημα το οποίο τα άτομα της ηλικίας τους καλούνται να αντιμετωπίσουν στην καθημερινή τους ζωή δεδομένων των παρόντων συνθηκών.

Το δείγμα συμφώνησε να συμμετάσχει εθελοντικά και συναίνεσε στη μαγνητοφώνηση της δια ζώσης συζήτησής του αφού πρώτα δόθηκε η εγγύηση της ανωνυμίας του. Αποτελείται από 3 άντρες και 12 γυναίκες με πανεπιστημιακή εκπαίδευση και αρκετή εξοικείωση με την διαμεσολαβούμενη από ψηφιακή τεχνολογία επικοινωνία, καθώς τη χρησιμοποιούν αρκετά τόσο στην προσωπική όσο και στην επαγγελματική τους ζωή. Η μία ομάδα κατάγεται και ζει στην επαρχία, ενώ οι άλλες δύο ομάδες ζουν στην Αθήνα. Τα άτομα κάθε ομάδας γνωρίζονταν ήδη μεταξύ τους οπότε υπήρχε μία άνεση στην επικοινωνία και απουσίασε εντελώς η χρήση του πληθυντικού αριθμού, δείχνοντας ότι τα άτομα ένιωθαν άνετα να εκφράσουν τις απόψεις τους αλλά και την αντίθεσή τους.

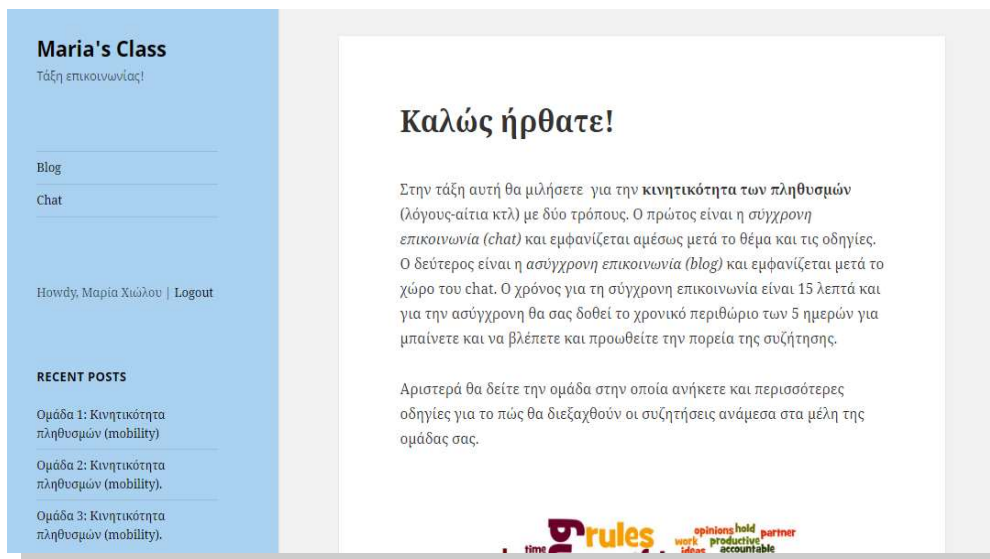
### **5.3. Η ΕΡΕΥΝΗΤΡΙΑ**

Η ερευνήτρια δημιούργησε τον ιστότοπο στον οποίο οι συμμετέχοντες στην έρευνα μπορούσαν να αναπτύξουν τον επιχειρηματολογικό τους διάλογο σύγχρονα και ασύγχρονα. Η παρουσία της στην ιστοσελίδα δεν μπορεί να γίνει αντιληπτή από τους συμμετέχοντες και καμία ανατροφοδότηση ή/και παρακίνηση δε δόθηκε από την ερευνήτρια σε καμία μορφή επικοινωνίας. Δόθηκαν μόνο οι οδηγίες στην αρχή της έρευνας κυρίως για τον ιστότοπο που διαμορφώθηκε καθώς η συζήτηση των συμμετεχόντων στην έρευνα οργανώθηκε και αναπτύχθηκε εξ ολοκλήρου και αποκλειστικά από τους ίδιους. Στη δια ζώσης επικοινωνία η ερευνήτρια έδωσε απλά το θέμα προς συζήτηση και το χρόνο που διέθεταν τα άτομα για αυτήν και αποχώρησε από το χώρο, ώστε να μην επηρεαστούν οι συμμετέχοντες στην έρευνα από την παρουσία της.

## 5.4. ΜΕΣΑ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Για τη συλλογή των δεδομένων την έρευνας χρησιμοποιήθηκαν οι παραγόμενοι επιχειρηματολογικοί διάλογοι όπως αυτοί καταγράφηκαν από τους συμμετέχοντες στην έρευνα στον ειδικά διαμορφωμένο για την έρευνα ιστότοπο και στην απομαγνητοφώνηση του επιχειρηματολογικού διαλόγου από την ερευνήτρια.

Συγκεκριμένα για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας δημιουργήθηκε ένας ιστότοπος κατάλληλα διαμορφωμένος ώστε να υποστηρίζει τη σύγχρονη και ασύγχρονη επικοινωνία ανάμεσα στα μέλη μιας ομάδας. (βλ. Εικόνα 8)



Εικόνα 8: Αρχική εμφάνιση ιστοτόπου.

Διαμορφώθηκαν τρεις (3) ομάδες των πέντε (5) ατόμων στα οποία δόθηκε το θέμα προς συζήτηση και οδηγίες για τη συμμετοχή στην έρευνα. Το θέμα για συζήτηση ήταν η κινητικότητα των πληθυσμών στην Ευρώπη και τον κόσμο, οι λόγοι, τα αίτια κτλ. Στην αρχική εμφάνιση του ιστοτόπου υπήρχε μια αρχική αναφορά για το υπό συζήτηση θέμα, οδηγίες για τον τρόπο χρήσης του ιστοτόπου και οδηγίες για την έρευνα γενικά, όπως πχ. χρόνος συμμετοχής, μέρος καταγραφής κτλ.

Μόλις οι συμμετέχοντες επιλέξουν την ομάδα στην οποία ανήκουν μπορούν να δουν ξανά το θέμα καθώς και κάποιους συνδέσμους σε περίπτωση που θέλουν να ενημερωθούν σχετικά με αυτό (βλ. Εικόνα 9). Στη συνέχεια δίνονται οι οδηγίες για το μέρος καταγραφής της σύγχρονης και της ασύγχρονης επικοινωνίας καθώς και το

χρόνο που έχουν για να συζητήσουν στο καθένα, 15' για τη σύγχρονη επικοινωνία (βλ. Εικόνα 10) και 5 ημέρες για την ασύγχρονη (βλ. Εικόνα 11).

## Ομάδα 1: Κινητικότητα πληθυσμών (mobility)

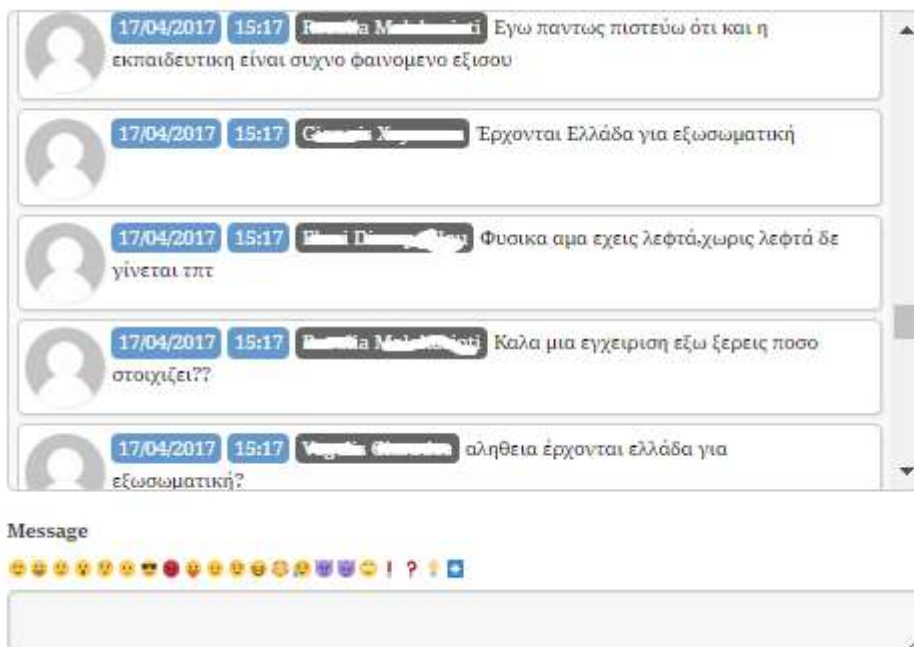
*Θέμα: Τα τελευταία χρόνια η κινητικότητα των πληθυσμών (mobility) είναι ένα φαινόμενο που εμφανίζεται σε όλο τον κόσμο και ιδιαίτερα στην Ευρώπη. Συζητήστε τους λόγους για τους οποίους εμφανίζεται αυτό το φαινόμενο στις μέρες μας.*

Αν θέλετε να δείτε κάποιες πληροφορίες για την κινητικότητα των πληθυσμών δείτε στους παρακάτω συνδέσμους:

- 1) <https://en.wikipedia.org/wiki/Mobility>
- 2) <https://ec.europa.eu/eures/public/el/job-mobility>
- 3) [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-14-1016\\_el.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-1016_el.htm)

**Οδηγίες:** Ακριβώς από κάτω θα δείτε δύο χώρους. Ο πρώτος είναι αυτός στον οποίο θα μιλήσετε σύγχρονα (chat) με τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας για 15' και ο δεύτερος είναι ο χώρος στον οποίο θα έχετε 5 μέρες για να συζητήσετε το θέμα ασύγχρονα με τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας σας.

Εικόνα 9: Εμφάνιση θέματος και οδηγιών χρήσης ιστοτόπου



Εικόνα 10: Συζήτηση της Ομάδας 1 στη σύγχρονη επικοινωνία



Leonidas

28/04/2017 at 22:28 [Edit](#)

Συμφωνω γεωργια.. η επιβίωση και οι φιλοδοξίες του ατομου συν τον οικονομικο παραγοντα επηρεαζουν τις ενεργειες του ατομου και τον ωθουν να αλλαξει κατοικια

REPLY



Spiros Tsoukalas

28/04/2017 at 22:33 [Edit](#)

Αρα μιλαμε για ατομικό επίπεδο!!! Δεν είναι η μετακίνηση ένα κοινωνικό θέμα? μήπως θα επρεπε να μιλαμε σε ένα μεγαλύτερο επίπεδο πληθυσμού?

REPLY



Georgia S.

28/04/2017 at 22:49 [Edit](#)

φυσικά και είναι ένα κοινωνικό θέμα, για να το καταλάβεις δες την μεγάλη εικόνα. Μπορεί ο καθένας να αποφασίζει ατομικά να μετακινηθεί για την επαγγελματική του αποκατάσταση αλλά επειδή είναι κάτι το οποίο γίνεται κατά κόρον τα τελευταία χρόνια μπορούμε να το δούμε και συνολικά σαν μετακίνηση πληθυσμού.

Εικόνα 11: Συζήτηση της Ομάδας 3 στην ασύγχρονη επικοινωνία

Η διαζώσης επικοινωνία πραγματοποιήθηκε σε προσωπικό χώρο, ημέρα και ώρα επιλεγμένα ανάλογα με τη διαθεσιμότητα των συμμετεχόντων κάθε ομάδας και η καταγραφή έγινε με υπολογιστή.

## 6. ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΝΑΛΥΣΗΣ

Έχοντας ως έρεισμα το θεωρητικό υπόβαθρο και τις επιδιώξεις της παρούσας έρευνας που αναπτύχθηκαν ανωτέρω, επιχειρείται μία ανάλυση των επιχειρημάτων αλλά και της συνολικής επιχειρηματολογίας ως διαλογικής συζήτησης. Η ανάλυση αυτή βασίστηκε στην αντιμετώπιση της επιχειρηματολογίας ως παραγόμενο προϊόν αλλά και ως μία διαλογική διαδικασία.

### 6.1. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ

Στο συγκεκριμένο σημείο της παρούσας εργασίας πραγματοποιείται παρουσίαση του τρόπου ανάλυσης της επιχειρηματολογίας και των κατηγοριών που χρησιμοποιούνται.

Για τη συλλογή του υλικού της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν οι καταγραφές των συμμετεχόντων στην ιστοσελίδα και η απομαγνητοφώνηση της προφορικής συζήτησης. Οι κατηγορίες ανάλυσης της εργασίας είναι πέντε (5) κριτήρια και αφορούν στη δομή και την πολυπλοκότητα του επιχειρήματος και της επιχειρηματολογίας, στη λειτουργικότητα των επιχειρημάτων μέσα σε έναν επιχειρηματολογικό διάλογο, καθώς και στην κωδικοποίηση των διαλογικών κινήσεων ενός επιχειρηματολογικού διάλογου στις τρεις μορφές επικοινωνίας.

#### A Κριτήριο: Δομή επιχειρημάτων

Για τη δομή των επιχειρημάτων επιλέχθηκε η ταξινόμηση του Walton (2016) (βλ. Πίνακα 9) που σχετίζεται με το πλήθος των στοιχείων, όπως αυτή παρουσιάστηκε και στο θεωρητικό τμήμα της εργασίας. Συγκεκριμένα τα επιχειρήματα ταξινομήθηκαν σε απλά, συνδεδεμένα, συγκλίνοντα, σειριακά, διστάμενα/ αποκλίνοντα και σωρευτικά. Συγκεκριμένα το απλό επιχείρημα είναι το επιχείρημα που έχει μόνο μία θέση, το συνδεδεμένο έχει δύο ή περισσότερες θέσεις που υποστηρίζουν ένα συμπέρασμα, το συγκλίνον επιχείρημα έχει δύο ή περισσότερες θέσεις που υποστηρίζουν ένα ξεχωριστό συμπέρασμα ανεξάρτητα από τις άλλες θέσεις. Το σειριακό επιχείρημα είναι το επιχείρημα που ενώνει δύο απλά

επιχειρήματα, εκ των οποίων το συμπέρασμα του πρώτου χρησιμοποιείται ως θέση για το δεύτερο επιχείρημα, το αποκλίνον ή διστάμενο επιχείρημα έχει μία θέση που καταλήγει σε δύο συμπεράσματα και τέλος το σωρευτικό επιχείρημα είναι ουσιαστικά μία αλυσίδα επιχειρημάτων που συναθροίζονται έτσι ώστε νέα επιχειρήματα να επιβεβαιώνουν τα προηγούμενα και να προστίθενται στη σειρά του αποδεικτικού συλλογισμού.

<b>Επιχείρημα</b>	<b>Πλήθος στοιχείων</b>
Απλό	Έχει μόνο μία θέση
Συνδεδεμένο	Έχει δύο ή περισσότερες θέσεις που υποστηρίζουν ένα συμπέρασμα,
Συγκλίνον	Έχει δύο ή περισσότερες θέσεις που υποστηρίζουν ένα ξεχωριστό συμπέρασμα ανεξάρτητα από τις άλλες θέσεις
Σειριακό	Ενώνει δύο απλά επιχειρήματα, εκ των οποίων το συμπέρασμα του πρώτου χρησιμοποιείται ως θέση για το δεύτερο επιχείρημα
Διστάμενο/ αποκλίνον	Μία θέση που καταλήγει σε δύο συμπεράσματα
Σωρευτικό	Αλυσίδα επιχειρημάτων που συναθροίζονται έτσι ώστε νέα επιχειρήματα επιβεβαιώνουν τα προηγούμενα και προστίθενται στη σειρά του αποδεικτικού συλλογισμού

Πίνακας 9: Κατηγορίες των επιχειρημάτων με βάση τη δομή

#### Β Κριτήριο: Πολυπλοκότητα επιχειρημάτων

Για την αξιολόγηση της πολυπλοκότητας των επιχειρημάτων χρησιμοποιήθηκε το σχήμα των v. Aufschnaiter et al. (2008), όπως αυτό παρουσιάζεται στους Basel et al. (2013), το οποίο είναι προσαρμοσμένο σε συζητήσεις μικρών ομάδων που έχουν αρκετές διαλογικές κινήσεις, όπως και στην παρούσα εργασία. Συγκεκριμένα, όπως έχει ήδη αναλυθεί στο θεωρητικό πλαίσιο της εργασίας, η πολυπλοκότητα των επιχειρημάτων έχει πέντε (5) επίπεδα (βλ. Πίνακα 10), όπου το επίπεδο 1 αντιπροσωπεύει την πολύ χαμηλή πολυπλοκότητα περιλαμβάνοντας απλό ισχυρισμό, το επίπεδο 2 χαμηλή πολυπλοκότητα



περιλαμβάνοντας ισχυρισμό και απλή αιτιολόγηση, το επίπεδο 3 μέση/ μέτρια πολυπλοκότητα περιλαμβάνοντας ισχυρισμό και πολλαπλή αιτιολόγηση, το επίπεδο 4 υψηλή πολυπλοκότητα αφού σε αυτό το επίπεδο το επιχείρημα αποτελείται από αιτιολογούμενο ισχυρισμό και προσδιορισμό και τέλος το επίπεδο 5 που αντιπροσωπεύει την πολύ υψηλή πολυπλοκότητα περιλαμβάνοντας αιτιολογούμενο επιχείρημα και ανταπόδειξη.

<b>Πολυπλοκότητα Επιχειρήματος</b>	<b>Συστατικά Στοιχεία</b>	
	Πολύ Υψηλή	Αιτιολογημένος Ισχυρισμός
Υψηλή	Αιτιολογημένος Ισχυρισμός	Ενίσχυση ή Προσδιορισμός
Μέτρια	Ισχυρισμός	Πολλαπλή Αιτιολόγηση
Χαμηλή	Ισχυρισμός	Απλή Αιτιολόγηση
Πολύ Χαμηλή	Ισχυρισμός	

Πίνακας 10: Πολυπλοκότητα επιχειρήματος. Basel, N., Harms, U., & Prechtel, H. (2013).

### Γ Κριτήριο: Συνεισφορά των επιχειρημάτων στο διάλογο

Αναφορικά με τη συνεισφορά των επιχειρημάτων στον υπό μελέτη επιχειρηματολογικό διάλογο χρησιμοποιήθηκε η κατηγοριοποίηση της Kuhn (1991), όπως αυτή παρουσιάζεται στους Pérez-Echeverría et al. (2016), στην οποία τα επιχειρήματα χωρίζονται σε λειτουργικά, μη λειτουργικά και μη αιτιολογούμενα (βλ. Πίνακα 11). Τα λειτουργικά επιχειρήματα περιλαμβάνουν τις λειτουργίες και τους σκοπούς του θέματος και χωρίζονται επιμέρους σε συγκριτικά επιχειρήματα, δηλαδή επιχειρήματα που ανέφεραν και την εναλλακτική άποψη και σε απλά επιχειρήματα που ανέφεραν λόγους υπέρ ή κατά χωρίς να λαμβάνουν υπ' όψιν τις εναλλακτικές. Τα μη λειτουργικά επιχειρήματα δεν περιλαμβάνουν τις λειτουργίες του θέματος και τα μη αιτιολογούμενα επιχειρήματα είναι αυτά που έχουν λίγη ή καθόλου επιχειρηματολογική δύναμη.

Λειτουργικά		Μη λειτουργικά	Μη αιτιολογούμενα
Συγκριτικά	Απλά		

Πίνακας 11: Κατηγοριοποίηση επιχειρημάτων με βάση τη συνεισφορά

#### Δ Κριτήριο: Πολυπλοκότητα επιχειρηματολογίας

Για την αξιολόγηση της συνθετότητας της επιχειρηματολογίας των συμμετεχόντων χρησιμοποιήθηκε η κατηγοριοποίηση των van Eemeren et al. (2002) (βλ. και θεωρητικό μέρος), σύμφωνα με την οποία μπορεί να υπάρξει το μονό επιχειρήμα, το οποίο αποτελείται από δύο και μόνο δύο υποθέσεις, εκ των οποίων συνήθως η μία υπονοείται, η πολλαπλή επιχειρηματολογία που αποτελείται από ανεξάρτητες εναλλακτικές δικαιολογίες της ίδιας άποψης, η παρατακτική επιχειρηματολογία, στην οποία τα επιχειρήματα συνδυάζονται αναγκαστικά για να οικοδομήσουν μία πειστική υπεράσπιση και τέλος, η υποτακτική επιχειρηματολογία στην οποία επιχειρήματα στηρίζουν άλλα επιχειρήματα (βλ. Πίνακα 12).

Απλό/ μονό επιχειρήμα	Αποτελείται από δύο υποθέσεις
Πολλαπλή επιχειρηματολογία	Ανεξάρτητες εναλλακτικές δικαιολογίες της ίδιας άποψης
Παρατακτική επιχειρηματολογία	Συνδυασμός επιχειρημάτων
Υποτακτική επιχειρηματολογία	Το ένα επιχειρήμα στηρίζει το άλλο

Πίνακας 12: Κατηγορίες πολυπλοκότητας επιχειρηματολογίας van Eemeren et al.(2002)

#### Ε Κριτήριο: Κωδικοποίηση διαλογικών κινήσεων

Στην παρούσα εργασία έχει υιοθετηθεί η άποψη της διαλογικής επιχειρηματολογίας ως μια διαδικασία με την οποία “*διαφορετικές απόψεις εξετάζονται και ο σκοπός είναι η κατάληξη σε συμφωνία με αποδεκτούς ισχυρισμούς ή με πορεία ενεργειών*” (Driver et al., 2000, όπ. αναφ. σε Clark et al. (2008). Αυτή η ερμηνεία ορίζει τη διαλογική επιχειρηματολογία ως μία κοινωνική και συνεργατική διαδικασία που χρησιμοποιείται για την επίλυση προβλημάτων και την προώθηση της γνώσης παρά ως μία προσπάθεια υποστήριξης ή αντίκρουσης κάποιας άποψης ή ως άρθρωση άτυπου συλλογισμού. Με αυτή την όψη της επιχειρηματολογίας τονίζεται η συνεργασία καθώς τα άτομα μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις ιδέες του άλλου για να κατασκευάσουν, να οικοδομήσουν και να διαπραγματευτούν μία κοινή αντίληψη ενός συγκεκριμένου θέματος (Clark et al., 2008). Χρησιμοποιήθηκε, λοιπόν, η κατηγοριοποίηση των διαλογικών κινήσεων, όπως αυτές εμφανίζονται στους Clark et

a1. (2008) και προστέθηκαν, επίσης, οι διαλογικές κινήσεις της συμφωνίας και διαφωνίας που χρησιμοποιούνται για την κωδικοποίηση των διαλογικών κινήσεων με τη μορφή ναι και όχι. (βλ. Πίνακα 13)

Διαλογική κίνηση	Σημασία
Ισχυρισμός	Το αρχικό σχόλιο ή υπόθεση
Ανταπάντηση – αντι- ισχυρισμός	Ένας ισχυρισμός που είναι διαφορετικός (και δεν αντιτίθεται) στον αρχικό ισχυρισμό ή σε μητρικό σχόλιο που έγινε. Αυτός ο κωδικός χρησιμοποιείται μόνο όταν κάποιο σχόλιο δεν εστιάζει σε καμία πτυχή της θέσης του ισχυρισμού στον οποίο απαντάει. Αντιθέτως προσφέρει μία εντελώς νέα ερμηνεία στα φαινόμενα.
Αλλαγή ισχυρισμού	Ένα σχόλιο που υποδεικνύει ότι το άτομο: (1) άλλαξε τον αρχικό του ισχυρισμό ή (2) άλλαξε την άποψή του ή (3) έκανε μία παραχώρηση ως απάντηση στα σχόλια (ισχυρισμοί ή αντικρούσεις) που έγιναν από κάποιον άλλον.
Αντίκρουση ενάντια στην αιτιολόγηση	Μία επίθεση ή διαφωνία στην αιτιολόγηση (στοιχεία, εξηγήσεις, προσδιορισμούς ή ενισχύσεις) που χρησιμοποιήθηκαν από άλλους για να υποστηρίξουν ή να αιτιολογήσουν τα σχόλιά τους.
Αντίκρουση ενάντια στη θέση	Μία επίθεση ή διαφωνία με τη θέση (ή ένα συγκεκριμένο κομμάτι της θέσης) ενός άλλου σχολίου (ισχυρισμού ή αντίκρουσης) που δεν επιτίθεται στην αιτιολόγηση
Διευκρίνιση ως απάντηση σε μία αντίκρουση	Αυτή η κωδικοποίηση αφορά στα σχόλια που χρησιμοποιούνται για την ενδυνάμωση μιας θέσης (με την έννοια της ακρίβειας και της εγκυρότητας) ως απάντηση σε μια αντίκρουση χωρίς να επιτίθεται στην αντίκρουση ή στην αιτιολόγηση που έγινε από άλλους
Υποστήριξη ενός σχολίου	Μία δήλωση που χρησιμοποιείται για να υποστηρίξει την αλήθεια ή την εγκυρότητα του προηγούμενου

	ισχυρισμού ή της αντίκρουσης. Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει δηλώσεις που: (1) εκφράζουν συμφωνία με ένα σχόλιο, (2) επαναδιατυπώνουν το προηγούμενο σχόλιο (3) προσθέτουν επιπλέον αιτιολόγηση ως υποστήριξη ή (4) αναπτύσσεται σε ένα σχόλιο
Ερώτηση/απορία για τη σημασία	Ένα σχόλιο που ζητά διευκρινίσεις για ένα προηγούμενο σχόλιο (πχ. Τί εννοείς όταν λες...? ή Δεν καταλαβαίνω τί εννοείς...)Αυτά τα σχόλια αμφισβητούν τη σημασία μίας δήλωσης παρά την εγκυρότητά της.
Διασάφηση της σημασίας	Ένα σχόλιο που γίνεται για να αποσαφηνιστεί (επαναδιατυπωθεί με νέο τρόπο) ένα προηγούμενο σχόλιο. Ο σκοπός αυτών των σχολίων είναι να διευκρινίσει τη σημασία μίας δήλωσης ως απάντηση σε μία ερώτηση (σχετική με τη σημασία) παρά για να υποστηρίξει την εγκυρότητα της δήλωσης
Η οργάνωση των συμμετεχόντων	Ένα σχόλιο που (1) υπενθυμίζει σε άλλους συμμετέχοντες να συμμετάσχουν (2) ζητά ανατροφοδότηση από άλλους (3) έχει έναν μετα-οργανωτικό προσανατολισμό (πχ. Συμφωνούμε ολοι?) ή (4) προσπαθεί να αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο κάποιος συμμετέχει στη συζήτηση
Συμφωνία	Δήλωση συμφωνίας: Ναι
Διαφωνία	Δήλωση Διαφωνίας: Όχι
Εκτός εργασίας	Σχόλια άσχετα με το θέμα (πχ. Ωραίο κούρεμα!)

Πίνακας 13: Κωδικοποίηση σχημάτων για τις διαλογές κινήσεις των ατομικών σχολίων. Clark, D. B., & Sampson, V. (2008).

## 6. 2. ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Στην παρούσα ενότητα θα παρουσιαστούν και θα αναλυθούν τα αποτελέσματα που συλλέχθηκαν από τα υποκείμενα της έρευνας, τα οποία συμμετείχαν σε αυτήν εθελοντικά. Η δομή της ανάλυσης καθορίζεται από τα

κριτήρια, τα οποία αναλύονται σταδιακά και για κάθε μορφή της επικοινωνίας. Το υλικό έχει συλλεγεί από τις συνομιλίες των συμμετεχόντων στον ιστότοπο, σύγχρονες και ασύγχρονες, και τους δια ζώσης επιχειρηματολογικούς διαλόγους τους, όπως αυτοί απομαγνητοφωνήθηκαν από την ερευνήτρια.

## **7. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ**

Πριν τη συμμετοχή στη έρευνα η ερευνήτρια ενέγραψε τους συμμετέχοντες στην έρευνα στον ιστότοπο και τους κατένειμε σε τρεις (3) ομάδες. Δόθηκαν στον κάθε συμμετέχοντα οι κωδικοί εισαγωγής του στον ιστότοπο και μόλις κοινοποιήθηκαν στο κάθε μέλος της εκάστοτε ομάδας ξεκίνησε και η έρευνα. Η συγκεκριμένη ώρα σύγχρονης επικοινωνίας καθορίστηκε από τα μέλη της ομάδας, καθώς θα έπρεπε να μπορούν όλοι να είναι συνδεδεμένοι και διαθέσιμοι. Οι οδηγίες για το μέρος του ιστοτόπου στο οποίο θα έπρεπε να καταγράψουν τη συμβολή τους στη σύγχρονη και ασύγχρονη επικοινωνία υπήρχαν καταγεγραμμένες στον ιστότοπο. Για τη δια ζώσης επικοινωνία η ώρα και το μέρος καθορίστηκαν από τους συμμετέχοντες της έρευνας. Η ερευνήτρια δεν ήταν παρούσα στη δια ζώσης επικοινωνία των ομάδων, ώστε να μην επηρεάσει καθόλου τη συζήτηση με την παρουσία της.

## **8. ΓΕΝΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ**

Η παρούσα έρευνα διεξήχθη στον ιδιωτικό χώρο των μελών του δείγματος και της ερευνήτριας με την εθελοντική συμμετοχή 15 ατόμων ηλικίας 25-35 ετών. Οι συμμετέχοντες εργάστηκαν στον ειδικά διαμορφωμένο για την έρευνα ιστότοπο με τη χρήση υπολογιστή ή τάμπλετ ή κινητού τηλεφώνου smartphone. Ο δια ζώσης επιχειρηματολογικός διάλογος μαγνητοφωνήθηκε με τη συγκατάθεση των συμμετεχόντων και αφού πρώτα τους κατέστη σαφές πως θα εξασφαλιστεί η ανωνυμία τους. Οι συμμετέχοντες είχαν εξοικείωση με την ασύγχρονη και σύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία.

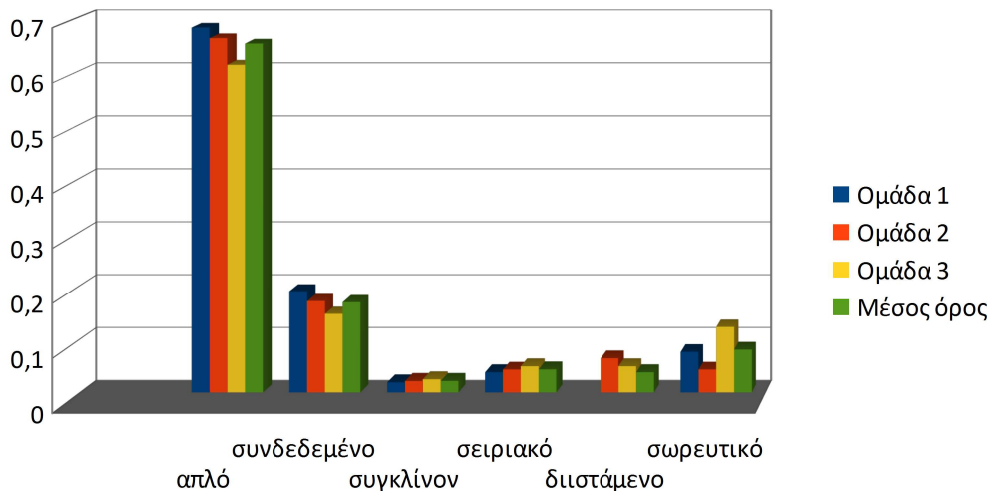
## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο

### ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στην παρούσα ενότητα θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα των επιχειρηματολογικών διαλόγων των τριών (3) ομάδων και στους τρεις τρόπους επικοινωνίας, τη δια ζώσης και τη διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία σύγχρονα και την ασύγχρονα. Οι δια ζώσης επιχειρηματολογικοί διάλογοι απομαγνητοφωνήθηκαν από την ερευνήτρια, ενώ αυτοί που καταγράφηκαν στον ιστότοπο αποσπάστηκαν από αυτόν αυτούσιοι.

#### Α. ΚΡΙΤΗΡΙΟ - Δομή επιχειρημάτων

α. σύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία.

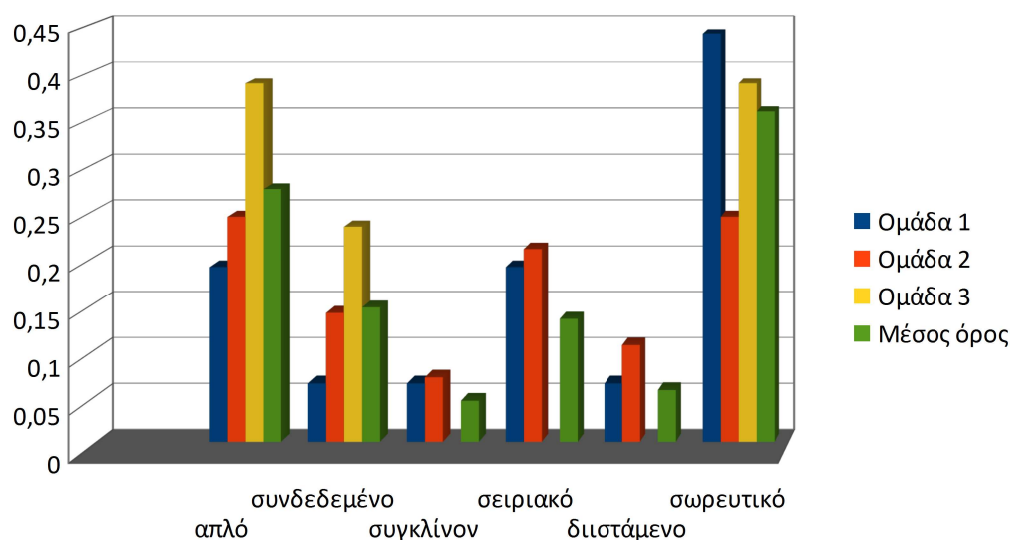


Σχήμα 1: Δομή επιχειρημάτων στη σύγχρονη επικοινωνία

Στη σύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρημάτων ως προς τη δομή τους και στις 3 ομάδες αποτελείται από απλά επιχειρήματα που εκφράζουν μόνο μία θέση. Σχετικά

συχνά, αλλά με αρκετή διαφορά και στις τρεις ομάδες, είναι τα συνδεδεμένα επιχειρήματα, γεγονός που θεωρείται αναμενόμενο για ένα τρόπο επικοινωνίας που είναι αρκετά εύκολο κάποιος να διακοπεί από τους συνομιλητές του και έτσι να μην ολοκληρωθεί η συνεισφορά του ή και να διακοπεί χωρίς απαραίτητα να το καταλάβει ή και να δώσει σημασία. Σε χαμηλότερο επίπεδο απαντώνται τα σωρευτικά επιχειρήματα, τα οποία είναι και τα πιο πολύπλοκα. Εμφανίστηκαν κυρίως σε διαλογικές κινήσεις στις οποίες ο ομιλητής κατέγραφε αρκετά στοιχεία και ήταν πιο ολοκληρωμένες πριν ο ομιλητής αποφασίσει να τις καταχωρήσει. Συγκλίνοντα, σειριακά και διστάμενα επιχειρήματα συναντώνται λιγότερο συχνά σε όλες τις ομάδες, κάτι το οποίο μπορεί να οφείλεται στην ταχύτητα της σύγχρονης επικοινωνίας διαμεσολαβούμενης από υπολογιστή και την άμεση ανατροφοδότηση.

β. ασύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία

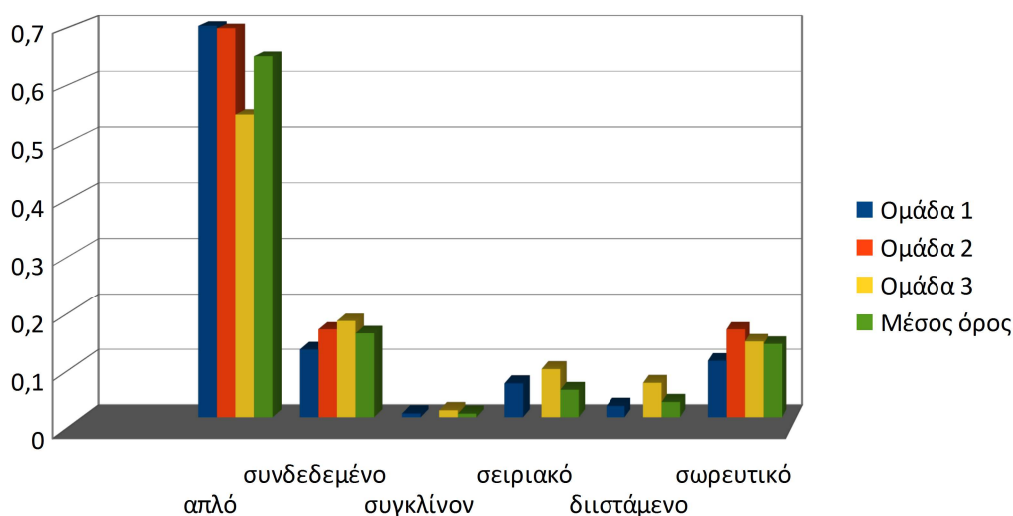


Σχήμα 2: Δομή επιχειρημάτων στην ασύγχρονη επικοινωνία

Στην ασύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρημάτων πρόκειται για σωρευτικά επιχειρήματα και στις 3 ομάδες, με την δεύτερη να συγκεντρώνει το μικρότερο ποσοστό από τις άλλες δύο. Σε μικρότερη συχνότητα (περίπου 27%) βρίσκονται τα απλά επιχειρήματα με την τρίτη ομάδα να συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό και να καθορίζει σημαντικά το μέσο όρο, ενώ, αντίστοιχα, σε μικρότερη κλίμακα παρουσιάζονται τα

ποσοστά και για τα συνδεδεμένα επιχειρήματα. Τέλος, τα σειριακά, διστάμενα και συγκλίνοντα επιχειρήματα εμφανίζονται σε μικρότερο βαθμό μόνο στις δύο πρώτες ομάδες, καθώς η τρίτη δεν εμφανίζει καθόλου ποσοστά σε αυτές τις κατηγορίες. Στην ασύγχρονη, λοιπόν, επικοινωνία παρατηρείται γενικά η τάση για επιχειρήματα με πιο πολύπλοκη δομή.

γ. δια ζώσης

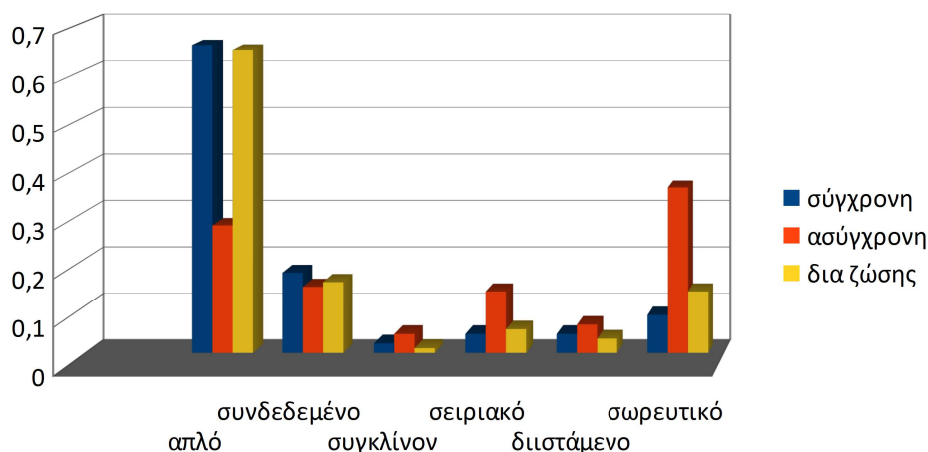


Σχήμα 3: Δομή επιχειρημάτων στη δια ζώσης επικοινωνία

Στη δια ζώσης επικοινωνία η πλειοψηφία των επιχειρημάτων που εκφράστηκαν ήταν απλά ως προς τη δομή τους και για τις τρεις ομάδες, ενώ σε πολύ μικρότερη συχνότητα εμφανίστηκαν τα συνδεδεμένα και σωρευτικά επιχειρήματα (15% και 12% αντίστοιχα). Τα σειριακά, διστάμενα και συγκλίνοντα επιχειρήματα εμφανίζονται σε πολύ μικρό βαθμό. Παρατηρείται, λοιπόν, ότι στη δια ζώσης επικοινωνία όπου τα άτομα βρίσκονται ενώπιος ενώπιω η δομή των επιχειρημάτων είναι απλή και συνήθως εκφράζει μία απλή άποψη.



δ. συγκεντρωτικά αποτελέσματα για τη δομή των επιχειρημάτων.



Σχήμα 4: Δομή επιχειρημάτων στις τρεις μορφές επικοινωνίας

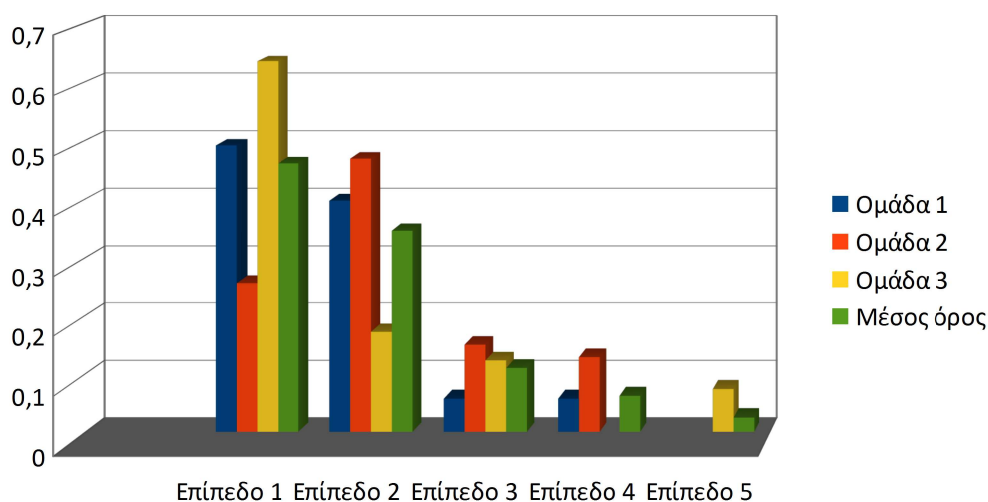
Συγκρίνοντας τις τρεις μορφές επικοινωνίας, τη δια ζώσης και τις διαμεσολαβούμενες από υπολογιστή, σύγχρονη και ασύγχρονη, παρατηρούμε ότι στη σύγχρονη και στη δια ζώσης τα απλά επιχειρήματα, δηλαδή τα επιχειρήματα που περιλαμβάνουν μία θέση εμφανίζονται σε αρκετά μεγάλο ποσοστό, άνω του 60%, ενώ στην ασύγχρονη τα απλά επιχειρήματα εμφανίζονται με αρκετά χαμηλότερο ποσοστό, περίπου 25%, γεγονός που δικαιολογείται από την αμεσότητα και τη γρήγορη απόκριση των συμμετεχόντων στην έρευνα. Το είδος των επιχειρημάτων που χρησιμοποιήθηκε περισσότερο στην ασύγχρονη επικοινωνία είναι τα σωρευτικά με ποσοστό 34% περίπου, τα οποία εμφανίζονται σε πολύ χαμηλότερα ποσοστά στη σύγχρονη και τη δια ζώσης. Τα συνδεδεμένα επιχειρήματα εμφανίζονται και στις τρεις μορφές επικοινωνίας σε χαμηλή συχνότητα, γύρω στο 13%, ενώ τα σειριακά εμφανίζονται σε χαμηλή γενικά συχνότητα και στις τρεις μορφές επικοινωνίας, αλλά στην ασύγχρονη η συχνότητά τους είναι αρκετά μεγαλύτερη σε σχέση με τις άλλες. Τέλος τα δισπασμένα και τα συγκλίνοντα επιχειρήματα εμφανίζονται σε χαμηλό ποσοστό και στις τρεις μορφές επικοινωνίας.

Από τα ανωτέρω παρατηρείται ότι στη δια ζώσης και στη διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή σύγχρονη επικοινωνία τα επιχειρήματα που εκφράστηκαν στον επιχειρηματολογικό διάλογο ήταν ως επί το πλείστον απλά ως προς τη δομή τους, ενώ στην διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία ασύγχρονη επικοινωνία τα επιχειρήματα ήταν σωρευτικά, δηλαδή πιο σύνθετης μορφής. Αυτή η διαφορά μπορεί να

δικαιολογηθεί από τη χρονική διαφορά ανάμεσα στους τρόπους επικοινωνίας. Στη σύγχρονη και στη δια ζώσης επικοινωνία η ανατροφοδότηση, ο σχολιασμός και η διακοπή από τον συνομιλητή ευνοείται, ενώ στην ασύγχρονη επικοινωνία οι συνομιλητές έχουν το χρόνο και να σκεφτούν και να εκφράσουν μία άποψή τους πιο ολοκληρωμένα και χωρίς παρεμβολές. Ως εκ τούτου, στις άμεσες μορφές επικοινωνίας τα πιο απλά επιχειρήματα εκφράζονται πιο εύκολα, καθώς αποτελούν τις άμεσες σκέψεις και αντιδράσεις των συνομιλητών, ενώ η ασύγχρονη επικοινωνία ευνοεί τις πιο σύνθετες μορφές επιχειρημάτων, καθώς ο χρόνος και ο χώρος που έχει το άτομο του δίνει τη δυνατότητα να εκφραστεί πιο ολοκληρωμένα.

## **B. ΚΡΙΤΗΡΙΟ- Πολυπλοκότητα επιχειρημάτων**

α. σύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία.

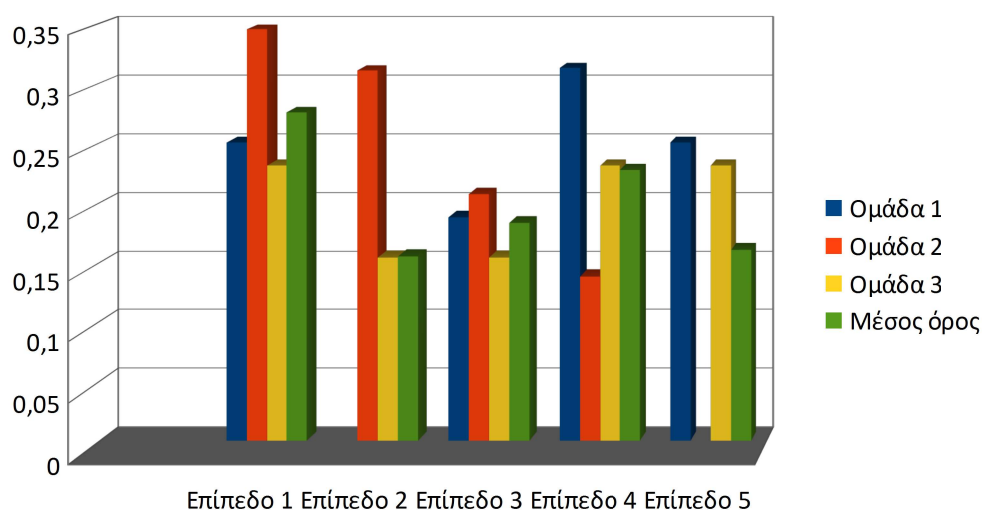


Σχήμα 5: Πολυπλοκότητα επιχειρημάτων στη σύγχρονη επικοινωνία

Ως προς την πολυπλοκότητα των επιχειρημάτων παρατηρείται ότι στη σύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία όλες οι ομάδες εξέφρασαν κατά βάση επιχειρήματα 1ου επιπέδου, δηλαδή επιχειρήματα που περιείχαν μόνο τον ισχυρισμό. Σε ανώτερα επίπεδα πολυπλοκότητας παρατηρούμε μία σταθερή μείωση των ποσοστών των επιχειρημάτων, με τα χαμηλότερα ποσοστά να εμφανίζονται στο

επίπεδο 5, καθώς μόνο η ομάδα 3 εξέφρασε επιχειρήματα πολύ υψηλού επιπέδου, δηλαδή επιχειρήματα που περιελάμβαναν και μία ανταπόδειξη στο αιτιολογούμενο επιχείρημα που εξέφραζαν. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζεται στην πολυπλοκότητα των επιχειρημάτων της 2ης ομάδας, καθώς τα περισσότερα επιχειρήματα που εκφράστηκαν ήταν επιπέδου 2, δηλαδή επιχειρήματα στα οποία ο ισχυρισμός συνδυαζόταν με μία απλή αιτιολόγηση. Τα επιχειρήματα μεσαίου επιπέδου πολυπλοκότητας (επίπεδο 3) εμφανίστηκαν σε αρκετά χαμηλό ποσοστό και στις τρεις ομάδες.

### β. ασύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία

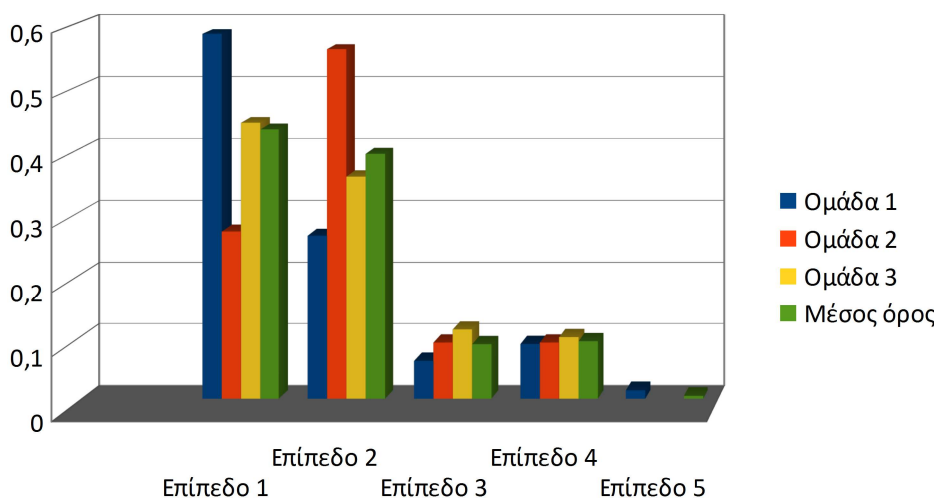


Σχήμα 6: Πολυπλοκότητα επιχειρημάτων στην ασύγχρονη επικοινωνία

Στην ασύγχρονη επικοινωνία παρατηρείται ότι και οι τρεις ομάδες παρουσιάζουν υψηλά ποσοστά σε επιχειρήματα με χαμηλό επίπεδο πολυπλοκότητας (επίπεδο 1). Σχετικά, όμως υψηλά είναι και τα ποσοστά της υψηλής πολυπλοκότητας (επίπεδο 4) για τις ομάδες 1 και 3, καθώς αρκετά επιχειρήματα ήταν αιτιολογούμενα και περιείχαν και κάποιο προσδιορισμό, κάποια αναφορά δηλαδή στην αντίθετη άποψη, χωρίς όμως να την αναλύουν. Επιχειρήματα πολύ υψηλής πολυπλοκότητας (επίπεδο 5) εκφράστηκαν σε σχετικά μικρότερο βαθμό από τις ίδιες ομάδες. Τα επιχειρήματα χαμηλού και μεσαίου επιπέδου πολυπλοκότητας βρίσκονται σε

μικρότερο βαθμό με την δεύτερη ομάδα να ξεχωρίζει με το υψηλό ποσοστό της σε αυτά τα δύο επίπεδα. Συγκεκριμένα, η δεύτερη ομάδα εμφανίζεται να έχει μία τάση μείωσης των ποσοστών των επιχειρημάτων σε μεγαλύτερα επίπεδα. Γενικά, παρατηρείται ότι όλα τα επίπεδα πολυπλοκότητας εμφανίστηκαν χωρίς πολύ μεγάλες διαφορές μεταξύ τους.

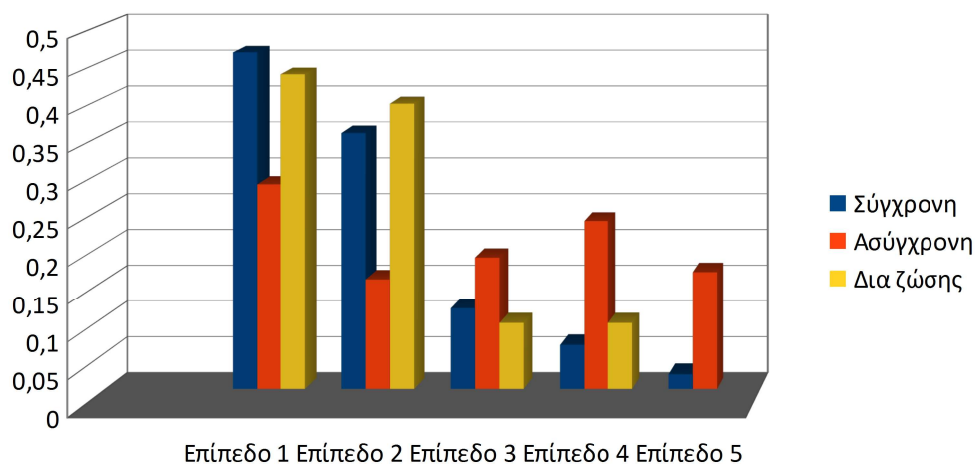
γ. δια ζώσης



Σχήμα 7: Πολυπλοκότητα επιχειρημάτων στη δια ζώσης επικοινωνία

Στον επιχειρηματολογικό διάλογο που αναπτύχθηκε στη δια ζώσης επικοινωνία τα περισσότερα επιχειρήματα ήταν πολύ χαμηλής και χαμηλής πολυπλοκότητας (επίπεδα 1&2). Τα επιχειρήματα υψηλότερων επιπέδων ως προς την πολυπλοκότητά τους, επιπέδων 3 & 4, εμφανίζονται σε πολύ χαμηλότερη συχνότητα και στις τρεις ομάδες. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η πολυπλοκότητα των επιχειρημάτων της ομάδας 2, στην οποία τα επιχειρήματα με απλή αιτιολόγηση εκφράστηκαν σε μεγαλύτερο βαθμό απ' ότι στις άλλες δύο ομάδες στις οποίες υπερίσχυσαν τα επιχειρήματα που περιελάμβαναν μόνο μία γνώμη.

δ. συγκεντρωτικά αποτελέσματα για την πολυπλοκότητα των επιχειρημάτων

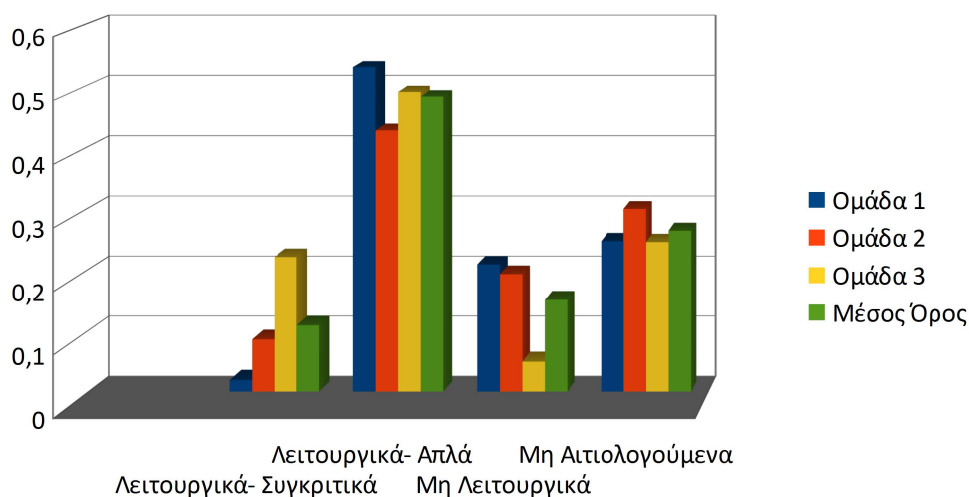


Σχήμα 8: Πολυπλοκότητα επιχειρημάτων στις τρεις μορφές επικοινωνίας

Ως προς την πολυπλοκότητα των επιχειρημάτων στις τρεις μορφές επικοινωνίας παρατηρείται ότι στη σύγχρονη και τη διαζώσης επικοινωνία τα περισσότερα επιχειρήματα ήταν πολύ χαμηλού και χαμηλού επιπέδου, ενώ στην ασύγχρονη επικοινωνία η πλειοψηφία των επιχειρημάτων ήταν άνω του μεσαίου επιπέδου. Αξίζει βέβαια να σημειωθεί ότι η ασύγχρονη επικοινωνία εμφανίζει μία σχετική ομοιομορφία ως προς την πολυπλοκότητα των επιχειρημάτων, ενώ η σύγχρονη και η διαζώσης επικοινωνία έχουν αυξημένα ποσοστά χαμηλής και πολύ χαμηλής πολυπλοκότητας.

## Γ. ΚΡΙΤΗΡΙΟ-συνεισφορά στο διάλογο

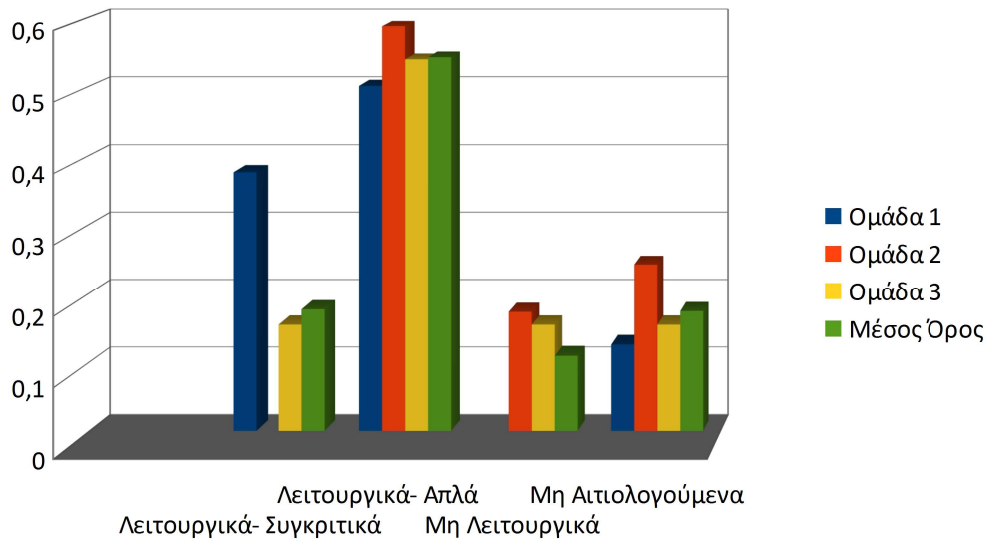
### α. σύγχρονη μορφή επικοινωνίας διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία



Σχήμα 9: Κατηγοριοποίηση επιχειρημάτων με βάση τη συνεισφορά τους στο διάλογο στη σύγχρονη επικοινωνία

Ως προς την συνεισφορά τους στο διάλογο στην σύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία, τα περισσότερα επιχειρήματα που εκφράστηκαν και από τις τρεις ομάδες ήταν λειτουργικά απλά, δηλαδή σχετίζονταν με τις λειτουργίες του θέματος αλλά δεν ανέφεραν κάποιες εναλλακτικές και αρκετά λιγότερα λειτουργικά-συγκριτικά. Αρκετά υψηλά, όμως, ποσοστά παρουσιάζουν και τα μη αιτιολογούμενα επιχειρήματα καθώς περίπου 27% των επιχειρημάτων δεν είχαν επιχειρηματολογική δύναμη. Τα μη λειτουργικά εκφράστηκαν κατά μέσο όρο περίπου 17%, ενώ τα λειτουργικά-συγκριτικά, δηλαδή τα επιχειρήματα που ανέφεραν τις λειτουργίες του θέματος αλλά και την εναλλακτική άποψη σε ποσοστό περίπου 10%. Γενικά οι τιμές των τριών ομάδων που απαρτίζουν το δείγμα δεν εμφανίζουν σημαντικές διαφορές στα λειτουργικά-απλά και στα μη αιτιολογούμενα επιχειρήματα. Η ομάδα 3 όμως, αξίζει να σημειωθεί, ότι παρουσιάζει υψηλό ποσοστό στα λειτουργικά-συγκριτικά και πολύ χαμηλό στα μη λειτουργικά σε σχέση με τις άλλες ομάδες.

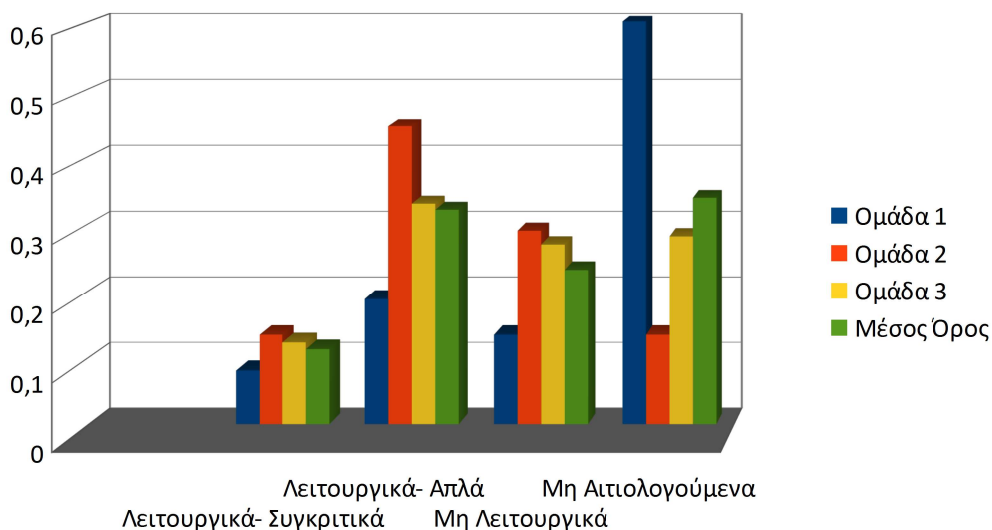
β. ασύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία



Σχήμα 10: Κατηγοριοποίηση επιχειρημάτων με βάση τη συνεισφορά τους στο διάλογο στην ασύγχρονη επικοινωνία

Στην ασύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία τα επιχειρήματα που υπερίσχυσαν, ομοίως, και στις τρεις ομάδες ήταν τα λειτουργικά απλά με ποσοστό άνω του 50%. Με μεγάλη διαφορά, 23% μέσο όρο, εκφράστηκαν μη αιτιολογούμενα επιχειρήματα, δηλαδή επιχειρήματα χωρίς επιχειρηματολογική δύναμη με την Ομάδα 2 να ανεβάζει σημαντικά το μέσο όρο σε αυτή την κατηγορία επιχειρημάτων. Τα μη λειτουργικά επιχειρήματα κυμάνθηκαν στο 17% με την Ομάδα 1 να μην εκφράζει κανένα επιχείρημα που δεν περιλάμβανε τις λειτουργικότητες του θέματος, ενώ, τέλος, τα λειτουργικά- συγκριτικά εκφράστηκαν σε ποσοστό 18% με την Ομάδα 2 να μην εκφράζει κανένα τέτοιου είδους, ενώ η Ομάδα 1 να εκφράζει αρκετά σε ποσοστό περίπου 37%.

γ. δια ζώσης

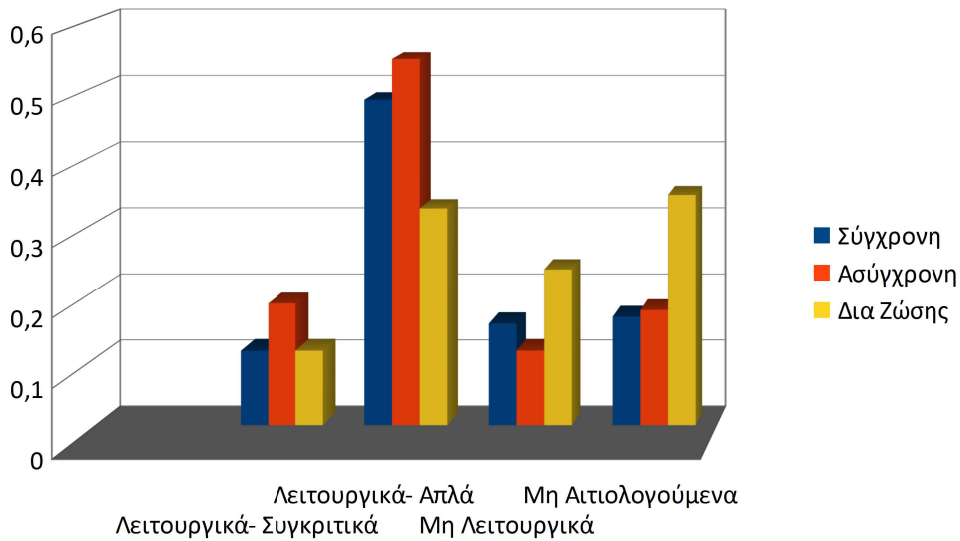


Σχήμα 11: Κατηγοριοποίηση επιχειρημάτων με βάση τη συνεισφορά τους στο διάλογο στη δια ζώσης επικοινωνία

Στον επιχειρηματολογικό διάλογο της δια ζώσης επικοινωνίας, ως προς τη συνεισφορά τους στο διάλογο τα περισσότερα επιχειρήματα που εκφράστηκαν σε μέσο όρο ήταν μη αιτιολογούμενα, ενώ πολύ κοντά σε ποσοστό στο μέσο όρο είναι και τα λειτουργικά-απλά. Αξίζει να σημειωθεί ότι στα μη αιτιολογούμενα επιχειρήματα το ποσοστό τους ανέβασε πολύ η Ομάδα 1, η οποία στη δια ζώσης επικοινωνία της το 60% περίπου των επιχειρημάτων της ανήκαν σε αυτή την κατηγορία. Μη λειτουργικά επιχειρήματα εκφράστηκαν σε ποσοστό 22% περίπου. Αρκετά χαμηλό είναι το ποσοστό των λειτουργικών- συγκριτικών επιχειρημάτων που εκφράστηκαν και από τις 3 ομάδες. Παρατηρείται, λοιπόν, ότι στη δια ζώσης επικοινωνία εκφράστηκαν όλα τα είδη των επιχειρημάτων ως προς τη συνεισφορά τους στο διάλογο χωρίς κάποια μεγάλη διαφορά στο ποσοστό εμφάνισής τους, εκτός από τα λειτουργικά-συγκριτικά που αποτελούν και τα πιο σύνθετα σε αυτή την κατηγορία.



δ. συγκεντρωτικά αποτελέσματα για τη συνεισφορά των επιχειρημάτων στο διάλογο

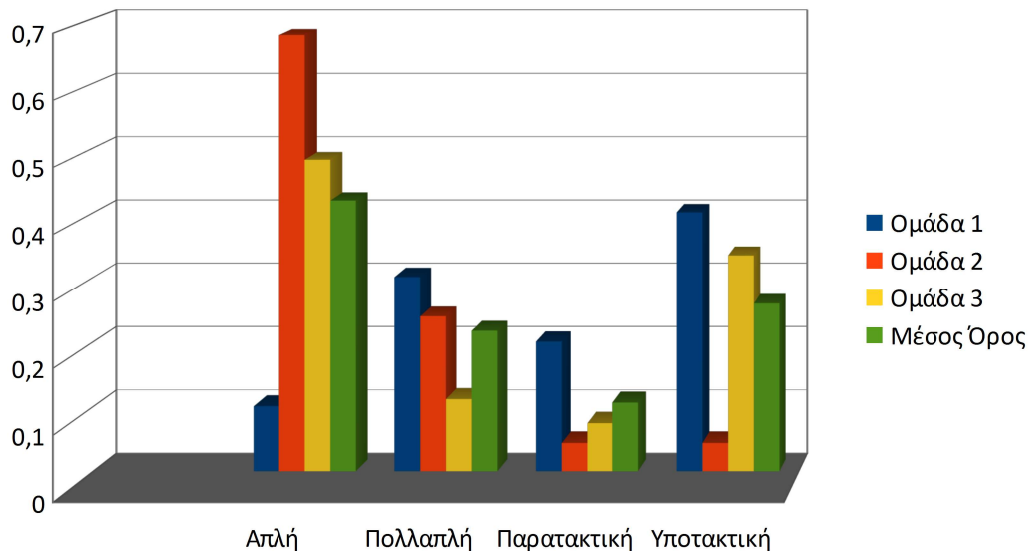


Σχήμα 12: Κατηγοριοποίηση επιχειρημάτων με βάση τη συνεισφορά τους στο διάλογο στις τρεις μορφές επικοινωνίας

Ως προς τη συνεισφορά τους στον επιχειρηματολογικό διάλογο τα περισσότερα επιχειρήματα που εκφράστηκαν και στις τρεις μορφές επικοινωνίας ήταν σχετικά με το θέμα και ανήκαν στα λειτουργικά απλά. Στον δια ζώσης επιχειρηματολογικό διάλογο τα μη αιτιολογούμενα επιχειρήματα ήταν οριακά περισσότερα σε ποσοστό από τα λειτουργικά-απλά καταδεικνύοντας ότι πολύ συχνά οι συνομιλητές μπορούν στον προφορικό λόγο να εκφράσουν επιχειρήματα χωρίς ιδιαίτερη βάση και στοιχεία. Τα λειτουργικά-συγκριτικά επιχειρήματα, που είναι και τα πιο υψηλής ποιότητας, εμφανίστηκαν και στις τρεις μορφές επικοινωνίας, αλλά στην ασύγχρονη σε υψηλότερη συχνότητα. Τέλος, τα μη λειτουργικά επιχειρήματα εμφανίστηκαν σε μεγαλύτερο βαθμό στη δια ζώσης επικοινωνία απ' ό,τι στις άλλες δύο που διαμεσολαβούνται από τεχνολογία. Παρατηρείται, λοιπόν, ότι σε γενικά πλαίσια σε έναν επιχειρηματολογικό διάλογο οι συνομιλητές εκφράζουν επιχειρήματα σχετικά με το θέμα, αν και στη δια ζώσης επικοινωνία είναι αρκετά τα επιχειρήματα που δεν έχουν επιχειρηματολογική ισχύ ή δεν σχετίζονται άμεσα με το θέμα σε αντίθεση με τις μορφές επικοινωνίας που διαμεσολαβούνται από τον υπολογιστή.

## Δ. ΚΡΙΤΗΡΙΟ- πολυπλοκότητα επιχειρηματολογίας

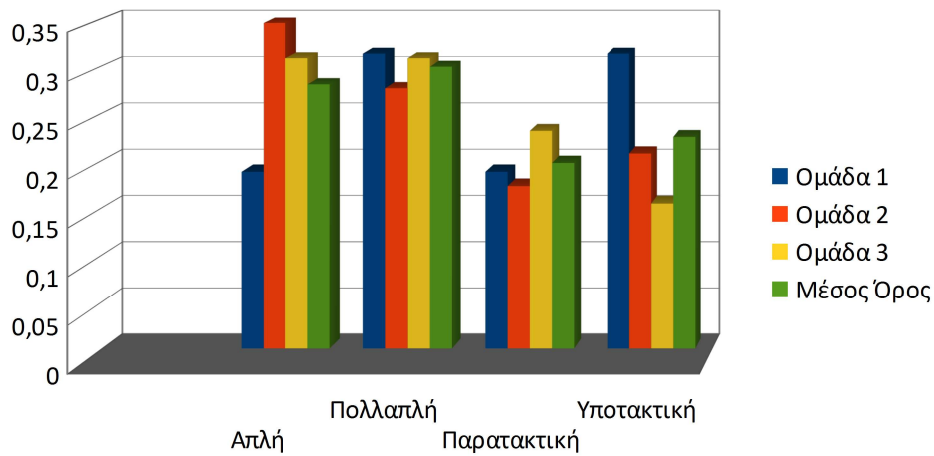
### α. σύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία



Σχήμα 13: Πολυπλοκότητα επιχειρηματολογίας στη σύγχρονη επικοινωνία

Ως προς την πολυπλοκότητα της επιχειρηματολογίας παρατηρείται, ότι η απλή επιχειρηματολογία είναι αυτή που υπερισχύει σε σχέση με τις άλλες. Η πιο σύνθετη μορφή επιχειρηματολογίας, η υποτακτική, έπεται με ποσοστό 26% κατά μέσο όρο, ενώ η πολλαπλή και η παρατακτική ακολουθούν αντιστοίχως. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Ομάδα 2 παρουσίασε το μεγαλύτερο ποσοστό απλής επιχειρηματολογίας ως προς την πολυπλοκότητα και πάρα πολύ χαμηλά ποσοστά παρατακτικής και υποτακτικής, ενώ η Ομάδα 1 στη σύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία έχει πολύ χαμηλά ποσοστά απλής επιχειρηματολογίας και υψηλά ποσοστά (40%) υποτακτικής επιχειρηματολογίας, στοιχεία που επηρέασαν σημαντικά το μέσο όρο.

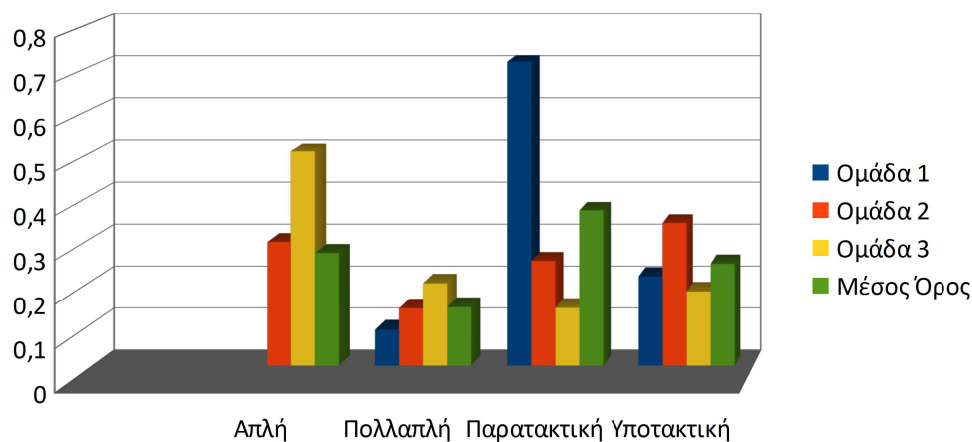
β. ασύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία



Σχήμα 14: Πολυπλοκότητα επιχειρηματολογίας στην ασύγχρονη επικοινωνία

Στην ασύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία δεν παρατηρούνται μεγάλες διαφορές ανάμεσα στα επίπεδα πολυπλοκότητας της επιχειρηματολογίας. Ωστόσο η απλή και η πολλαπλή επιχειρηματολογία εμφανίζονται οριακά επικρατέστερες σε όλες τις ομάδες με εξαίρεση την πρώτη ομάδα τα επιχειρήματα της οποίας εμφανίζουν υψηλό ποσοστό στην υποτακτική επιχειρηματολογία 31% και πολύ χαμηλό στην απλή επιχειρηματολογία 18%. Συγκεκριμένα η απλή επιχειρηματολογία εμφανίστηκε σε μέσο όρο σε ποσοστό 28% και η πολλαπλή σε ποσοστό 30%. Η υποτακτική και η παρατακτική επιχειρηματολογία σε ποσοστά 22% και 20% αντίστοιχα.

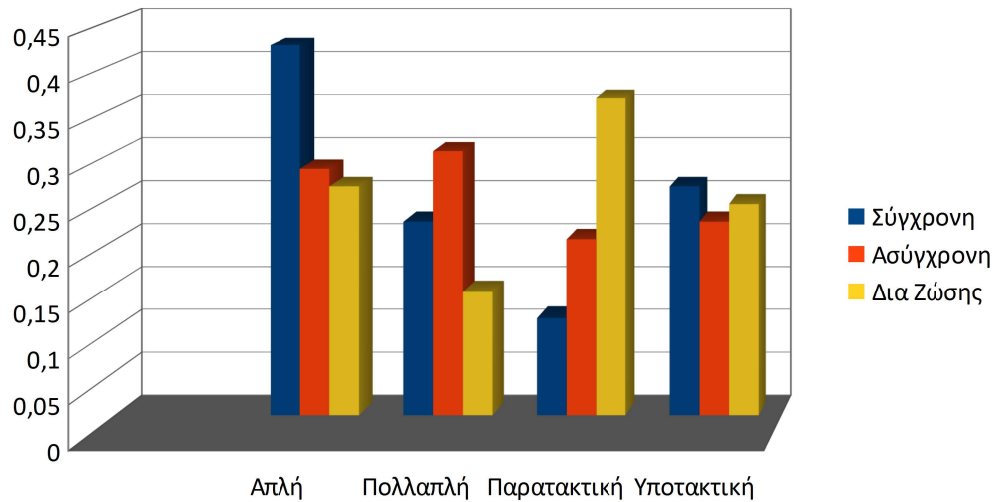
### γ. δια ζώσης



Σχήμα 15: Πολυπλοκότητα επιχειρηματολογίας στη δια ζώσης επικοινωνία

Ως προς την πολυπλοκότητα του επιχειρηματολογικού διαλόγου στη δια ζώσης επικοινωνία τα αποτελέσματα των τριών ομάδων έδειξαν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό της επιχειρηματολογίας ήταν παρατακτική (34% περίπου). Η απλή επιχειρηματολογία εμφανίζεται σε ποσοστό 25% περίπου ενώ ακολουθούν η υποτακτική και η πολλαπλή με ποσοστά 22% και 12% περίπου. Αξίζει να σημειωθεί ότι η διαμόρφωση των μέσων όρων καθορίστηκε σημαντικά από την ομάδα 1, της οποίας η δια ζώσης επικοινωνία ήταν στη συντριπτική πλειοψηφία της παρατακτική με ποσοστό 70% -ενώ καμία επιχειρηματολογία δεν ήταν απλή- και από την ομάδα 3 της οποίας η επιχειρηματολογία ήταν απλή σε ποσοστό 50% περίπου. Αυτές, λοιπόν, οι ακραίες τιμές επηρέασαν σημαντικά τις τιμές των μέσων όρων.

δ. συγκεντρωτικά αποτελέσματα για την πολυπλοκότητα της επιχειρηματολογίας

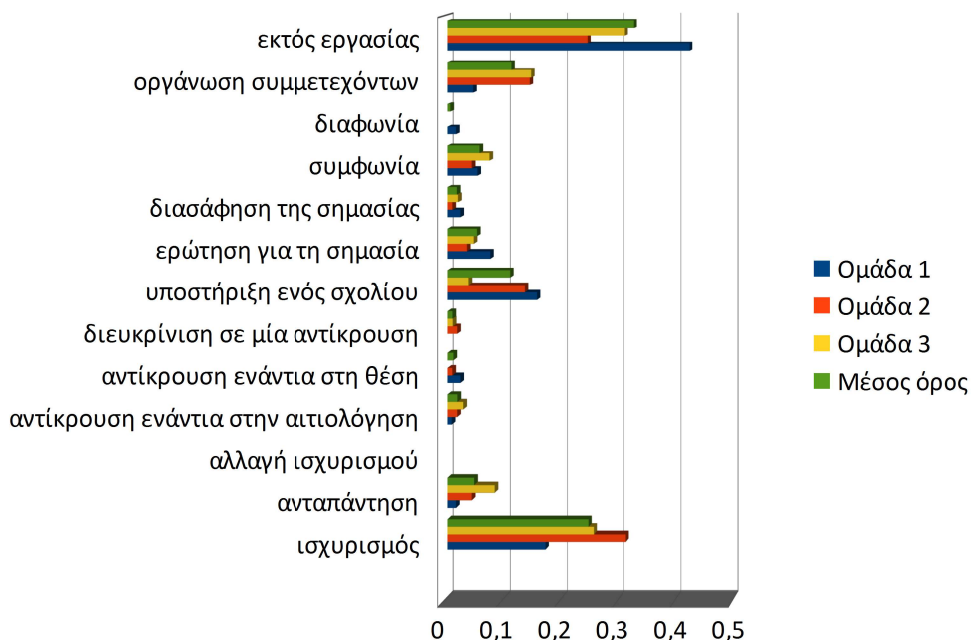


Σχήμα 16: Πολυπλοκότητα επιχειρηματολογίας στις τρεις μορφές επικοινωνίας

Από το παραπάνω διάγραμμα διαφαίνεται ότι όλες οι μορφές επικοινωνίας χρησιμοποίησαν την υποτακτική επιχειρηματολογία στο ίδιο περίπου βαθμό. Η απλή, όμως, επιχειρηματολογία υπερισχύει στην σύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία με ποσοστό άνω του 40%, η πολλαπλή υπερισχύει στην ασύγχρονη, ενώ η παρατακτική στη δια ζώσης επικοινωνία με ποσοστό 35% περίπου. Παρατηρείται, λοιπόν, μία σχετική ποικιλία ως προς την πολυπλοκότητά της επιχειρηματολογίας στις τρεις μορφές επικοινωνίας.

## Ε. ΚΡΙΤΗΡΙΟ – κωδικοποίηση διαλογικών κινήσεων

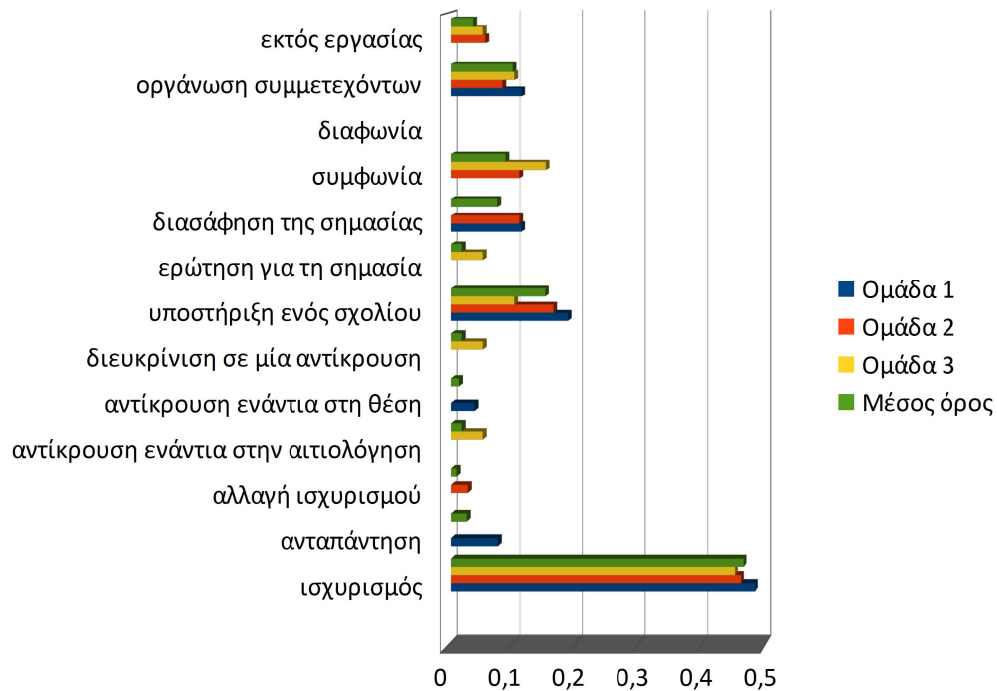
### α. σύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία



Σχήμα 17: Είδη διαλογικών κινήσεων στη σύγχρονη επικοινωνία

Ως προς το είδος των διαλογικών κινήσεων παρατηρείται, ότι στη σύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή οι επικρατέστερες διαλογικές κινήσεις ήταν οι εκτός εργασίας, οι οποίες αφορούσαν σχόλια μεταξύ των μελών της ομάδας αναφορικά με τις μεταξύ τους σχέσεις ή/και με τα σχόλια που έκαναν συμπληρώνοντας ένα ποσοστό περίπου 33% των συνολικών διαλογικών κινήσεων. Η αμέσως επόμενη σε ποσοστό κατηγορία διαλογικών κινήσεων είναι αυτή των ισχυρισμών, καθώς όπως φαίνεται τα μέλη των ομάδων εξέφρασαν αρκετούς ισχυρισμούς πάνω στο θέμα. Ταυτόχρονα ξεχωρίζει σε μικρότερο βαθμό και η διαλογική κίνηση της υποστήριξης ενός σχολίου, καθώς πολύ συχνά οι συμμετέχοντες στην έρευνα υποστήριζαν ο ένας τα σχόλια του άλλου. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι διαλογικές κινήσεις που στοχεύουν στην οργάνωση των συμμετεχόντων εμφανίστηκαν σε μέσο όρο περίπου 11%.

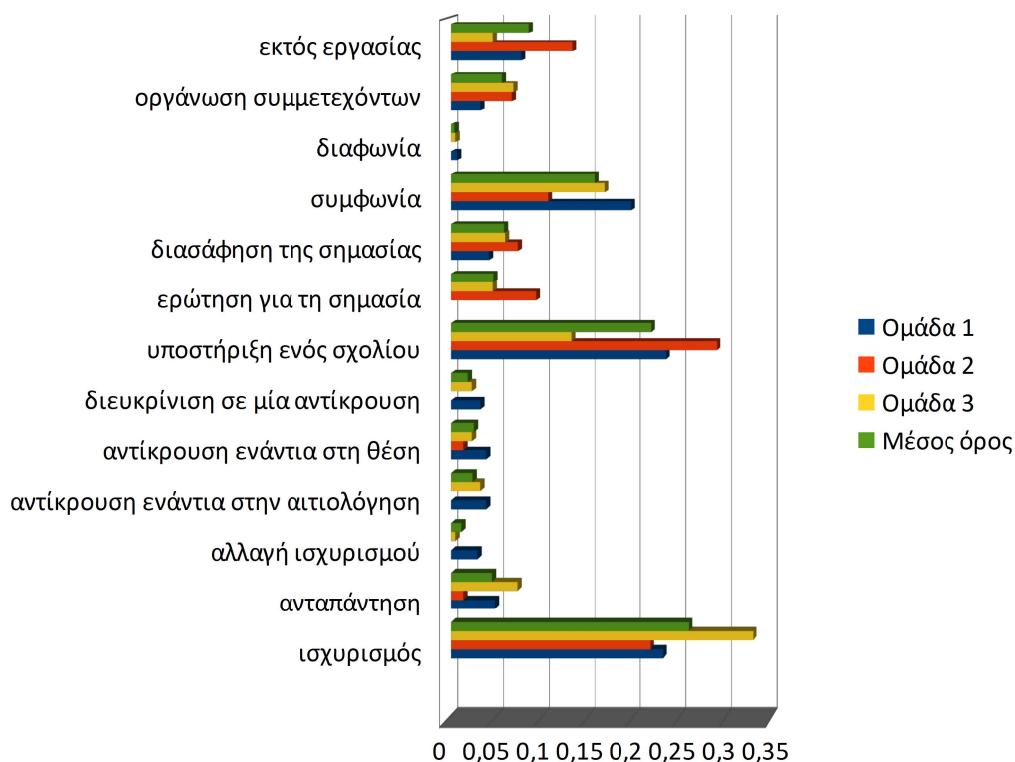
β. ασύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία.



Σχήμα 18: Είδη διαλογικών κινήσεων στην ασύγχρονη επικοινωνία

Στην ασύγχρονη επικοινωνία μέσω τεχνολογίας το μεγαλύτερο ποσοστό, 42% κατά μέσο όρο, των διαλογικών κινήσεων και στις τρεις ομάδες ανήκουν στους ισχυρισμούς. Σε μικρότερο ποσοστό ακολουθούν οι διαλογικές κινήσεις που υποστηρίζουν ένα σχόλιο με ποσοστό περίπου 14% αλλά και η συμφωνία και η διασάφηση της σημασίας με ποσοστά 9% και 6% αντίστοιχα. Αξίζει να σημειωθεί ότι η διαφωνία δεν εμφανίστηκε σε καμία ομάδα, ενώ η οργάνωση των συμμετεχόντων έχει αρκετά υψηλό ποσοστό, 12%, γεγονός που καταδεικνύει πως έγινε προσπάθεια να παρακινηθούν συμμετέχοντες να συμμετάσχουν ή/και να ζητηθεί η γνώμη και άποψή τους.

### γ. δια ζώσης

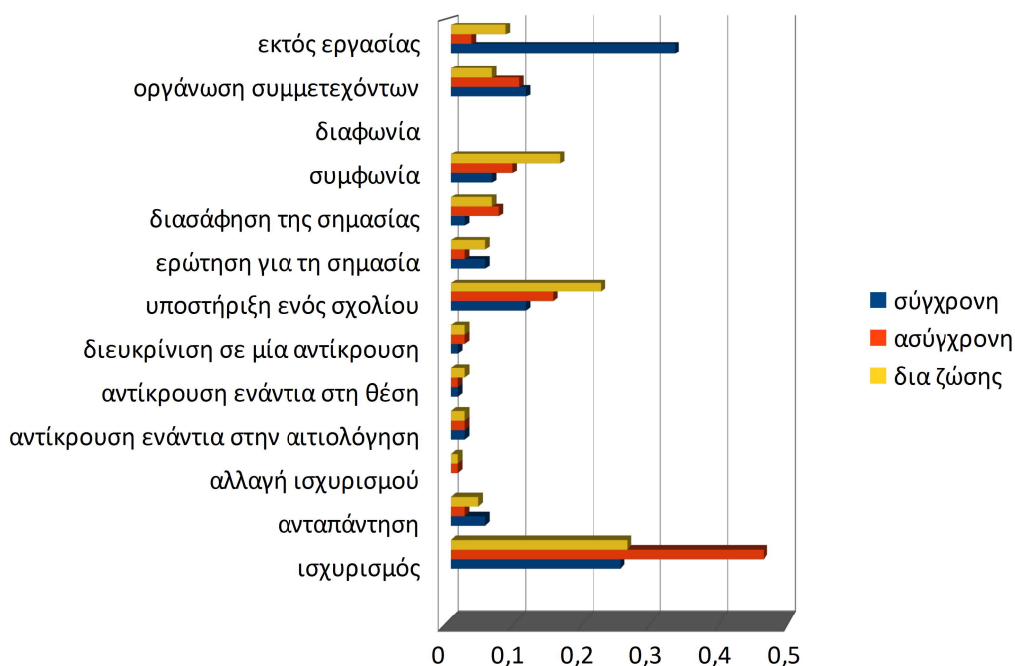


Σχήμα 19: Είδη διαλογικών κινήσεων στη δια ζώσης επικοινωνία

Στη δια ζώσης επικοινωνία το μεγαλύτερο ποσοστό των διαλογικών κινήσεων κατατάσσονται στην κατηγορία των ισχυρισμών (26%). Οι διαλογικές κινήσεις υποστήριξης ενός σχολίου ήταν αρκετές με συνολικό ποσοστό 22% περίπου, όπως και οι διαλογικές κινήσεις που εξέφρασαν συμφωνία με τα λεγόμενα κάποιου συνομιλητή. Οι εκτός εργασίας συνδιαλλαγές παρουσιάστηκαν σε ποσοστό 8%, ενώ σε πολύ χαμηλό ποσοστό είναι και οι εκφράσεις σχετικές με την οργάνωση των συμμετεχόντων, καθώς αυτό συνήθως το διεκπεραιώνουν εξωγλωσσικά στοιχεία, πχ. κοίταγμα, κινήσεις χεριών, στάση σώματος κτλ. Αρκετές ήταν και οι διαλογικές κινήσεις που σχετίζονταν με τη διασάφηση της σημασίας του υπό συζήτηση θέματος.



δ. συγκεντρωτικά αποτελέσματα για το είδος των διαλογικών κινήσεων



Σχήμα 20: Είδη διαλογικών κινήσεων στις τρεις μορφές επικοινωνίας

Από το ανωτέρω διάγραμμα προκύπτει ότι και στις τρεις μορφές επικοινωνίας οι διαλογικές κινήσεις που αφορούσαν σε ισχυρισμό εκφράστηκαν σε μεγάλο ποσοστό, με την ασύγχρονη να συγκεντρώνει το υψηλό ποσοστό του 46%. Η υποστήριξη ενός σχολίου εμφανίζεται και στις τρεις μορφές επικοινωνίας, με ποσοστό 21% στη δια ζώσης, 15% στην ασύγχρονη και 11% στη σύγχρονη. Οι περισσότερες διαλογικές κινήσεις που ήταν εκτός εργασίας εμφανίστηκαν στη σύγχρονη επικοινωνία με ποσοστό 33% που είναι πολύ υψηλό σε σχέση με τις άλλες δύο των οποίων τα ποσοστά κυμάνθηκαν κάτω του 10%. Σε όλες τις μορφές επικοινωνίας εκφράστηκαν διαλογικές κινήσεις που αφορούσαν στην οργάνωση των συμμετεχόντων με τη δια ζώσης να έχει ελάχιστα χαμηλότερο ποσοστό σε σχέση με τις άλλες δύο.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

#### 1. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΕΣ ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

Από την παρούσα εργασία προέκυψαν ενδιαφέροντα στοιχεία για τη μορφή, τη δομή και την ποιότητα ενός επιχειρηματολογικού διαλόγου στις τρεις μορφές επικοινωνίας, τη δια ζώσης, τη σύγχρονη και την ασύγχρονη διαμεσολαβούμενες από τεχνολογία.

Στη δια ζώσης επικοινωνία τα περισσότερα επιχειρήματα που εκφράστηκαν ήταν απλά και η πολυπλοκότητά τους ήταν χαμηλού επιπέδου (επίπεδα 1 & 2), καθώς τα επιχειρήματα περιελάμβαναν είτε μόνο τον ισχυρισμό είτε και κάποια απλή αιτιολόγηση (βλ. Εικόνα 12). Ελάχιστα είναι τα σωρευτικά επιχειρήματα και γενικά η πολυπλοκότητα της επιχειρηματολογίας χαρακτηρίζεται κυρίως παρατακτική και απλή, καθώς είτε θα περιελάμβανε απλά επιχειρήματα είτε δύο επιχειρήματα που θα συνδέονταν για να υποστηρίξουν μία θέση (βλ. Εικόνα 13).

36. Β.: Ε ναι, τη δεκαετία του 50..

37. Γ.: Να είναι εκπαιδευμένοι .

38. Ε.: Εντάξει αυτό ήταν παλιά...

39. Γ.: Δε σηκώνώσουν να πας στο εργοστάσιο της Γερμανίας ή στην Αυστραλία..

40. Ρ.: Δηλαδή όταν πάλι υπήρχε οικονομική κρίση στην Ελλάδα.

41. Φ.: Πάλι η οικονομική κρίση απλά τώρα οι “μετανάστες” είναι μορφωμένοι άνθρωποι που απλά πάνε για μία καλύτερη...

Εικόνα 12: Παράδειγμα επιχειρήματος χαμηλού επιπέδου πολυπλοκότητας (ομάδα 1)

83. Μαρίν: Άρα η προκατάληψη είναι ένας λόγος για να μετακινηθεί κάποιος από τη χώρα του και να φύγει σε κάποια άλλη χώρα.

84. Μαρ.: Επίσης κάτι που μου ήρθε στο μυαλό την ώρα που συζητούσατε για μερικά από τα σύγχρονα αίτια είναι ότι στο παρελθόν εκτός από πολεμικούς λόγους που μπορεί να έγιναν η αιτία για να υπάρξει μαζική μετακίνηση πληθυσμών, άλλη μια αιτία μπορεί να ήταν ο αποικισμός.

Εικόνα 13: Παράδειγμα απλής και παρατακτικής επιχειρηματολογίας (ομάδα 2)

Ως προς το διαλογικό χαρακτήρα της επιχειρηματολογίας υπήρχαν πολλά επιχειρήματα που δεν είχαν επιχειρηματολογική ισχύ. Αρκετά βέβαια ήταν και τα λειτουργικά επιχειρήματα που περιελάμβαναν τις λειτουργίες του θέματος αλλά όχι την εναλλακτική άποψη. Στη δια ζώσης επικοινωνία οι διαλογικές κινήσεις εξέφραζαν κυρίως κάποιο ισχυρισμό ή υποστήριζαν κάποιο σχόλιο, ενώ πολύ λίγες ήταν εκτός εργασίας. Λίγες ήταν και οι συνδιαλλαγές οργάνωσης των συμμετεχόντων (βλ. Εικόνες 14α&14β), καθώς αυτές μπορούσαν να εκφραστούν και μη λεκτικά.

19. I.: Δε θα μας πεις ποτέ Σπύρο, ε;

93. A. Πες μου Σπυρο...

Εικόνα 14α: Παραδείγματα οργάνωσης συμμετεχόντων (ομάδα 3)

213.P.: Ωραία, αυτό ήταν ένα κομμάτι το εξωτερικό. Αυτό όμως, εσύ που μετακινήθηκες ουσιαστικά εσωτερικά, μέσα στη χώρα, πώς είναι τώρα αυτή η αλλαγή που έκανες στη ζωή σου;

Εικόνα 14β: Παράδειγμα οργάνωσης συμμετεχόντων (ομάδα 1)

Στη σύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή η επιχειρηματολογία ως επί το πλείστον είναι χαμηλού επιπέδου χωρίς καμία ή με μία μόνο απλή αιτιολόγηση, με απλά επιχειρήματα (βλ. Εικόνα 15) ή συνδεδεμένα (βλ. Εικόνα 16), δηλαδή επιχειρήματα που έχουν μία ή δύο θέσεις για να υποστηρίξουν μια άποψη.

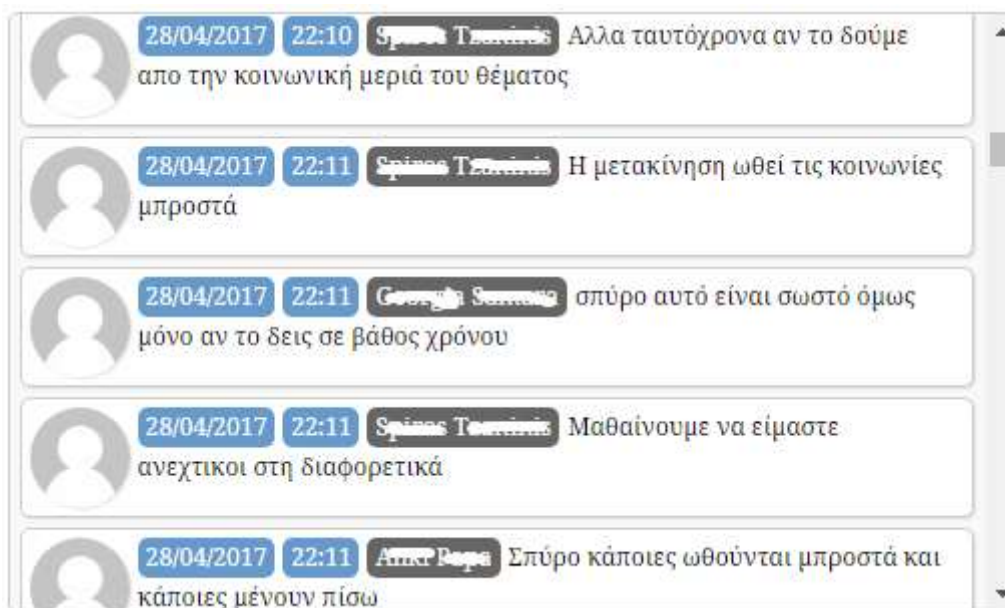


Εικόνα 15: Παράδειγμα απλού επιχειρήματος στη σύγχρονη επικοινωνία (ομάδα 1)



Εικόνα 16: Παράδειγμα συνδεδεμένου επιχειρήματος στη σύγχρονη επικοινωνία (ομάδα 1)

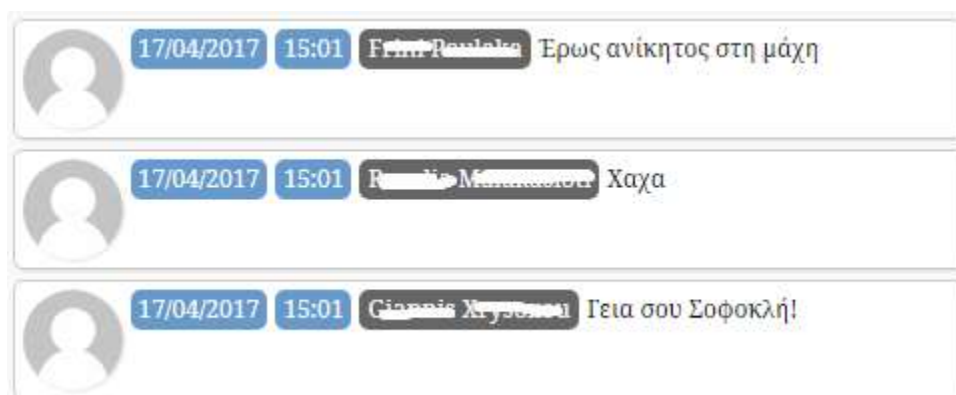
Η πολυπλοκότητα της επιχειρηματολογίας είναι κυρίως απλή και υποτακτική (βλ. Εικόνα 17), δηλαδή το ένα επιχείρημα αποτελεί βάση για το άλλο και έτσι οικοδομείται όλη η συλλογιστική πορεία του επιχειρήματος.



Εικόνα 17: Παράδειγμα υποτακτικής επιχειρηματολογίας (ομάδα 3)

Σχετικά με το διαλογικό χαρακτήρα της επιχειρηματολογίας, στη σύγχρονη επικοινωνία που διαμεσολαβείται από τεχνολογία τα περισσότερα επιχειρήματα είναι λειτουργικά αλλά ελάχιστα από αυτά περιλαμβάνουν και την εναλλακτική άποψη πέρα από τις λειτουργίες του υπό συζήτηση θέματος. Οι διαλογικές κινήσεις στη σύγχρονη επικοινωνία χαρακτηρίζονται από το μεγάλο ποσοστό συνδιαλλαγών εκτός

εργασίας (βλ. Εικόνα 18), οι οποίες ήταν περισσότερες και από αυτές που εξέφρασαν κάποιον ισχυρισμό. Τέλος, αρκετές ήταν και οι διαλογικές κινήσεις που στόχευαν να οργανώσουν του συμμετέχοντες.



Εικόνα 18: Παράδειγμα διαλογικής κίνησης εκτός εργασίας (ομάδα 1)

Στην ασύγχρονη επικοινωνία τα περισσότερα επιχειρήματα που εκφράστηκαν ήταν σωρευτικά (βλ. Εικόνα 19), δηλαδή δημιουργούσαν μία αλυσίδα επιχειρημάτων στην οποία τα νέα επιχειρήματα επιβεβαίωναν και ενδυνάμωναν τα παλαιότερα, γι' αυτό και η πολυπλοκότητα των επιχειρημάτων ήταν σε υψηλό επίπεδο (επίπεδα 4 & 5), ενώ γενικά η μορφή της επιχειρηματολογίας ήταν πολλαπλή και υποτακτική, δηλαδή πολλά επιχειρήματα τόσο ανεξάρτητα όσο και εξαρτημένα μεταξύ τους (βλ. Εικόνα 20).

B.: “Το ζήτημα είναι πράγματι εξαιρετικά σημαντικό και εκτός από την αρνητική επίπτωση στον ήδη υποτονικό ρυθμό γεννητικότητας και στα ήδη προβληματικά ασφαλιστικά ταμεία, πρόκειται να εμφανίσει τις εξαιρετικά δυσμενείς συνέπειές του όχι άμεσα αλλά στις επόμενες δεκαετίες, όταν η Ελλάδα δεν θα έχει ικανό, ανταγωνιστικό εργατικό δυναμικό.”

Εικόνα 19: Παράδειγμα σωρευτικού επιχειρήματος στην ασύγχρονη επικοινωνία

(ομάδα 1)

B.:“Οι μεταναστευτικές ροές από τις περιοχές της υπαίθρου έχουν μειωθεί και όλο και περισσότερος πληθυσμός αποφασίζει να επιστρέψει σε ημιαστικές περιοχές και στην ύπαιθρο. Βασικός λόγος νομίζω γι’ αυτή τους την απόφαση είναι η αναζήτηση καλύτερης ποιότητας ζωής, η οποία δεν συνδέεται αυτή τη φορά με οικονομικές απολαβές κατ’ ανάγκη αλλά έχει περισσότερο περιβαλλοντικό κίνητρο και σχετίζεται άμεσα με τα βασικά χαρακτηριστικά της υπαίθρου (εγγύτερες κοινωνικές σχέσεις, χαμηλά επίπεδα υπερπληθυσμού κλπ). Η αίσθησή μου είναι ότι αυτό το βήμα το κάνουν περισσότερο νέοι άνθρωποι, τους οποίους κατά γενική ομολογία τους έχει κουράσει πολύ η ζωή και ο έντονος ρυθμός των μεγάλων αστικών μητροπολιτικών κέντρων (Αθήνα, Θεσσαλονίκη εν προκειμένω).”

Εικόνα 20: Παράδειγμα υποτακτικής επιχειρηματολογίας και επιχειρηματολογίας υψηλού επιπέδου ασύγχρονης επικοινωνίας (ομάδα 1)

Σχετικά με το διαλογικό χαρακτήρα στην ασύγχρονη επικοινωνία τα περισσότερα επιχειρήματα ήταν λειτουργικά αλλά ήταν αρκετά και αυτά που περιελάμβαναν και την εναλλακτική άποψη του εκπεφρασμένου ισχυρισμού. Ως προς το είδος των διαλογικών κινήσεων οι περισσότερες διαλογικές κινήσεις εξέφραζαν κάποιον ισχυρισμό (βλ. Εικόνα 21) και υποστήριζαν κάποιο σχόλιο, ενώ λίγες ήταν αυτές που σχετίζονται με την επικοινωνία των συμμετεχόντων όπως την οργάνωσή τους ή/και συνδιαλλαγές εκτός θέματος.



Vasilis Gianninis

20/04/2017 at 20:22 [Edit](#)

Πλην βέβαια της κινητικότητας (μετανάστευσης) προς εύρεση εργασίας ιδίως σε χώρες της Ευρώπης, κινητικότητα πληθυσμών παρατηρείται πολύ έντονα και στην Ελλάδα, ως χώρα υποδοχής προσφύγων, οι οποίοι αιτούνται άσυλο. Είναι κι αυτό ένα πολύ σοβαρό ζήτημα που έχει δημιουργήσει ήδη κοινωνικές και οικονομικές συνέπειες στη χώρας μας, δεν νομίζετε?

REPLY



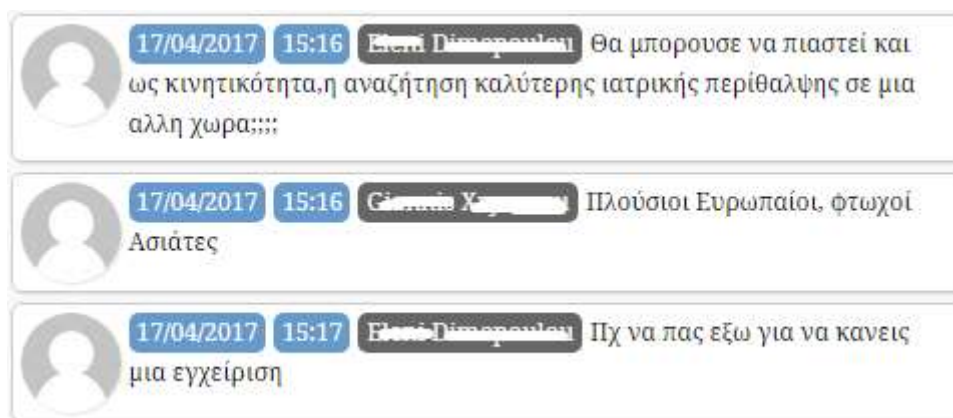
Giannina Xeropoulos

21/04/2017 at 23:36 [Edit](#)

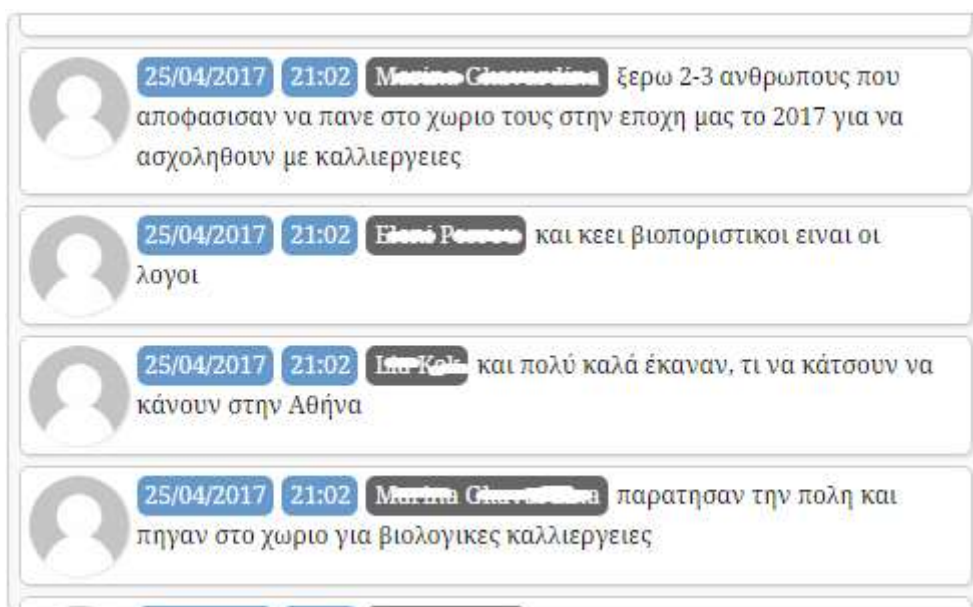
Η μετακίνηση πληθυσμών αποτελεί ένα αρχαιότατο φαινόμενο. Χάρη σε αυτήν εξαπλώθηκε ο *homo sapiens sapiens* από την Αφρική σε όλες τις ηπείρους. Κίνητρο η εύρεση περισσότερης και ποιοτικότερης

Εικόνα 21: Παράδειγμα διαδοχικών ισχυρισμών στην ασύγχρονη επικοινωνία (ομάδα 1)

Παρατηρείται, λοιπόν, ότι στη διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή σύγχρονη επικοινωνία και στη δια ζώσης επικοινωνία η επιχειρηματολογία είναι χαμηλού επιπέδου και τα επιχειρήματα ως επί το πλείστον είναι απλά με μία απλή αιτιολόγηση. Η ανατροφοδότηση καθώς και η αμεσότητα στην αντίδραση δεν δίνει επαρκή περιθώρια για ενδεδεγμένη ανάπτυξη ενός συλλογισμού, ενώ εμφανείς ήταν και οι περιπτώσεις που κάποιος ομιλητής διακοπτόταν (βλ. Εικόνες 22&23) ή και συμπληρωνόταν από κάποιον άλλον κάνοντας εμφανή την παρουσία του. Φαίνεται λοιπόν, πως αυτές οι μορφές επικοινωνίας είναι κατάλληλες για εργασίες που απαιτούν πολυφωνία και πολυγωνμία, όπως πχ. η γρήγορη επίλυση προβλημάτων, η ιδεοθύελλα κτλ.



Εικόνα 22: Παραδείγματα διακοπής από συνομιλητή στη σύγχρονη επικοινωνία (ομάδα 1)



Εικόνα 23: Παραδείγματα διακοπής από συνομιλητή στη σύγχρονη επικοινωνία (ομάδα 2)

Η ασύγχρονη επικοινωνία, από την άλλη, παρουσίασε επιχειρήματα πιο σύνθετα ως προς τη δομή και επιχειρηματολογία υψηλότερου επιπέδου καθώς τα άτομα είχαν χρόνο να επεξεργαστούν τα επιχειρήματα που εκφράστηκαν από τα άλλα μέλη της συζήτησης καταδεικνύοντας πως αυτή η μορφή επικοινωνίας είναι κατάλληλη και ενθαρρύνει την ανταλλαγή πληροφοριών, έναν πιο στοχαστικό διάλογο, την ανάπτυξη της κριτικής σκέψης και να υποστηρίζει την εκ βάθρων γνώση, καθώς υπάρχει χρόνος να σκεφτεί κανείς και να δομήσει μία πιο



ολοκληρωμένη απάντηση, σε αντίθεση με την δια ζώσης επικοινωνία ή με αυτή μέσω υπολογιστή.

Ως προς το διαλογικό χαρακτήρα της επιχειρηματολογίας σε όλες τις μορφές επικοινωνίας τα επιχειρήματα που εκφράστηκαν ήταν λειτουργικά, δηλαδή περιελάμβαναν τις λειτουργίες του θέματος, ενώ κυρίως στην ασύγχρονη αρκετά από αυτά ήταν συγκριτικά, ανέφεραν, δηλαδή, και την εναλλακτική άποψη. Αυτή η μορφή επιχειρημάτων είναι αρκετά υψηλού επιπέδου και απαιτεί ιδιαίτερη κριτική σκέψη και αναστοχασμό, στοιχεία που στις άλλες δύο μορφές επικοινωνίας δε διευκολύνονται λόγω της άμεσης ανατροφοδότησης και του γρήγορου ρυθμού ανταπόκρισης. Αναφορικά με τις διαλογικές κινήσεις στη δια ζώσης επικοινωνία και στην ασύγχρονη οι περισσότερες διαλογικές κινήσεις εξέφραζαν κάποιον ισχυρισμό ή υποστήριζαν κάποιο σχόλιο, γεγονός που δικαιολογείται από το χαρακτήρα της ασύγχρονης επικοινωνίας που συχνά δίνει την αίσθηση της απουσίας του συνομιλητή. Αξίζει να σημειωθεί όμως ότι σε μία περίπτωση που οι συνομιλητές ήταν ταυτόχρονα συνδεδεμένοι στον ιστότοπο αναπτύχθηκε διάλογος μεταξύ τους και όχι απλή καταγραφή ισχυρισμών (βλ. Εικόνα 24).



S... T...  
28/04/2017 at 22:33 # Edit

Αρα μιλάμε για ατομικό επίπεδο!!! Δεν είναι η μετακίνηση ένα κοινωνικό θέμα? μήπως θα έπρεπε να μιλάμε σε ένα μεγαλύτερο επίπεδο πληθυσμού?

REPLY



C... S... a...  
28/04/2017 at 22:49 # Edit

Φυσικά και είναι ένα κοινωνικό θέμα, για να το καταλάβεις δεξ την μεγάλη εικόνα. Μπορεί ο καθένας να αποφασίζει ατομικά να μετακινηθεί για την επαγγελματική του αποκατάσταση αλλά επειδή είναι κάτι το οποίο γίνεται κατά κόρον τα τελευταία χρόνια μπορούμε να το δούμε και συνολικά σαν μετακίνηση πληθυσμού.

REPLY



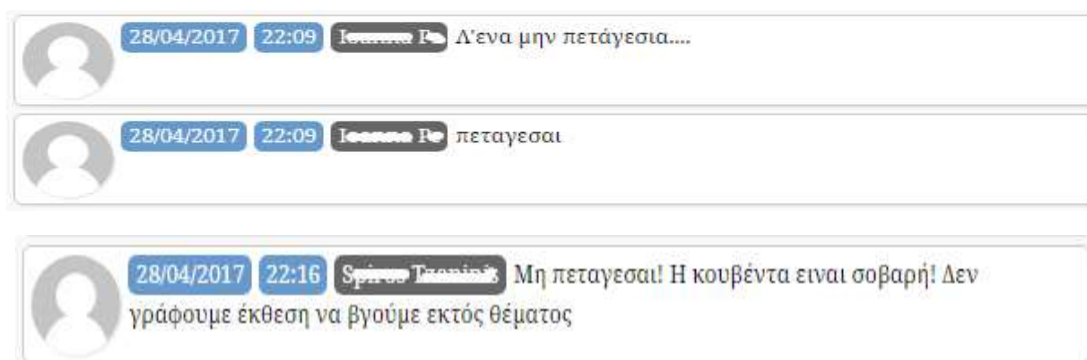
T... P...  
29/04/2017 at 13:56 # Edit

Συμφωνώ Γεωργία... σκεφτείτε ότι τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί πολύ το ποσοστό των ανθρώπων που φεύγουν από την Ελλάδα για να αναζητήσουν εργασία σε άλλες χώρες. Μπορεί, δηλαδή να μην φεύγουν ταυτόχρονα και οργανωμένα ολοι, αλλά σταδιακά καταληγει να είναι μαζική μετακίνηση... Δενα? Σπυρο? Τι λέτε?

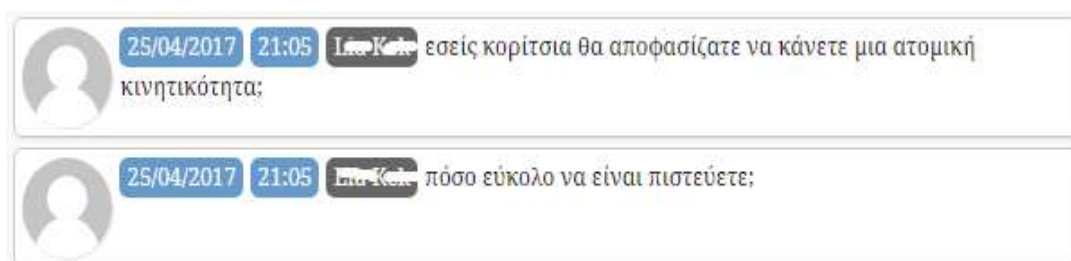
REPLY

Εικόνα 24: Παράδειγμα ασύγχρονης επικοινωνίας με ταυτόχρονη παρουσία συνομηθών (ομάδα 3)

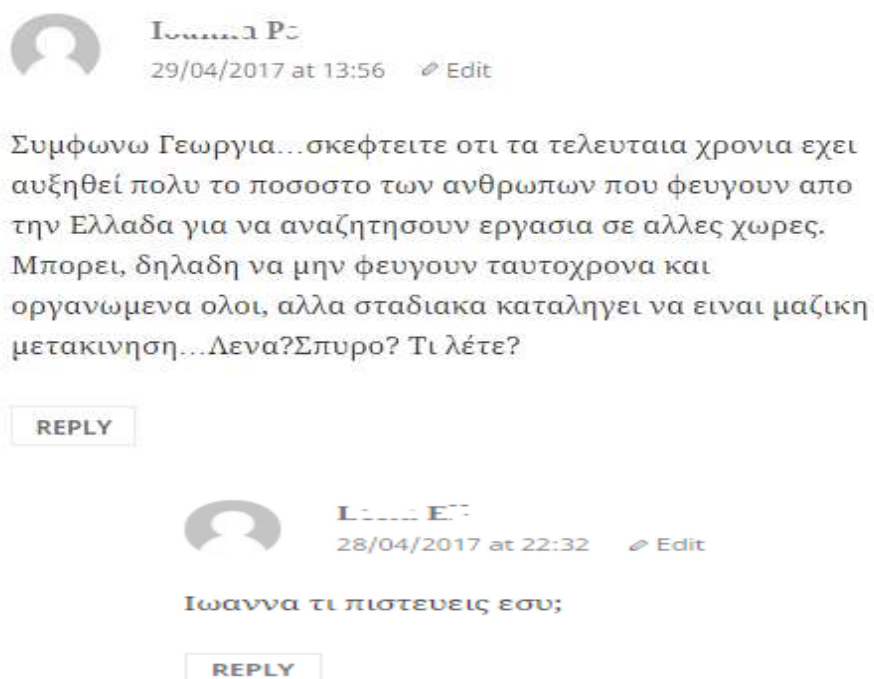
Στη διαμεσολαβούμενη από τεχνολογία σύγχρονη επικοινωνία, όμως, οι περισσότερες διαλογικές κινήσεις ήταν εκτός εργασίας, δείχνοντας ότι η οπτική απουσία μπορεί να αποσυντονίσει τη συζήτηση και είναι πιο εύκολο για τους συμμετέχοντες να αποκλίνουν αυτής. Τέλος, στην ασύγχρονη και στη σύγχρονη εξ αποστάσεως επικοινωνία αρκετές ήταν και οι διαλογικές κινήσεις που στόχευαν να οργανώσουν τους συμμετέχοντες (βλ. Εικόνες 25, 26 & 27), οι οποίες είναι λιγότερες στη δια ζώσης στην οποία κυριαρχούν ο επιτονισμός και οι παραγωγιστικές ενδείξεις όπως εκφράσεις προσώπου, χειρονομίες, παύσεις κτλ.



Εικόνα 25: Παραδείγματα οργάνωσης συμμετεχόντων στη σύγχρονη επικοινωνία (ομάδα 3)



Εικόνα 26: Παραδείγματα οργάνωσης συμμετεχόντων στη σύγχρονη επικοινωνία (ομάδα 2)



Εικόνα 27: Παραδείγματα οργάνωσης συμμετεχόντων στην ασύγχρονη επικοινωνία (ομάδα 3)

## 2. ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΗΣ ΈΡΕΥΝΑΣ

Η παρούσα έρευνα παρουσίασε τη μορφή και τη δομή του επιχειρηματολογικού διαλόγου σε τρεις μορφές επικοινωνίας και μπορεί να θεωρηθεί μία πρώιμη και προκαταρκτική έρευνα, καθώς είχε μικρό αριθμό δείγματος, η επιλογή του οποίου στηρίχθηκε στην καταλληλότητά του και στην επάρκειά του, δηλαδή να πληροί το ηλικιακό εύρος. Ο χαρακτήρας του εθελοντικού δείγματος επηρεάζει την γενίκευση των αποτελεσμάτων της έρευνας, αν και τα αποτελέσματα θα μπορούσαν να είναι αντιπροσωπευτικά κυρίως για το γενικότερο πληθυσμό που έχει τα χαρακτηριστικά του επιλεγμένου δείγματος. Ο σχετικά μικρός αριθμός του δείγματος περιορίζει, επίσης, την ακρίβεια των αποτελεσμάτων της έρευνας, όμως στις ποιοτικές έρευνες ο μικρός αριθμός συμμετεχόντων είναι γενικά αποδεκτός, καθώς επιχειρείται μία σε βάθος έρευνα. Τέλος, το γεγονός ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα γνωρίζονταν μεταξύ τους και είχαν αρκετή οικειότητα, μπορεί να επηρεάσει την αντικειμενικότητα των αποτελεσμάτων αν και η οικειότητα αποτελεί χαρακτηριστικό στοιχείο στους συμμετέχοντες μιας εκπαιδευτικής μονάδας, οπότε είναι ένα στοιχείο που υπάρχει σε κάθε ομάδα μάθησης.

Η παρούσα έρευνα, λοιπόν, αποτελεί ουσιαστικά μία προκαταρκτική έρευνα μικρότερης κλίμακας, καθώς ενδιαφέρεται να προσδιορίσει εάν υπάρχουν διαφορές στα επιχειρήματα και στον επιχειρηματολογικό διάλογο στις τρεις μορφές επικοινωνίας- δια ζώσης, διαμεσολαβούμενες από υπολογιστή σύγχρονη και ασύγχρονη- και όχι στο να προσδιορίσει το λόγο αυτών των διαφορών. Πολλές, εξάλλου, έρευνες έχουν εστιάσει στη διαφορά των χαρακτηριστικών της σύγχρονης και της ασύγχρονης επικοινωνίας διαμεσολαβούμενων από τεχνολογία, αλλά ελάχιστες εστιάζουν στη αντιπαραβολή και των τριών μορφών επικοινωνίας ως προς τον επιχειρηματολογικό διάλογο.

### 3. ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΤΗΣ ΈΡΕΥΝΑΣ

Το ενδιαφέρον για τον τρόπο που επιχειρηματολογούμε και τον ρόλο της εκπαίδευσης στην ανάπτυξη των επιχειρηματολογικών δεξιοτήτων έχει μακρά ιστορία. Η έρευνα σχετικά με την επιχειρηματολογία είναι ένα πεδίο πρόσφορο για αρκετές έρευνες τόσο στις θεωρητικές επιστήμες όσο και στις θετικές και μπορεί να σχετίζεται σε όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης και να αφορά σε όλες τις ηλικίες, καθώς μπορεί να εκφραστεί σε διαφορετικά μέσα περιλαμβάνοντας όλα τα είδη έκφρασης (ομιλία, κείμενο, τηλεόραση, διαδίκτυο, τηλέφωνο) και όλους τους τύπους σημειωτικής αναπαράστασης (γλωσσική, συμβολική, διαγραμματική, εικονική κτλ.) (Andriessen et. al, 2003). Πρόκειται για μία δραστηριότητα αρκετά πολυσύνθετα, καθώς είναι ταυτόχρονα και γνωστική και κοινωνική. Οι μέχρι στιγμής έρευνες έχουν εστιάσει στην αξιολόγηση των επιχειρηματολογικών δεξιοτήτων σε κείμενα επιχειρηματολογίας ειδικά διαμορφωμένα για μία έρευνα. Έρευνες έχουν δείξει ότι η μονομερής επιχειρηματολογία έχει αποτέλεσμα στη γνωστική ανάπτυξη ενός ατόμου, όμως η διαλεκτική επιχειρηματολογία έχει μεγαλύτερα και σημαντικότερα αποτελέσματα καθώς προωθεί τη μεταγνωστική δραστηριότητα και οδηγεί σε καλύτερη οργάνωση της γνώσης (Larrain et al., 2014).

Η επιχειρηματολογία, που μπορεί να παραχθεί εξαρτάται από το σκοπό, το θέμα, τα συνδιαλεγόμενα άτομα, το σκηνικό και το μέσο, παράγοντες που διευρύνουν σημαντικά τα υπό μελέτη πεδία. Ο επιχειρηματολογικός διάλογος στα πλαίσια της εκπαίδευσης προωθεί την αφαιρετική και κριτική σκέψη και προάγει την εκ βάθρων γνώση. Η αλματώδης ανάπτυξη της τεχνολογίας δημιουργεί νέα μέσα και νέες δυνατότητες στα εργαλεία που μπορούν διαμεσολαβήσουν και να υποστηρίξουν επιχειρηματολογικές πρακτικές. Κρίνεται απαραίτητη, λοιπόν, η περαιτέρω μελέτη της επιχειρηματολογίας και του επιχειρηματολογικού διαλόγου έτσι όπως αυτός εκφράζεται μέσα από τα μέσα επικοινωνίας και τα χαρακτηριστικά τους.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

Akpinar, Y., Ardaç, D., & Er-Amuce, N. (2014). Development and validation of an argumentation based multimedia science learning environment: Preliminary findings. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 116, 3848-3853. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.01.853

Αναστασιάδης (2014). Η έρευνα για την ΕξΑΕ με τη χρήση των ΤΠΕ (e-learning) στο Ελληνικό Τυπικό Εκπαιδευτικό Σύστημα. Ανασκόπηση και προοπτικές για την Πρωτοβάθμια, Δευτεροβάθμια και Τριτοβάθμια Εκπαίδευση. *Ανοικτή Εκπαίδευση: το περιοδικό για την Ανοικτή και εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση και την Εκπαιδευτική Τεχνολογία*, 10, 5-32. Ανακτήθηκε 15 Φεβρουαρίου, 2017 από: <https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/openjournal/article/viewFile/9809/9933.pdf>

Andriessen, J. (2003). Arguing to learn. In K. Sawyer (Ed.), *Handbook of the Learning Sciences* (pp.443-459). Cambridge: Cambridge University press.

Andriessen, J., Baker, M., & Suthers, D. (2003). Argumentation, computer support, and the educational context of confronting cognitions. In J. Andriessen, M. Baker, & D. Suthers (Eds.), *Arguing to learn: Confronting cognitions in computer-supported collaborative learning environments* (pp. 1–25). Dordrecht: Kluwer. doi: 10.1007/978-94-017-0781-7\_1

Andriessen, J. (2009). Argumentation in higher education: examples of actual practices with argumentation tools. In N. Muller & A. N. Perret-Clermont, (Eds.) *Argumentation and education: theoretical foundations and practices* (pp. 195-214). New York: Springer US. doi:10.1007/978-0-387-98125-3\_8

Andriessen, J. E., & Schwarz, B. B. (2009). Argumentative design. In N. Muller & A. N. Perret-Clermont, (Eds.) *Argumentation and education: theoretical foundations and practices* (pp. 145-174). New York: Springer US. doi: 10.1007/978-0-387-98125-3\_6

- Baker, M. (2009). Argumentative interactions and the social construction of knowledge. In N. Muller & A. N. Perret-Clermont, (Eds.) *Argumentation and education: theoretical foundations and practices* (pp. 127-144). New York: Springer US. doi: 10.1007/978-0-387-98125-3\_5
- Basel, N., Harms, U., & Precht, H. (2013). Analysis of students' arguments on evolutionary theory. *Journal of Biological Education*, 47(4), 192-199. doi: 10.1080/00219266.2013.799078
- Clark, D. B., & Sampson, V. (2008). Assessing dialogic argumentation in online environments to relate structure, grounds, and conceptual quality. *Journal of Research in Science Teaching*, 45, 293–321. doi:10.1002/tea.20216
- Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (2008). *Μεθοδολογία Εκπαιδευτικής Έρευνας*. Εκδόσεις: Μεταίχμιο
- Dowell, J., & Asgari-Targhi, M. (2008). Learning by arguing about evidence and explanations. *Argumentation*, 22 (2), 217-233. doi:10.1007/s10503-007-9060-0
- Demircioğlu, T., & Uçar, S. (2012). The effect of argument-driven inquiry on pre-service science teachers' attitudes and argumentation skills. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 46, 5035-5039. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.06.382
- Erduran, S., Simon, S. and Osborne, J. (2004), TAPping into argumentation: Developments in the application of Toulmin's Argument Pattern for studying science discourse. *Science Education*, 88, 915–933. doi:10.1002/sce.20012
- Felton, M., Kuhn, D. (2001).The development of argumentive discourse skill. *Discourse Processes*, 32 (2&3), 135-153. Ανακτήθηκε 7 Ιουλίου, 2016 από [https://www.tc.columbia.edu/faculty/dk100/faculty-profile/files/001\\_Thedevelopmentofaugumentivediscourseskills.pdf](https://www.tc.columbia.edu/faculty/dk100/faculty-profile/files/001_Thedevelopmentofaugumentivediscourseskills.pdf)
- Jiménez-Aleixandre, M. P., Bugallo Rodríguez, A. and Duschl, R. A. (2000), “Doing the lesson” or “doing science”: Argument in high school genetics. *Science*

*Education*, 84, 757–792. doi:10.1002/1098-237X(200011)84:6<757::AID-SCE5>3.0.CO;2-F

Joiner, R. & Jones, S. (2003). The Effects of Communication Medium on Argumentation and the Development of Critical Thinking. *International Journal of Educational Research*, 39 (8), 861-871. Retrieved February 4, 2016 from <http://sci-hub.cc/10.1016/j.ijer.2004.11.008>

Kuhn, D. (2005). *Education for thinking*. USA: Harvard University Press. Retrieved July 5, 2016 from <http://bookzz.org/book/1064191/b81a5f>

Larrain, A., Freire, P., & Howe, C. (2014). Science Teaching and Argumentation: One-sided versus dialectical argumentation in Chilean middle-school science lessons. *International Journal of Science Education*, 36(6), 1017-1036. doi.org/10.1080/09500693.2013.832005

Μαγγόπουλος Γ., (2014). Η μελέτη περίπτωσης ως ερευνητική στρατηγική στην αξιολόγηση προγραμμάτων: θεωρητικοί προβληματισμοί. *Το βήμα των κοινωνικών επιστημών*, ΙΣΤ (64), 73-93 . Ανακτήθηκε 15 Φεβρουαρίου, 2016, από <http://ojs.lib.uth.gr/index.php/tovima/article/view/96/85>

Pérez-Echeverría, M<sup>a</sup> P., Postigo, Y. & Garcia-Mila M. (2016). Argumentation and education: notes for a debate / Argumentación y educación: apuntes para un debate, *Infancia y Aprendizaje*, 39:1, 1-24, doi: 10.1080/02103702.2015.1111607

Mercer\*, N., Dawes, L., Wegerif, R., & Sams, C. (2004). Reasoning as a scientist: ways of helping children to use language to learn science. *British educational research journal*, 30(3), 359-377.

Muller Mirza, N., & Perret-Clermont, A. N. (Eds.). (2009). *Argumentation and education: theoretical foundations and practices*. New York: Springer. Doi: 10.1007/978-0-387-98125-3



- Muller Mirza, N., Perret-Clermont, A. N., Tartas, V., & Iannaccone, A. (2009). Psychosocial processes in argumentation. In N. Muller Mirza & A.-N. Perret-Clermont (Eds.), *Argumentation and Education* (pp. 67-90). New York, NY: Springer. Doi: 10.1007/978-0-387-98125-3\_3
- Munneke, L., Andriessen, J., Kirschner, P., & Kanselaar, G. (2007). Effects of synchronous and asynchronous CMC on interactive argumentation. In C.A. Chinn, G. Erkens & S. Puntambekar (Eds) *Proceedings of the 8th International Conference on Computer Supported Collaborative Learning*, 532-541. International Society of the Learning Sciences. Retrieved January 10, 2017 from [https://www.researchgate.net/profile/G\\_Kanselaar/publication/221033916\\_Effects\\_of\\_synchronous\\_and\\_asynchronous\\_CMC\\_on\\_interactive\\_argumentation/links/5648efa108ae9f9c13ebbbf9.pdf](https://www.researchgate.net/profile/G_Kanselaar/publication/221033916_Effects_of_synchronous_and_asynchronous_CMC_on_interactive_argumentation/links/5648efa108ae9f9c13ebbbf9.pdf)
- Noroozi, O., Weinberger, A., Biemans, H. J., Mulder, M., & Chizari, M. (2013). Facilitating argumentative knowledge construction through a transactive discussion script in CSCL. *Computers & Education*, 61, 59-76. Retrieved July 21, 2016 from <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.08.013>
- Nussbaum, E. M., & Sinatra, G. M. (2003). Argument and conceptual engagement. *Contemporary Educational Psychology*, 28 (3), 384-395. doi: 10.1016/S0361-476X(02)00038-3
- Okumus, S., & Unal, S. (2012). The Effects of Argumentation Model on Students' Achievement and Argumentation Skills in Science. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 46, 457-461. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.05.141
- Rapanta, C., Garcia-Mila, M., & Gilabert, S. (2013). What is meant by argumentative competence? An integrative review of methods of analysis and assessment in education. *Review of Educational Research*, 83, (4), pp. 483 – 520. doi: 0034654313487606.

- Rigotti, E., & Morasso, S. G. (2009). Argumentation as an object of interest and as a social and cultural resource. In N. Muller & A. N. Perret-Clermont, (Eds.) *Argumentation and education: theoretical foundations and practices* (pp. 9-66). New York: Springer US. doi: 10.1007/978-0-387-98125-3\_2
- Schwarz, B. B. (2009). Argumentation and learning. In N. Muller & A. N. Perret-Clermont, (Eds.) *Argumentation and education: theoretical foundations and practices* (pp. 91-126). New York: Springer US. doi: 10.1007/978-0-387-98125-3\_4
- Schwarz, B. B., Neuman, Y., Gil, J., & Ilya, M. (2003). Construction of collective and individual knowledge in argumentative activity. *The Journal of the Learning Sciences*, 12(2), 219-256. Retrieved July 5, 2016 from [https://www.researchgate.net/profile/Baruch\\_Schwarz/publication/220040532\\_Construction\\_of\\_collective\\_and\\_individual\\_knowledge\\_in\\_argumentative\\_activity/links/57ab7e2608ae0932c971412e/Construction-of-collective-and-individual-knowledge-in-argumentative-activity.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Baruch_Schwarz/publication/220040532_Construction_of_collective_and_individual_knowledge_in_argumentative_activity/links/57ab7e2608ae0932c971412e/Construction-of-collective-and-individual-knowledge-in-argumentative-activity.pdf)
- Simon, S. (2008). Using Toulmin's argument pattern in the evaluation of argumentation in school science. *International Journal of Research & Method in Education*, 31(3), 277-289. doi: 10.1080/17437270802417176
- Simon, S., Erduran, S., & Osborne, J. (2006). Learning to teach argumentation: Research and development in the science classroom. *International Journal of Science Education*, 28(2-3), 235-260. doi:10.1080/09500690500336957
- Toulmin, E. (1958). *The Uses of Argument. Updated Edition.* (eBook version). Retrieved June 15, 2016 from [http://johnnywalters.weebly.com/uploads/1/3/3/5/13358288/toulmin-the-uses-of-argument\\_1.pdf](http://johnnywalters.weebly.com/uploads/1/3/3/5/13358288/toulmin-the-uses-of-argument_1.pdf)
- Tuysuz, C., Demirel, O. E., & Yildirim, B. (2013). Investigating the effects of argumentation, problem and laboratory based instruction approaches on pre-service teachers' achievement concerning the concept of "acid and base". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 93, 1376-1381. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.10.047

Van Eemeren, F. H., Garssen, B. (2014). Problems of Argumentation: An Introduction, In Van Eemeren, F. H., Garssen, B., Krabbe, E. C., Henkemans, A. S., Verheij, B., & Wagemans, J. H. (eds). *Handbook of argumentation theory*. Springer. pp. xi- xxi

Van Eemeren, F. H., Grootendorst, R., & Snoeck Henkemans, F. (2002). *Argumentation: Analysis. Evaluation, Presentation*. Retrieved July 5, 2016 from <http://bookzz.org/book/815493/b50d1d>

Walton, D. ( 2016). *Argument Evaluation and Evidence (eBook version)*. Switzerland: Springer, Doi: 10,1007/978-3-319-19626-8

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### Ομάδα 1

#### α. Δια ζώσης επικοινωνία

1. Γ.: Γειά σας. Να ξεκινήσω εγώ ως ο πιο παλιός;

B: Ναι

2. Γ. : Ως ο πιο έμπειρος; Λοιπόν..μετακίνηση πληθυσμών. Μπορούμε να πούμε και ατομικά ή μεγαλύτερων ομάδων. Να πω εγώ μία ιδέα;

3. P. : Ναι. Ναι

4. Γ.: Και μετά συζητάμε γιατί είναι μεγάλο το εύρος. Μια και είμαι γιατρός να πω για τα παιδιά που φεύγουνε από την Ελλάδα και πάνε κυρίως Γερμανία, Αγγλία και όπου αλλού βρουν. Ήδη έχοντας τελειώσει τη σχολή στην Ελλάδα και πηγαίνοντας κάπου αλλού. Το λεγόμενο brain drain. Το ότι φεύγουν τα μυαλά από την Ελλάδα αφού έχουν σπουδάσει φτηνά και πάνε ήδη εξειδικευμένα έξω, οπότε τους είναι τζάμπα πράγμα, ειδικά στη Γερμανία.

5. E.: Καλά το φτηνότερο πώς το κρίνεις;

6. Γ.: Στη Γερμανία για να σπουδάσεις...

7. E.: Στην Ελλάδα πώς το θεωρείς το φτηνά;

8. Φ: Δεν έχουμε....

9. Γ.: Για την ευρωπαϊκή...

10. E.: Για τον ίδιο εννοείς ή για την οικογένεια που πληρώνει;

11. Φ.: Δεν έχουμε δίδακτρα στα Πανεπιστήμια.

12. B.: Επειδή δεν....Ναι...Υποτίθεται ότι είναι δωρεάν η παιδεία....

13. Φ. : Είναι δωρεάν τα συγγράματα...

14. B. : Εντάξει σε φιλολογικό επίπεδο..

15. Φ.: Σε φιλολογικό επίπεδο. Ναι αυτό.

16. Γ.: Το κράτος τί πληρώνει για το φοιτητή.

17. E.: Ναι ναι.

18. Γ.: Αυτό αν το βάλεις ...

19. P.: Αυτό ναι...

20. Γ. : Έχουμε από τις πιο φτηνές σπουδές.
21. Ε.: Έτσι ναι.
22. Γ. : Λοιπόν...αλλά να πω τα αίτια. Γιατί να σηκωθεί ο άλλος να αποχωριστεί οικογένεια, φίλους, σχέση, περιβάλλον..που έχουμε, έτσι, ένα από τα καλύτερα περιβάλλοντα σε όλον τον κόσμο και να πάει να φάει το σκοτάδι της Σκανδιναβίας, το κρύο της Γερμανίας ή την υγρασία της Αγγλίας. Ας πούμε...
23. Ρ.: Ναι..
24. Γ.: Γιατί πάνω απ' όλα είναι οικονομικό. Όταν λες, εγώ άντε να κάνω την ειδικότητα στην Ελλάδα, να φάω τις απαισίες συνθήκες του νοσοκομείου, να πληρώνομαι ουσιαστικά τζάμπα, να τα βάζω απ την τσέπη μου για να κάνω την ειδικότητα, γιατί να μην πάω κάπου έξω έχοντας από πίσω και την σκέψη ότι μπορεί να μείνω και εκεί πέρα..Γιατί στην Ελλαδίτσα πίσω μέλλον, όποιον και να ρωτήσεις νέο, δε βλέπει. Λοιπόν, οπότε κυρίως τα αίτια είναι οικονομικά.
25. Φ.: Καθαρά.
26. Γ.: Λοιπόν...Από κει και πέρα ποιός άλλος θέλει να ...
27. Φ.: Να συμπληρώσουμε πάνω στο ίδιο θέμα ή...ε...ναι. Συμφωνώ με το Γιάννη σε όλα αυτά που είπε για το συγκεκριμένο τομέα...ε... που δεν αφορά μόνο στην Ιατρική αλλά και σε όλους τους κλάδους, είτε είναι παιδιά με Πολυτεχνείο, Νομική...όλες.όλες οι σχολές, γιατί όλοι οι κλάδοι περνάνε κρίση και ο βασικός λόγος που φεύγουνε οι νέοι είναι καθαρά ο οικονομικός, γιατί κάτι άλλο δεν είναι ότι λείπει από αυτή τη χώρα ή ότι..δηλαδή παλιότερα δεν υπήρχε αυτό.
28. Γ. : Και παλιότερα υπήρχε.
29. Β. Ντάξει όχι σε τόσο μεγάλο...
30. Φ. : Υπήρχε αλλά όχι σε τόσο μεγάλο βαθμό..Όσο υπάρχει από το 2010 και έπειτα.
31. Ε. : Έχει αυξηθεί σίγουρα
32. Γ.: Υπήρχε και παλιά...
33. Φ.: Σίγουρα...
34. Γ.: Απλά παλιά ζητούσαν ανειδίκευτους εργάτες στη Γερμανία... ενώ τώρα προτιμούν
35. Φ.: Ναι εμείς τώρα λέμε για...

36. Β.: Ε ναι, τη δεκαετία του 50..
37. Γ.: Να είναι εκπαιδευμένοι .
38. Ε.: Εντάξει αυτό ήταν παλιά...
39. Γ.: Δε σηκώνωσούν να πας στο εργοστάσιο της Γερμανίας ή στην Αυστραλία..
40. Ρ.: Δηλαδή όταν πάλι υπήρχε οικονομική κρίση στην Ελλάδα.
41. Φ.: Πάλι η οικονομική κρίση απλά τώρα οι “μετανάστες” είναι μορφωμένοι άνθρωποι που απλά πάνε για μία καλύτερη...
42. Ε.: Για ένα καλύτερο μέλλον..ναι..
43. Φ.: Όχι ποιότητα ζωής, γιατί ποιότητα ζωής δε θεωρώ ότι έχουν καλύτερη αλλά τουλάχιστον οικονομική απολαβή όλων όσων διάβασαν. Μετά...μετακίνηση πληθυσμού γίνεται..ναι....βέβαια για τις σπουδές.... έχει ως συνέπεια και το να μείνεις εκεί να εργαστείς για οικονομικούς λόγους οπότε τα βάζω λίγο μαζί αυτά..μπορεί κάποιο παιδί να τελειώσει το βασικό κομμάτι της εκπαίδευσής του στη χώρα του και μετά να θέλει να κάνει μία ...είτε μεταπτυχιακό είτε δεύτερη σχολή είτε οτιδήποτε έξω για να δει και κάτι διαφορετικό. Και αν τα πράγματα εκεί είναι καλά ...
44. Ε.: Και τον απορροφήσει το περιβάλλον...
45. Φ.: Κάθεται ..και τον απορροφήσει το περιβάλλον μπορεί να το δοκιμάσει να μείνει..να πάει κάπου αλλού...να γυρίσει πίσω στη χώρα του αν έχει κάτι που σκέφτεται ότι μπορεί να συνεχίσει..ε.. Εσύ Ρόζα;
46. Ρ.: Εγώ πιστεύω...ίσως αυτό να συνδέεται βέβαια πάλι με τον οικονομικό παράγοντα, εξαιτίας της κατάστασης τώρα, αλλά μπορεί όμως και παλιότερα για κάποιους, εμ ..ότι μπορεί κάποιιοι να ξεκινάει σαν το οικονομικό κομμάτι, ώστε να μπορούν να το λύσουν, αλλά να είναι και ότι ουσιαστικά προσπαθούν, που φεύγουν σε αυτή την ηλικία, να βρουν και έναν καλύτερο..ε.. τρόπο ζωής. Γιατί ναι μεν έχουμε τον καιρό, έχουμε τον ήλιο..όλα αυτά τα ωραία και τα καλά αλλά ...Επίσης, πολλοί, όσοι έχουν καταφέρει να προσαρμοστούν σε αυτό και δεν τους θίγει αυτό το κομμάτι, ε... θεωρούν ότι έχουν μία καλύτερη ποιότητα ζωής την οποία εδώ δεν..
47. Ε.: Ναι
48. Ρ.: εχουν..
49. Φ.: Λόγω οικονομικου
50. Ρ. : Όχι. Είναι λόγω του ότι λειτουργεί το σύστημα.

51. Φ.: Α..Ναι.
52. Ρ. Λειτουργεί το κράτος.....
53. Φ.: Οι παροχές του κράτους
54. Ρ.: ....Λειτουργούν... Οι παροχές του κράτους..
55. Β.: Λόγω κοινωνικού κράτους.
56. Ρ.: Οι παροχές ναι.
57. Ε.: Υγείας.
58. Ρ.: Και πέρα από τις παροχές..ναι εντάξει τώρα μιλάμε για τις σκανδιναβικές, ας πούμε χώρες..
59. Φ.: Που είναι το πρότυπο.
60. Ρ. : Που το παιδί σου, ας πούμε το μεγαλώνει το κράτος, ωραία, φεύγεις από αυτό το κομμάτι, πες ότι αυτό είναι μία εξαίρεση, αν βρίσκεσαι σε αυτές τις χώρες. Γενικότερα, όμως, όσον αφορά στις υπόλοιπες, ε, υπάρχει αυτό, μία ποιότητα ζωής με την έννοια ότι ξέρεις ότι θα λειτουργήσει το σύστημα.
61. Φ.: Ναι.
62. Ρ.: Πράγμα το οποίο..αυτό το πρόβλημα το οποίο λειτουργεί εδώ τώρα και υπάρχει στην Ελλάδα, που υπάρχει μία αβεβαιότητα γενικά στον τρόπο που δουλεύει όλο το σύστημα, το δημόσιο, όλα αυτά σου δημιουργούνε ένα πρόβλημα στην καθημερινότητά σου.
63. Φ.: Μία ανασφάλεια
64. Ε.: Ε βέβαια.
65. Ρ. : Ένα πρόβλημα. Ας πούμε εγώ που είμαι δικηγόρος και..
66. Φ.: Ναι.
67. Ρ.: και..υπάρχει πολύ ουσιαστικά πάρε δώσε με τις υπηρεσίες, να το πω έτσι, είναι φοβερή ε...η ανασφάλεια..μία έλλειψη οργάνωσης που υπάρχει. Με αυτόν τον τρόπο όμως και εσύ δε μπορείς να κάνεις σωστά τη δουλειά σου.
68. Φ.: Και είναι αλυσίδα όλο αυτό.
69. Ε.: Ε βέβαια.
70. Ρ.: Και είναι αλυσίδα όλο αυτό. Και εσένα σου δυσκολεύει τη ζωή αυτό το πράγμα.

71. Γ.: Πάντοτε όμως ισχύει μία ισορροπία. Δηλαδή έξω έχεις περισσότερες παροχές αλλά πληρώνεις και πολύ περισσότερα πράγματα.
72. Φ.: Α ναι. Σίγουρα.
73. Γ.: Δουλεύεις...
74. Ρ. : Αν ήταν τουλάχιστον να πληρώνω αλλά να έχω παροχές ε...
75. Β.: Κοίτα να σου πώ κάτι; Στην παρούσα φάση που είμαστε
76. Ε.: Αν από τη φορολογία που πληρώνεις, όμως, σου παρέχονται βασικά πράγματα που κάνουν τη ζωή σου πιο εύκολη..
77. Β. : Πόσο διαφορετική είναι η φορολογία η δικιά σου και η δικιά μου τώρα
78. Ε.: Ε βέβαια
79. Β.: και οι ασφαλιστικές εισφορές τώρα που μιλάμε
80. Φ.: Αυτό θέλουν να κάνουν τώρα..Για αυτό, αλλά δεν έχουμε τις παροχές
81. Β.: Σε σχέση με τις παροχές που έχεις.
82. Γ.: Ναι. Εμάς θέλουν 70% ας πούμε εφορία
83. Φ.: Έτσι.
84. Γ.: όπως ήταν και στη Σουηδία αλλά παροχές θα είναι Ζιμπάμπουε.
85. Β.: Ακριβώς. Ενώ έξω τουλάχιστον είχαν ένα πρόγραμμα ανάκαθεν, ή τέλοσπάντων από πιο παλιά που εμείς ζούσαμε λίγο πιο..ασύδοτα
86. Φ.: Και στην νοοτροπία. Δεν μπορεί ακόμα να περάσει στη δική μας που είναι πολυ βασικό.
87. Β.: Ναι γιατί εμφανίστηκε για πρώτη φορά από το 2010 και μετά
88. Φ.: Ξαφνικά.Έτσι μαχαίρι.
89. Β.: Ενώ πριν δεν είχε κληθεί κανένας Έλληνας να κάνει ούτε διαφορετικό τρόπο ζωής..
90. Ε.: Ούτε να επιλέξει να ζήσει έξω είχε κληθεί.
91. Β.: Ακριβώς ναι. Και ούτε είχε βάλει στο μυαλό του αυτόν τον παράγοντα που έθιξε η Ροζαλία τώρα, ότι ξέρεις, η ποιότητα ζωής έξω είναι καλύτερη όχι μόνο από άποψη, ξέρω γω, παροχών κτλ, κάποια στιγμή πρέπει να τα θυσιάσεις και όλα αυτά τα καλά που ίσως έχει η Ελλάδα, όπως την οικογένεια,
92. Φ.: Ναι.
93. Ε.: Ναι



94. Β.: τους φίλους, τον καιρό, τα νησιά..δεν ξέρω και γω τι.
95. Φ.: Τη θαλπωρή σου γενικότερα
96. Β.: Ακριβώς..
97. Ρ.: Για να έχεις μια πιο εύκολη καθημερινότητα
98. Β.: Για να έχεις μια πιο εύκολη καθημερινότητα
99. Φ.: και ανεξαρτησία
100. Γ.: Δεν έχει πιο εύκολη καθημερινότητα
101. Ε.: Πιο εύκολη...
102. Γ.: Εσείς το βλέπετε από άποψη οργάνωσης
103. Ρ.: Ναι
104. Γ.: Εκεί όμως..Εδώ στην Ελλάδα, ας πούμε, ο δημόσιος υπάλληλος, έτσι;
105. Β.: Ναι
106. Ρ.: Ναι
107. Γ.: Κανονικά είναι να δουλεύει 8ωρο, συνήθως, υπό καλές συνθήκες, υπό φυσιολογικές μέχρι το 2010 δούλευες 4 ώρες
108. Β.: Ναι
109. Γ.: Ενώ έξω δούλευες 12. 10 ώρες, τουλάχιστον, δούλευες καθαρές ώρες .
110. Ρ.: Κοίτα, ο δημόσιος υπάλληλος ναι..
111. Β.: Ο δημόσιος υπάλληλος, όμως, είναι ένα πολύ συγκεκριμένο κομμάτι της κοινωνίας
112. Φ.: Μεγάλο κομμάτι, όμως, της ελληνικής κοινωνίας
113. Β.: Σύμφωνοι, αλλά δεν είμαστε όλοι δημόσιοι υπάλληλοι.
114. Γ.: Το όνειρο
115. Φ.: Το όνειρο κάθε Έλληνα. Ακόμα και τώρα, δηλαδή.
116. Ρ.: Ωραία, αυτό λέω ακριβώς.
117. Β.: Εγώ δε συμφωνώ ότι είναι το όνειρο κάθε Έλληνα.
118. Ρ.: ότι βρίσκονται...Εγώ θεωρώ
119. Ε.: Ήτανε το όνειρο..
120. Φ.: Και ξαναγίνεται πάλι.
121. Ρ.:Και ξαναγίνεται.Πάλι εκεί καταλήγουμε

122. Φ.: Γιατί βλέπουν όλοι ότι τουλάχιστον ας έχω 500 ευρώ στάνταρ. Ας είναι αυτά που είναι.

123. Ρ.: Ναι τώρα.

124. Β.: Ναι απλά αν θέλεις να είσαι λίγο πιο δημιουργικός στη ζωή σου δε θα πας να γίνεις δημόσιος υπάλληλος

125. Ρ.: Ναι

126. Φ.: Συμφωνώ απόλυτα σε αυτό που λες, αλλά πλέον γυρίζει πάλι.

127. Β.: Βέβαια υπάρχει και διαφορά, υπάρχουν και διαφορές, ε..στο τί δημόσιος υπάλληλος θα είσαι.

128. Φ.: Ναι γιατί εδώ δεν έχεις ανέλιξη. Μπορεί να είσαι δημόσιος..

129. Β.: Όχι μόνο αυτό. Μπορεί να είσαι δημόσιος υπάλληλος ο οποίος να είσαι σε θέση ευθύνης

130. Φ.: Ε βέβαια.

131. Β.: Και να μη μπορείς να κοπροσκυλιάσεις και μπορεί να είσαι και δημόσιος υπάλληλος

132. Φ.: Ε ναι δε λέμε να βαράς σφραγίδα

133. Β.: ο κλασικός, κακό παράδειγμα που έχουμε στο μυαλό μας

134. Φ.: Ναι ακριβώς.

135. Β.: ανάλογα.

136. Ρ.: Αλλά ας πούμε για το θέμα οργάνωσης, να πω ένα παράδειγμα τώρα. Και ο ξαδερφός μου που, εντάξει πες είναι στη Σουηδία, και είναι μία ιδανική χώρα

137. Φ.: ναι. Εδώ Ελλαδιστάν.

138. Ρ.: Πιστεύω ότι αυτό θα συνέβαινε σε κάθε χώρα του εξωτερικού. Όταν γέννησε η γυναίκα το παιδί του και έπρεπε να το δηλώσουν στα ληξιαρχεία και τα λοιπά, ήξερε ότι του έδιναν ένα ραντεβού από την υπηρεσία μία συγκεκριμένη ώρα για να μην περιμένει σε ουρά και χάνει το χρόνο του, πήγαινε, ο υπάλληλος ήταν εκεί, του είχαν πει ήδη τα έγγραφα που χρειαζόντουσαν από την προηγούμενη, ήταν τα σωστά έγγραφα δεν το στέλναν αλλού και τελείωνε τη δουλειά του.

139. Φ.: Εδώ φουλ γραφειοκρατία

140. Ρ.: Όταν χρειάστηκε να πάει στην ελληνική πρεσβεία οι ώρες ήταν συγκεκριμένης λειτουργίας, 2 ώρες για το κοινό μόνο

141. Φ.: και έλειπαν συνήθως
142. Ρ. :Και λείπανε. Και ενώ του είχαν πει τα χαρτιά απ το τηλέφωνο, εκεί μπροστά του λένε α..ξέρεις είναι και αυτό. Αυτό, όμως, είναι μία ανοργανωσιά που εμείς την αντιμετωπίζουμε
143. Φ.: Κάθε μέρα
144. Ρ.: Κάθε μέρα
145. Γ.: Εγώ αυτό που θέλω να πω είναι ότι εκεί έχεις παραπάνω παροχές αλλά δίνεις και παραπάνω. Εργάζεσαι και περισσότερες ώρες
146. Φ.: Ναι αλλά αξίζει τον κόπο.
147. Ε.: Εντάξει ρε παιδιά, είναι ρίσκα που τα παίρνεις. Από τη στιγμή που επιλέγεις να κάνεις κάτι..
148. Β.: Να σου πω και κάτι; Είσαι νέος άνθρωπος. Αμα δε δουλέψεις τώρα..
149. Ε.: Δεν θα έχεις ποτέ να δουλέψεις. Ναι εντάξει. Τα ζυγιάζεις.
150. Β.: Θα δουλέψεις πολλές ώρες, ναι οκ, γιατί έτσι αισθάνεσαι και λίγο δημιουργικός και κάποια στιγμή, όταν θα ρθει η ώρα να μην μπορείς να δουλέψεις, θα έχεις αυτή την παροχή για την οποία τόσα χρόνια πλήρωνες.
151. Ε.: Αυτό ισχύει.
152. Ρ.: Ναι.
153. Β.: Εδώ δε θα έχεις καμία παροχή.
154. Φ.: Εμείς, δηλαδή η γενιά μας δεν θα πάρει καν σύνταξη.
155. Ε.: Ναι τί σύνταξη.
156. Ρ.: Ναι. Και επίσης ο κάθε, πιστεύω, το κάθε άτομο στο εξωτερικό στο κοινωνικό σύνολο έχει και μία ατομική ευθύνη για τη συμπεριφορά του μέσα στο σύνολο, δηλαδή, ε, στην εταιρεία που εργάζεται ο ξαδερφός μου, που είναι μία ιδιωτική εταιρεία τους έχουν πει ότι δουλεύεται δωρο, έτσι, δουλεύουν δωρο. Δεν υπάρχει ωράριο για να χτυπάνε κάρτα. Είναι αυτές οι 8 ώρες, έρχεσαι και φεύγεις ό,τι ώρα θες αρκεί να τις δουλέψεις αυτές τις 8 ώρες. Δεν τους ελέγχει κανείς.
157. Φ.: Γιατί, όμως, είναι όλοι συνεπείς
158. Ε.: Είναι προσωπική ευθύνη.
159. Ρ.: Αυτό λέω ότι είναι η ατομική.
160. Φ.: Γιατί αν ήταν στην Ελλάδα, θα ήταν όλοι για καφέ.

161. P.: Αυτό σου λέω. Μα αυτό σου λέω ότι ο άλλος θέλει να φύγει από δω. Γιατί τον έχουν εμπιστοσύνη σαν άνθρωπο.
162. E.: Ναι βέβαια.
163. Φ.: Όταν, όμως, αυτός ο άνθρωπος επιστρέψει εδώ, θα έχει άλλη νοοτροπία
164. P.: Όχι δε θα έχει.
165. Φ.: άμα είναι στη δουλειά του.
166. P.: Ναι εντάξει..
167. Φ.: Δεν θα έχει την ε...
168. P.: Κοίταξε εδώ πάλι θα έχει τέτοιες ιδιο..
169. B.: Θα έχει την ίδια νοοτροπία.
170. Φ.: Τελείως διαφορετική.
171. B.: Απλά να σου πω κάτι; Όταν βλέπεις ότι το περιβάλλον σου δεν είναι όπως είσαι εσύ..
172. Φ.: Αυτό είναι που εμένα με τρελαίνει. Γιατί ....
173. B.: Σε αλλοτριώνει λίγο. Ναι
174. Φ.: Γιατί εδώ δεν πειθαρχούμε. Εμείς,
175. B.: Αυτό. Ωραία.
176. Φ.: Εχουμε αυτή τη χώρα.
177. B.: Εσύ που είσαι ενα πειθαρχημένο άτομο ..
178. Φ.: Όχι δεν το είπα προσωπικά..
179. B.:...μπορείς να ζήσεις σε αυτή τη χώρα, έτσι;
180. P.: Πώς μπορείς να ζεις σε αυτή τη χώρα έτσι?
181. Φ.: Τρελαίνεσαι, ναι.
182. B.: Δε γίνεται. Ή θα γίνεις εσύ ίδιος για να μπορείς να επιβιώσεις
183. P.: Ναι..
184. B.: ... ή θα είσαι συνεχεια στην τσίτα και θα κράζεις όλη την ώρα ότι πώς είμαστε έτσι..
185. Φ.: Να κράζεις από μακριά δε γίνεται και ούτε κάνεις κάτι από τον καναπέ να λες κράζω. Δηλαδή με την καθημερινότητά σου τρέχεις και εσύ όλη μέρα και βλέπεις όλα αυτά τα προβλήματα είτε δημόσια υπηρεσία είναι είτε ασφαλιστικά ταμεία είτε

εφορίες είτε... και λες πού ζούμε; Δηλαδή, θέλεις να είσαι τυπικός, θέλεις να πληρώσεις και πάλι βρίσκεις εμπόδια. Εγώ αυτό βλέπω από τη δουλειά τη δική μου που έχει και πάρα πολλή γραφειοκρατία μέσα, που..δηλαδή όλο και πιο δύσκολα. Να σου κάνουν τη ζωή πιο δύσκολη. Αντί να είναι πιο απλοϊκά.

186. Β.: Γιατί εντάξει δεν υπάρχει κρατικός μηχανισμός παιδιά.

187. Ρ.: Όταν θες να είσαι τυπικός. Γενικά όταν θες να είσαι τυπικός, πάλι δύσκολα σου είναι.

188. Β.: ναι, γιατί το περιβάλλον στο οποίο ζεις, δεν ευνοεί κάτι τέτοιο.

189. Φ.: Μήπως, όμως, εμείς το κάνουμε όλο αυτό; Αλλά αυτό είναι ένα άλλο θέμα, εντάξει, εμείς τώρα μιλάμε για τη μετακίνηση...τόρα το πήγαμε καθαρά στο θέμα της εργασίας.

190. Β.: Εντάξει...

191. Ε.: Πιάνει πολλούς παράγοντες.

192. Γ.: Πάντως...

193. Β.: είναι ένας πολύ βασικός παράγοντας για τον οποίο ο κόσμος φεύγει..

194. Ε.: Ε βεβαια.

195. Φ.: Ναι σίγουρα.

196. Β.: Και στοιχίζει

197. Φ.: και στην εποχή μας είναι ο πρώτος..

198. Β.: Και στοιχίζει και στην...

199. Φ.: Στη χώρα μας.

200. Β.: Στοιχίζει πάρα πολύ και στη γήρανση του πληθυσμού στη χώρα τη δική μας

201. Φ.: Τελειως

202. Β.: Αυτό το πράγμα. Δηλαδή όλος ο νέος ο κόσμος φεύγει μένουν οι συνταξιούχοι στους οποίους εμείς και η οικονομία βασίζεται

203. Φ.: Καθαρά.

204. Β.: ..για να κινείται λίγο το..θέμα..

205. Φ.: Με το που παίρνουνε τις συντάξεις κινείται η αγορά για μισό μήνα

206. Β.: Κινείται η αγορά.

207. Ρ.: Ε βέβαια.

208. E.: Μετά...
209. Φ.: Ο υπόλοιπος μισός μήνας είναι πάλι νεκρός.
210. Β.: Και υπάρχουν και πάρα πολλές οικογένειες που ζούνε με αυτή τη σύνταξη.
211. Φ.: Ε βέβαια. Και ζουνε και τα παιδιά τους.
212. E.: Έτσι ζούνε πάρα πολλές οικογένειες στην Ελλάδα. Ε βέβαια.
- 213.P.: Ωραία, αυτό ήταν ένα κομμάτι το εξωτερικό. Αυτό όμως, εσύ που μετακινήθηκες ουσιαστικά εσωτερικά, μέσα στη χώρα, πώς είναι τώρα αυτή η αλλαγή που έκανες στη ζωή σου;
214. E.: Εντάξει, η εσωτερική μετακίνηση θα μπορούσε να γίνει για πολλούς λόγους, από πόλη σε πόλη μέσα σε μία χώρα. Στη συγκεκριμένη περίπτωση τη δικιά μου ήτανε από μία μεγαλούπολη, όπως είναι η Αθήνα, στη γενέτειρά μου εδώ στο Βόλο που έγινε καθαρά για προσωπικούς λόγους, εεε καλύτερου επιπέδου διαβίωσης μελλοντικά. Το να είσαι πιο ήρεμος, το να σου είναι όλα πιο εύκολα σε επίπεδο καθημερινότητας, είτε είναι στην απλή μετακίνηση, είτε είναι στο να μπορώ να έχω επαφή με τους δικούς μου ανθρώπους καθημερινά, ας πούμε στο να πω ένα γεια στη Φρόνη που είναι δίπλα, ή να πω ένα γεια με τη Ροζαλία που είναι δίπλα επίσης, ξέρω γω, στο να μπορώ να βλέπω την οικογένειά μου που επίσης δεν την έβλεπα σχεδόν ποτέ και να μπορώ αν θέλω αν στήσω τη ζωή μου σε άλλες βάσεις, είτε αυτό είναι να κάνω οικογένεια, είτε είναι να έχω μια ήρεμη καθημερινότητα, επέλεξα να φύγω από την Αθήνα και να έρθω εδώ για να μπορώ αν φτιάξω το μέλλον μου με λίγο πιο ανθρώπινο επίπεδο καθημερινής διαβίωσης, ας πούμε.
215. Β.: Πάντως, αυτό το παράδειγμα της Ελένης, νομίζω ότι είναι πολύ σύνθητες και χαρακτηριστικό παράδειγμα αποκέντρωσης που ..
216. Ρ.: Ναι
217. Φ.: Ε βέβαια
218. Β.: Που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια
219. Φ.: Που υπάρχει. Σε αυτούς, όμως, που ζήσανε αρκετά στην Αθήνα και είδανε πώς είναι και η ζωή εκεί.
220. Β.: Ναι. Γιατί, εντάξει, ε, οκ παλιότερα υπήρχε το αντίθετο και όλοι πηγαίνανε
221. E.: Υπάρχει, όμως ακόμα και το αντίθετο. Και το να φύγει κάποιος από μια μικρή πόλη, όπως είναι ο Βόλος και να πάει σε μία μεγαλύτερη...
222. Φ.: Πολλοί συμμαθητές μας.

223. E.: Ακριβώς για το λόγο ότι δεν υπάρχουν ίσως εδώ δουλειές. Δηλαδή, εγώ εν μέρει είχα την εξασφάλιση της εργασίας επειδή υπάρχει μία επιχείρηση

224. Φ.: Να πας. Ναι.

225. E.: που μπορεί να σε απορροφήσει. Αν δεν υπήρχε αυτό

226. B.: Δε θα το σκεφτόσουν να ανεβείς.

227. E.: Ακριβώς. Ναι.

228. P.: Δε θα το κανε.

229. E.: Γιατί άφησα και μία δουλειά στην Αθήνα η οποία ήταν πολύ καλοπληρωμένη κτλ που, φυσικά, και με ταλαιπωρούσε

230. B.: Άρα δηλαδή θεωρείς ότι η ποιότητα ζωής στο νέο άνθρωπο όσον αφορά στην εσωτερική μετακίνηση έρχεται σε δεύτερη μοίρα και πρώτα μπαίνει ο εργασιακός παράγοντας;

231. E.: Στις μέρες μας δυστυχώς ναι. Γιατί αν ακούσεις θα σου πουν όλοι δουλειά έχεις και να μαστε καλά και θα σου πουν, ρε παιδί μου, σαν ευχή, την υγεία τη βάζουν σε δεύτερο επίπεδο.

232. Φ.: Να χεις υγεία και μια καλή δουλειά.

233. E.: Κατάλαβες;

234. B.: Θα μπορούσες, όμως να έχεις και μία δουλειά, άσχετα αν υπάρχει μία επιχείρηση ήδη, θα μπορούσες να ψάξεις και μία δουλειά στο ίδιο αντικείμενο που έκανες

235. E.: Ναι ναι ναι

236. Φ.: Αυτό θα το κάνει. Λέμε για αρχή.

237. Φ.: Αυτό είναι αλλο.

238. E.: Σου λέω για αρχή. Απλά υπάρχει και ο άλλος παράγοντας που λει ότι υπάρχουν νέοι άνθρωποι που μπορεί να φύγουν από μία μικρή πόλη, όπως είναι ο Βόλος στην ηλικία μας και να πάνε στην Αθήνα ή στη Θεσσαλονίκη που θεωρούνται μεγαλουπόλεις, ας πούμε, για να βρουνε μία καλύτερη δουλειά που μπορεί να έχει μεγαλύτερες απολαβές. Εγώ στη συγκεκριμένη περίπτωση έκανα το ανάποδο γιατί κορέστηκα από το την ταλαιπωρία της Αθήνας...

239. P.: Ναι

240. E.: ...και όλο αυτό ρε παιδί μου ξέρω και τα λοιπά. Συν ότι το..

241. Φ.: Από εκεί και πέρα δεν αποκλείεις και το να ...
242. Ε.: Όχι
243. Φ.: Να φτιάξεις κάτι δικό σου.
244. Ε.: Δεν το αποκλείεις ποτέ παιδιά. Δεν ξερεις τί σου ζημερώνει. Δεν το συζητώ. Απλά υπάρχουν και οι δύο παράμετροι τουλάχιστον στην εσωτερική κινητικότητα στη χώρα. Τώρα.. θα δούμε τί θα γίνει.
245. Β.: Ντάξει εσωτερική κινητικότητα υπάρχει και όταν κάποιος μένει Βόλο και δουλεύει Λάρισα ας πούμε. Και αυτό εσωτερική κινητικότητα θεωρείται και είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει πολύ οικονομικά τις περιφέρειες, δηλαδή από αλλού πληρώνεσαι αλλού όμως καταναλώνεις και αυτό είναι βασικό κομμάτι...
246. Γ.: Στα σύνορα...
247. Β.: Ναι
248. Γ.: Πηγαίνεις απέναντι
249. Β.: Απέναντι. Ακριβώς, ακριβώς
250. Ρ.: Ναι. Στην Εγνατία.
251. Β.: Ή ας πούμε στην Εγνατία
252. Φ.: Το Μέτσοβο και όλα αυτά..
253. Β.: Οι περιοχές που ήταν απομακρυσμένες και ήταν πάνω στην Πινδο όλες, δηλαδή η Ηγουμενίτσα, τα Γιάννενα, η Πρέβεζα και όλα αυτά που ήταν γενικά πολύ φτωχές περιφέρειες και νομοί με την Εγνατία πηγαίνουν όλοι και καταναλώνουνε στη Θεσσαλονίκη. Αυτό είναι πάρα πολύ καλό για αυτούς τους νομούς που έχουνε μαγαζιά και δυνατότητα να καταναλώσεις αλλά το εισόδημα που παίρνει αυτός δεν το καταναλώνει στην πόλη του.
254. Φ.: Ναι
255. Β.: Με αποτέλεσμα δηλαδή, ας πούμε, για παράδειγμα, εσείς που μένετε στη Αθήνα όλες οι επιχειρήσεις είναι στη Βοιωτία, ο κόσμος πηγαίνει στην Αθήνα και καταναλώνει όμως, δεν τα καταναλώνει στη Βοιωτία που δουλεύει. Και αυτό είναι παράδειγμα εσωτερικής μετακίνησης στην Ελλάδα και εδώ....
256. Ε.: Ναι εντάξει θα μπορούσε
257. Β.: Σε πολλές περιφέρειες...
258. Ε.: Ίσως ναι. Θα μπορούσε.






259. Γ.: Έχουμε και εξωτερική πάντως μετακίνηση. Το ζούμε και εμείς στην Ελλάδα, κυρίως λόγω πολέμων μετά πως νομίζετε..
260. Β.: Εντάξει εσύ λες ότι η Ελλάδα δε..
261. Γ.: Είναι οι σπουδαγμένοι, ε ναι..εκτός από τους οικονομικούς μετανάστες υπάρχουν και εκτός από τους εσωτερικούς λόγους που λες εντάξει θέλω μια καλύτερη ποιότητα ζωής, θέλω περισσότερα λεφτά, πιο ασφαλές περιβάλλον, ότι θα δουλέψω πολύ περισσότερο αλλά θα έχω και περισσότερες απολαβές, υπάρχουν και εξωτερικοί παράγοντες που λες ότι κινδυνεύει η δικιά σου η ζωή, του παιδιού σου, δεν ξέρεις τί σου ζημερώνει αύριο και λες θα πάω κάπου αλλού. Όπως και γίνεται.
262. Β.: Κοίταξε να δεις γενικά ανέκαθεν η Ελλάδα ήτανε πόλος έλξης μεταναστών απ' έξω, απλά στη συγκεκριμένη περίπτωση τα τελευταία χρόνια θεωρώ ότι είναι πολύ σημαντικό γιατί αυτοί ζούνε μία εμπόλεμη κατάσταση, δεν είναι οικονομικοί μετανάστες όπως ήταν, ας πούμε, τη δεκαετία του '90 από την Αλβανία που ερχόντουσαν να βρουνε καλύτερη...
263. Φ.: Είναι κυνηγημένοι άνθρωποι.
264. Β.: Ακριβώς ναι. Δηλαδή θέλουνε σπίτι, θέλουνε...
265. Γ.: Καλά δεν είναι όλοι. Είναι Σύριοι ..και αν είναι
266. Β.: Μιλάω συγκεκριμένα για αυτούς που είναι από τη Συρία
267. Ρ.: Ναι. Αυτό.
268. Β.: Τώρα ναι, μαζί με αυτούς έρχονται και άλλοι
269. Ρ.: Σίγουρα ναι. Αλλά για τους συγκεκριμένους ναι...
270. Γ.: Και μή νομίζεις δεν τους αρέσει η Ελλάδα. Αυτοί βλέπουν Ευρώπη.
271. Β.: Ναι σύμφωνοι. Σαν πέρασμα μας βλέπουν
272. Ε.: Καλά ναι..
273. Ρ.: Πέρασμα είμαστε ναι.
274. Β.: Απλά με βάση τη συγκεκριμένη πολιτική είμαστε εμείς αυτοί που τους δεχόμαστε.
275. Γ.: Απλά κλείσαν τα σύνορα και είναι εδώ τα παιδιά. Γιατί και ο άλλος δεν θέλει να πάρει το παιδάκι του. Είδες πόσα πνίγηκαν στο Αιγαίο.Δε θέλει να διακινδυνεύσει τη ζωή του παιδιού του, για κάποιο λόγο το κάνει. Όταν πέφτει η βόμβα εσύ το βάζεις στα πόδια.

276. Φ.: Κλείνοντας, τί θα...βγάζουμε κάποιο συμπέρασμα, βασικά όχι ακριβώς συμπέρασμα γιατί έχουμε αναφέρει πολλά
277. Ε.: Πολλούς παράγοντες
278. Φ.: Έχουμε αναφερθεί σε πολλά διαφορετικά...
279. Γ.: Για να ρωτήσω εγώ τον καθένα προσωπικά...εμένα πάντως μου αρέσει ο τόπος που μένω, δε θα θελα να μετακινηθώ..
280. Φ.: Κανείς νομίζω δε θα θελε να μετακινηθεί. Όλοι το κάνουν για κάποιο λόγο
281. Γ.: Κοίτα κάποιοι λένε ότι αν γεννηθείς στη φυλακή και τη στερηθείς μετά πάλι εκεί θες να γυρίσεις πίσω..
282. Φ.: Εντάξει... δε θεωρώ
283. Γ.: Λοιπόν, αλλά πιστεύω ότι είμαι σε ένα ευλογημένο τόπο
284. Φ.: Ναι είναι ευλογημένος ο τόπος αλλά θες και κάποια πράγματα. Αυτό που λει ο Βαγγέλης
285. Β.: Εμένα προσωπικά δε μου αρκεί αυτό
286. Φ.: Δε σου αρκεί ο ευλογημένος τόπος.
287. Β.: Εγώ πάντα έβλεπα τον εαυτό μου να έμενα κάπου αλλού και όχι εδώ.
288. Γ.: Κοίτα, εμένα μου λείπουν ας πούμε..
289. Ε.: Σε άλλη χώρα;
290. Β.: Σε άλλη χώρα, ναι.
291. Γ.: Άλλοι τρόποι διασκέδασης ξέρω γω, άλλα..
292. Φ.: Ναι
293. Γ.: Ας πούμε ένα θέατρο της προκοπής
294. Φ.: Μας λείπει λίγο η πολιτιστική..ενώ είναι μία πόλη με πολύ..είχε ανέκαθεν επίπεδο και στα γράμματα και στις τέχνες, όσο περνάνε τα χρόνια όλο και λιγότερα δρώμενα γίνονται, δηλαδή..
295. Β.: Αυτό μπορεί να είναι..αυτό είναι πιο πολύ απότοκος της οικονομικής κρίσης
296. Φ.: Ναι
297. Β.: Γιατί πέρα από την Αθήνα δε γίνονται πουθενά αλλού.
298. Φ.: Αυτό. Μόνο η πρωτεύουσα σου παρέχει
299. Β.: Ντάξει, αυτό να σου πω την αλήθεια στις μέρες μας δεν ξέρω αν θα ήτανε

300. Φ.: Λόγος
301. Β.: ...κίνητρο για μένα να φύγω
302. Φ.: Ούτε καν.
303. Β.: Αλλά από τη στιγμή που μένεις, από τη στιγμή που διαλέγεις να μείνεις στην Ελλάδα νομίζω ότι το σημαντικότερο είναι να μείνεις σε ένα μέρος που σου αρέσει βασικά, να μην είναι ένα μέρος που δεν μπορείς να το βλέπεις, που να σου προσφέρει την εργασία ξέρω γω, αυτό. Τώρα εντάξει τα πολιτιστικά να είναι, αλλά τα θεωρώ και λίγο πολυτέλεια στην παρούσα φάση.
304. Φ.: Είναι πολυτέλεια.
305. Β.: Αντίθετα όταν μιλάω ότι θα ήθελα, ότι θα έβλεπα τον εαυτό μου να έμενε κάπου αλλού, εννοούσα να έμενε κάπου έξω που θα πληρούσε όλες αυτές τις προϋποθέσεις που έχω στο μυαλό μου το μέρος αυτό για να νιώθω αυτή την ασφάλεια που θέλω, γιατί στη χώρα σε αυτήν εδώ που ζω δε νιώθω ασφάλεια για το μέλλον..
306. Γ.: Πόσο μακριά θα μπορούσες να πας;
307. Β.: Δε με απασχολεί το μακριά. Καθόλου.
308. Ρ.: Εγώ πάντως γενικά τώρα γιατί νομίζω ότι είναι γενικό τώρα το θέμα γιατί έχει πολλές απόψεις, το θέμα είναι ότι όλα αυτά, όλοι αυτοί οι παράγοντες οι κοινωνικοί, οι οικονομικοί όλα ουσιαστικά εξαρτώνται από τις συγκυρίες που βρίσκεται μία χώρα ή μία συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων μία δεδομένη στιγμή. Αυτό μπορεί να αλλάξει από δεκαετίες
309. Ε.: Ναι
310. Φ.: και θα αλλάξει σίγουρα.
311. Ρ.: Και θα αλλάξει σίγουρα. Όλα αυτά είναι τελείως μεταβλητά.
312. Ε.: Ωραία
313. Ρ.: Ωραία
314. Β.: Νομίζω ότι ήταν πλήρης η αναφορά μας
315. Ε.: ναι
316. Β.: στους λόγους και τους παράγοντες που ωθούν στην κινητικότητα
317. Φ.: Τουλάχιστον για τα δεδομένα της εποχής μας
318. Ε.: Και τώρα αν ξεχάσαμε κάτι..

319. Φ.: Σίγουρα θα υπάρχουν και άλλα.

β. Σύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή

1. G.:  Ωραία έρευνα ! Να πούμε τώρα για τους ερωτικούς μετανάστες ;
2. V. : τι εννοείς?
3. G.:  Για άτομα που φεύγουν λόγω έρωτα
4. E.:Ερωτικούς μετανάστες..δλδ?
5. V. :χμμ ενδιαφέρον παράγοντας κινητικότητας
6. F.: Μμμ ενδιαφέρον
7. G. : Ας πούμε πήγα διακοπές Ελλάδα και ερωτεύτηκα και έμεινα
8. F. : 
9. G. : Είμαι μια όμορφη Σουηδέζα
10. R. : Δεν τον ειχα σκεφτει αυτον τον παραγοντα..
11. F. : Έρωσ ανίκητος στη μάχη
12. R. : Χαχα
13. G. : Γεια σου Σοφοκλή!
14. R.: Νομίζω είναι ένας λόγος μεταναστευσης που υπηρχε και θα υπαρχει πάντα..!
15. V. .: η αλήθεια είναι ότι δεν ξέρω και πολλούς που το έχουν κάνει
16. G. :Συμβαίνει. Ειδικά Ρόδο και Κρήτη
17. E.: Ή αντίστοιχα εφυγα απο τη χώρα μου-πόλη μου και ακολούθησα το σύντροφο μου σε μια άλλη χώρα για να δημιουργήσω οικογένεια.
18. R. : Υπάρχει πολυς κοσμος ομως που το εκανε
19. G. :Αλλά και Έλληνες που πήγαν για δουλειά έξω και τους χτύπησε κατακούτελα
20. V.: έχω στο μυαλό μου πιο πολύ την εργασία και τις σπουδές ως παράγοντες κινητικότητας

21. E. : Ναι υπάρχει κόσμος συμφωνώ με τη Ροζαλία.

22. V.: ολοι οι ερωτιάρηδες εδώ μαζευτήκατε



23. E.: Αχαχαχαχα

24. F. Η ερωτική μετανάστευση υπήρχε ανέκαθεν. Πολλές φορές η αγαπη μπορεί να σε κάνει να θες να είσαι κοντά στον άνθρωπό σου κ η απόσταση να σε χωρίζει. Έτσι λοιπόν πρέπει να βρεθεί η χρυσή τομή κ ένας απ τους δυο να ακολουθήσει τον άλλο στη γενέτειρα του.

25. V.: δεν νομίζω να το έκανα ποτέ

26. R. : Βεβαία πιστεύω πως αυτή η "ερωτική μετανάστευση" συνδυάζεται με οικονομικούς παραγοντες



27. G. : Μη θυμώνεις

28.R. : Εργασία, σπουδες κλπ

29. G.: Πας για δουλειά και σου χτυπάει ο έρωτας την πορτα

30. V. : τι εννοείς πας για δουλειά?

31. R. : Αυτό δεν είναι ακριβώς λογος..πρωτα είναι ο οικονομικος

32. V.: αν πας για δουλειά η κινητικότητα οφείλεται στην εργασία

33. G. : μόνο δουλειά, no sex?

34. R.: Κ μετα ερχεται ο ερωτας

35. F. : Α οκ

36. G. : Το θάβεις ;

37. V.: ασχετα αν σου προκύπτει μεταγενέστερα ο έρωτας. Οχι δεν το θάβω αλλά μου προκύπτει αφού έχω μεταναστεύσει

38.G.: Δεν έχεις συναισθήματα;

39. V. : γιανη καταλαβαίνεις τι σου λέω?

40. G. : Ναι!!!!



41. V. :

42. G.: Έτσι !

43. G. : Πας για δουλειά , ίσως για λίγο , ερωτεύεσαι και μένεις
44. F. : Ας σοβαρευτούμε
45. E. : Τι άλλο είδος κινητικότητας υπάρχει. Άραγε ;
46. G.: Να πούμε για μετανάστες λόγω πολέμου;
47. V. : μεγάλο θέμα και σοβαρό
48. G. : Πραγματικοί μετανάστες !
49. E. : Ναι, είναι μεγάλο θέμα αυτό..
50. G.: Θες να μείνεις και πέφτουν οι βόμβες
51. R. : Νομίζω από πάντα υπήρχε αυτο το ειδος μεταναστευσης
52. V. : γενικά έχω μία ιδιαίτερη ευαισθησία σε αυτούς τους ανθρώπους, παρότι είναι εμφανές ότι επηρεάζει πολύ την χώρα μου. Αρνητικά φυσικά
53. E. : Και δυστυχώς ποτέ δε ξέρεις τι μπορεί να ξημερώσει κ στο καθένα μας.
54. G.: Όπως και οι Έλληνες της Σμύρνης
55. V. : όμως αν το σταθμίσεις η ανθρωπινη επιβίωση υπερέχει
56. G. : Όταν ήρθαν Ελλάδα κανείς δεν τους ήθελε
57. E. : Φυσικά και υπερέχει.
58. R. : Αλλά η χωρα μας γνωρίζει πολυ καλα γιαυτη τη μεταναστευση..κ στη σύγχρονη ιστορια..
59. G.: Αλλά αναγέννησαν τη χώρα μας
60. F. : Υπαρχει μεγάλος ρατσισμός και φόβος
61. R. : Κατά τον εμφυλιο. Τη χούντα..
62. G. : Κακό πράγμα ο πόλεμος
63. F.: Ναι γιαυνη γιατι ηταν άνθρωποι με αξίες κ μετρφεραν στην Ελλάδα κ γνώση κ ήθος
64. G. : Χειρότερη η απονιά
65. V. : αν σκεφτεί κανείς ότι δεν έχουν άλλη επιλογή δεν χωρεί μισαλλοδοξία σε τέτοια θέματα.το ίδιο θα μπορούσε να συμβεί κι εμάς
66. F.: Σιγουρα
67. G. .: Όπως μας έβλεπαν κι εμάς οι Γερμανοί

68. V. : σκέψου να γίνεις έσυ κάποια στιγμή ο βρωμιαρης και ο εγκληματίας προσφυγας



69. G. : Άνετα

70. V.: κάποτε η ελένη μου είχε πει είναι φοβερό πόσο κακό μπορεί να κάνει ο ένας ανθρωπος στον άλλο

71. R. : Είναι πολυ αδικο οταν βαζονται ταμπελες στους ανθρωπους

72. V. : και αυτό είναι χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτό

73. E. : Δυστυχώς δεν έχουμε την ίδια ανθρώπινη αντίληψη για τους συνανθρώπους μας ολοι.

74. F. : Κι ολοι το κανουμε άθελα μας πολλές φορές

75. V. : οχι δεν το κανουμε ολοι

76. G. : Παραλίγο να πάω μετανάστης Αγγλία

77. V. : λόγω έρωτα?χαχα

78. R. : Ποιο ομως θεωρείτε πιο συχνο ειδος μετανάστευσης??

79. F. : Βέβαια στην εποχή μας υπαρχει έντονη κ η κινητικότητα πληθυσμών για εκπαιδευτικούς κ εργασιακούς λόγους

80. V. : ε την εργασιακή σίγουρα

81. F. : Κυρίως στην Ελλάδα λόγω κρίσης

82. G. : Εργασία, συμφωνώ

83. V. : ναι νομίζω είναι οι πιο συνηθισμένες μορφές



84.G. : Υπάρχει και ο σεξοτουρισμός

85. V. : η εργασιακή είναι ακόμα πιο συχνη από την εκπαιδευτική στις μέρες μας





86. F. : Τρέλανε μας

87. E. : Θα μπορούσε να πιαστεί και ως κινητικότητα,η αναζήτηση καλύτερης ιατρικής περίθαλψης σε μια αλλη χωρα;;;

88. G. : Πλούσιοι Ευρωπαίοι, φτωχοί Ασιάτες

89. E. : Πχ να πας εξω για να κανεις μια εγχείριση

90. V. : ναι βεβαια αμα εχεις λεφτα
- 91.R. : Εγω παντως πιστευω οτι και η εκπαιδευτικη είναι συχνο φαινομενο εξισου
92. G. : Έρχονται Ελλάδα για εξωσωματική
93. E.: Φυσικα αμα εχεις λεφτά,χωρις λεφτά δε γίνεται τπτ
94. R. : Καλα μια εγχειριση εξω ξερεις ποσο στοιχιζει??
95. V. : αληθεια έρχονται ελλάδα για εξωσωματική?γιατι?
96. E. : Σεξοτουρισμος;;;χαχαχαχα...
97. F.: Ναι γιατι ειναι πιο οικονομικά κ εχουμε πολυ καλους γιατρούς
98. G. : Πιό φτηνά, πιο επιτυχημένα.
99. V. : δεν το ήξερα αυτό
100. G. : Γρήγορα ναι, πρόχειρα όχι! 
101. E. : Χαχαχαχαχ...Γιάννη...
102. R. : Βαγγελη πες για τις Αγγλιδες πελατισες σ..
103. G. : 
104. R. : Δεν ερχονται Ελλαδα για γιατρους??
105. G. : Για σεξ;
106. V. : οχι
107. E.: Αγγλιδες;;;;;
108. R. : Οχι για οδοντιατρους. Εσυ μ το χες πει
109. F.: Το χεις ξεφτιλισει
110. R. : Γτ στη Αγγλια στοιχιζει πολυ
111. F. : Στο γιαννη πήγαινε
112. V. : οι αγγλιδες πελατισσες μου βρηκαν σπιτι στο πηλιο και τωρα που βγηκαν στη συνταξη αποφασισαν να μειουν για παντα εδω
113. G. : Άγγλοι δεν έρχονται;
114. F. : Βαγγελη θέτεις ενα άλλο θέμα μετακίνησης



115. V. : έχοντας φυσικά εξασφαλισει ένα καλο εισόδημα λόγω της συνταξης που παρνουν απο την αγγλία, τώρα θέλουν να απολαυσουν ποιοτητα ζωής και ξεκουραση σε εναν πολυ ωραιο μερος

116. R. : Πολυ θα θελα να το κανω αυτο αμα γερασω

117. V. : δεν είναι λίγοι οι ευρωπαιοι που το κανουν αυτό

118. G. : Από όλα τα Βαλκάνια έρχονται για οδοντιάτρους, εξωσωματική και ορθοπαιδικού!

119. E. : Πολυ καλη επιλογή διαβίωσης το Πήλιο,ιδίως σε ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας..

120. F. : Στη χώρα μας λόγω κλίματος κ καλής ποιότητας ζωής πολλοί ευρωπαίοι αγοράζουν αγροτεμάχια κ κτίζουνε στα μέρη μας με σκοπό να μείνουν για το υπόλοιπο της ζωής τους

121. F. : Ειδικά τώρα με την κρίση. Μπορεις ν αγοράσεις σε πολυ καλη τιμή

122. G. : χωρίς υγρασία

123. V. : επισης δεν ειναι λιγοι αυτοι που λογω κρισης αγοραζουν ακινητα στην ελλαδα για επιχειρηματικους σκοπους και επενδυσεις

124. F. : Ευκαιρία γι αυτούς!

125. V. : ναι εχεις δικιο φρυνη

126. V. : ειναι πολυ εντονο αυτο

127. F. : Φχαριστω

128. R. : Να σαι καλα μανιτσα



129. G. : Ωρα για φαγητό!

130. E. : Παιδάκια εγω χαιρετώ..μιλαμε αργότερα..φιλί..

131. G. :



132. R. : Ισχύει

133. E. :



134. G. : Bye!



135. V. G: αντε γεια

γ. Ασύγχρονη επικοινωνία διαμεσολαβούμενη από υπολογιστή

### 1. Ε.

Καλημέρα στην ομάδα,

1α. σκεπτόμενη λίγο το θέμα που συζητάμε εδώ, ανέτρεξα λίγο στα πλεονεκτήματα που μπορεί να έχει η κινητικότητα του πληθυσμού, εγχώρια.. δηλαδή, για παράδειγμα το να φεύγουν ας πούμε οι νέοι από τις μεγαλουπόλεις και να επιστρέφουν στα χωριά τους κλπ για να αναλάβουν αγροτικές εργασίες, στα πλαίσια της οικονομικής κρίσης..

1β. υπάρχουν αρκετά παραδείγματα, και στο άμεσο περιβάλλον μας ανθρώπων που παράτησαν τη ζωή στη πόλη και δουλεύουν σε φάρμες και κτήματα της οικογένειας... πείτε και εσείς τη γνώμη σας, και αν έχετε κάποιο παράδειγμα αντίστοιχο στο ευρύτερο περιβάλλον σας..!

καλό υπόλοιπο σε όλους!

### 2. V.

Καλησπέρα και από εμένα,

2α. Η αλήθεια είναι Ελένη ότι αυτό που περιέγραψες αποτελεί την μία πλευρά της εσωτερικής μετανάστευσης. Ενώ δηλαδή ιδίως μεταπολεμικά και μέχρι τα τέλη του '80 η εσωτερική μετανάστευση αφορούσε κυρίως την αστική συγκέντρωση και την συρρίκνωση της υπαίθρου, τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό στην Ευρώπη, νομίζω προσφάτως και στην Ελλάδα, η εσωτερική μετανάστευση να αφορά το ακριβώς αντίθετο.

2β. Οι μεταναστευτικές ροές από τις περιοχές της υπαίθρου έχουν μειωθεί και όλο και περισσότερος πληθυσμός αποφασίζει να επιστρέψει σε ημιαστικές περιοχές και στην ύπαιθρο. Βασικός λόγος νομίζω γι' αυτή τους την απόφαση είναι η αναζήτηση καλύτερης ποιότητας ζωής, η οποία δεν συνδέεται αυτή τη φορά με οικονομικές απολαβές κατ' ανάγκη αλλά έχει περισσότερο περιβαλλοντικό κίνητρο και σχετίζεται άμεσα με τα βασικά χαρακτηριστικά της υπαίθρου (εγγύτερες κοινωνικές σχέσεις, χαμηλά επίπεδα υπερπληθυσμού κλπ).

2γ. Η αίσθησή μου είναι ότι αυτό το βήμα το κάνουν περισσότερο νέοι άνθρωποι, τους οποίους κατά γενική ομολογία τους έχει κουράσει πολύ η ζωή και ο έντονος ρυθμός των μεγάλων αστικών μητροπολιτικών κέντρων (Αθήνα, Θεσσαλονίκη εν προκειμένω). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της επιλογής είναι ένα νέο ζευγάρι, οι οποίοι ζούσαν και εργαζόντουσαν στην Αθήνα και πριν 3 χρόνια αποφάσισαν να τα παρατήσουν όλα και να ανοίξουν μία εξαιρετική ταβέρνα στο Νεοχώρι Πηλίου.

2δ. Νομίζω ότι το σημαντικότερο πλεονέκτημα αυτής της τάσης (εκτός φυσικά από την αποσυμφόρηση των αστικών κέντρων) είναι η ενίσχυση της παραγωγικότητας της υπαίθρου, καθώς δεν είναι απαραίτητο ότι όλοι θα ασχοληθούν με αγροτικές εργασίες. Αντίθετα, οι άνθρωποι αυτοί είναι περισσότερο τολμηροί για επιχειρηματικά ξεκινήματα. Δείτε τι συμβαίνει τα τελευταία χρόνια στα ελληνικά νησιά. Όταν ήμουν διακοπές στο Καστελόριζο (τέρμα θεού) μπήκα στο μαγαζί από δύο Γαλλίδες, οι οποίες ερωτεύθηκαν το μέρος και αποφάσισαν να δραστηριοποιηθούν εκεί πουλώντας χειροποίητα ρούχα και αξεσουάρ.

Αν υπήρχαν δελεαστικά κρατικά κίνητρα νομίζω η τάση αυτή θα παρατηρούνταν σε πολύ έντονο βαθμό.

### 3. F.

3.Στις μέρες μας και κυρίως απο τις μεσογειακές χώρες όπως η δική μας παρατηρείται έντονη κινητοποίηση πληθυσμού με σκοπό την εύρεση εργασίας . Το φαινόμενο αυτο υπήρχε ανέκαθεν οταν ολόκληρες οικογένειες άφηναν τον τόπο τους για να εργαστούν σε χώρες όπως η Γερμανία που ειχε μεγαλη τεχνολογική ανάπτυξη ακομη κ σε αλλες ηπείρους ( Αμερική- Αυστραλία ). Η σημερινή διαφορα έγκειται στο οτι το δυναμικό που αποχωρεί απο τη χώρα του εχει συνήθως μεγαλη εκπαιδευτική καταρτιση ( πτυχίο – μεταπτυχιακούς τίτλους ακομη και διδακτορικό) και αναζητεί εργασία κ απολαβές που να ανταποκρίνονται στα προσόντα αυτά. Το μεγάλο τίμημα φυσικα ειναι ο συναισθηματικός τομέας καθώς αποχωρίζεται κανεις το μέχρι τωρα τροπο ζωής , τους οικείους του κ καθετί που τον δένει με την πατρίδα . Η Ελλάδα οσο περνα ο καιρος στερείται απο νιάτα καθώς όλο κ περισσότεροι νέοι επιστήμονες αναζητούν την τύχη τους σε χώρες όπως η Αγγλία , η Ολλανδία η Γερμανία καθώς και στις σκανδιναβικές χώρες. Όλες οι παραπάνω περιοχές εχουν μετατραπεί σε υβρίδια των καλύτερων επιστημονων απ όλο τον κόσμο.Για ποσο ακομη και μέχρι πότε;...

#### **4. R. M.**

Καλησπέρα παιδιά,

4α. Καταρχήν, θα ήθελα να πω σχετικά με όσα αναφέρει ο Βαγγέλης, ότι δεν είχα σκεφτεί ως λόγο εσωτερικής μετανάστευσης την επιχειρηματική δραστηριότητα... Μέχρι, σχεδόν, να ξεσπάσει η οικονομική κρίση στην χώρα μας, ο μόνος λόγος για να επιστρέψει κανείς στην επαρχία, ήταν η βελτίωση του τρόπου ζωής του, όμως σήμερα, τα μικρότερα αστικά κέντρα ή ακόμα και η ύπαιθρος προσφέρονται σαφώς για μία προσοδοφόρα οικονομική δραστηριότητα ....

4β. Όσον αφορά την μετανάστευση των νέων στο εξωτερικό, που αναφέρει η Φρόνη παραπάνω, δυστυχώς, σε αυτό το είδος μετανάστευσης δεν υπάρχει κανένα πλεονέκτημα, καθώς αποτελεί μία συνεχή αιμορραγία για τη χώρα μας νέου ανθρώπινου δυναμικού, το οποίο αδυνατώντας να βρει εργασία στην Ελλάδα, αναγκάζεται στην κυριολεξία να καταφύγει στο εξωτερικό, διαπρέποντας ως επί το πλείστον σε όλους τους τομείς της απασχόλησης. Αυτή η φυγή των νέων επιστημόνων, δυστυχώς, δεν διαβλέπω να καλυτερεύει στο άμεσο τουλάχιστον μέλλον, για τον λόγο ότι απλά δεν προβλέπεται ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας. Επιπλέον, η μη χορήγηση κινήτρων σε όλους αυτούς τους νέους ανθρώπους να παραμείνουν και να δραστηριοποιηθούν στην χώρας τους, λειτουργεί ως ανασταλτικός και αποτρεπτικός παράγοντας να ενισχύσουν με την επαγγελματική δραστηριότητά τους τόσο την εγχώρια οικονομία, όσο και το απειλητικό, πλέον, δημογραφικό πρόβλημα της Ελλάδας. Ιδιαίτερα βαρύνων, κατά την γνώμη μου, είναι ο παράγοντας της ψυχολογίας των νέων αυτών ανθρώπων, που στις περισσότερες των περιπτώσεων, είναι το πολύ έως 30 ετών και είναι γεμάτοι από όρεξη, διάθεση και φυσικά ικανότητα για παραγωγική εργασία. Είναι, λοιπόν, λογικό όταν αυτός ο ψυχολογικός παράγοντας δεν καλύπτεται, η φυγή των νέων επιστημόνων να αποτελεί την μόνη επιλογή.

#### **5. V.**

5. Σχετικά με αυτό το θέμα που θίξατε την μετανάστευση των νέων κυρίως επιστημόνων στο εξωτερικό, έψαξα λίγο μήπως υπάρχουν στατιστικά και τα αποτελέσματα είναι σοκαριστικά. Η ΤτΕ αναφέρει πως από το 2008 μέχρι και τον Ιούλιο του 2016 έχουν μεταναστεύσει μόνιμα προς ανεύρεση εργασίας περίπου

427.000 νέοι επιστήμονες ηλικίας 15-64 ετών. Παραθέτω το σχετικό δημοσίευμα: <http://www.kathimerini.gr/865921/article/epikairothta/ellada/to-trito-metanasteytiko-kyma-twn-ellhnwn>. Επίσης βρήκα, κάτι που δεν ήξερα, ότι το 2015 ο Guardian αναφέρει ότι η αθρόα κινητικότητα των Ελλήνων στο εξωτερικό προς εύρεση εργασίας αποτελεί την μεγαλύτερη διαφυγή ταλέντων στη σύγχρονη ιστορία, χαρακτηρίζοντας όλους αυτούς τους Έλληνες ως Generation G. <https://www.theguardian.com/world/2015/jan/19/young-talented-greek-generation-g-worlds-biggest-brain-drain>. Σκεφθείτε μόνο πόσοι φίλοι μας έφυγαν μέσα την τελευταία πενταετία και έχουν εγκατασταθεί μόνιμα πλέον στο εξωτερικό. Το ζήτημα είναι πράγματι εξαιρετικά σημαντικό και εκτός από την αρνητική επίπτωση στον ήδη υποτονικό ρυθμό γεννητικότητας και στα ήδη προβληματικά ασφαλιστικά ταμεία, πρόκειται να εμφανίσει τις εξαιρετικά δυσμενείς συνέπειές του όχι άμεσα αλλά στις επόμενες δεκαετίες, όταν η Ελλάδα δεν θα έχει ικανό, ανταγωνιστικό εργατικό δυναμικό. Νομίζω θα είμαστε εμείς και οι συνταξιούχοι....(1.0.1)

## **6. V. G.**

6. Πλην βέβαια της κινητικότητας (μετανάστευσης) προς εύρεση εργασίας ιδίως σε χώρες της Ευρώπης, κινητικότητα πληθυσμών παρατηρείται πολύ έντονα και στην Ελλάδα, ως χώρα υποδοχής προσφύγων, οι οποίοι αιτούνται άσυλο. Είναι κι αυτό ένα πολύ σοβαρό ζήτημα που έχει δημιουργήσει ήδη κοινωνικές και οικονομικές συνέπειες στη χώρας μας, δεν νομίζετε?

## **7. G.X.**

7α. Η μετακίνηση πληθυσμών αποτελεί ένα αρχαιότατο φαινόμενο. Χάρη σε αυτήν εξαπλώθηκε ο homo sapiens sapiens από την Αφρική σε όλες τις ηπείρους. Κίνητρο η εύρεση περισσότερης και ποιοτικότερης τροφής, η απομάκρυνση από εχθρούς, η ελπίδα για ένα καλύτερο μέλλον για τον ίδιο και την οικογένειά του και η περιέργεια. Παρόλο που πέρασαν δεκάδες χιλιάδες χρόνια από τότε, τα κριτήρια για να πάρουμε την απόφαση να αλλάξουμε τόπο διαβίωσης δεν έχουν αλλάξει δραματικά.

7β. Σήμερα μετακινήσεις πληθυσμών παρατηρούμε από τις φτωχότερες (βάσει ΑΕΠ) χώρες της νοτίου Ευρώπης προς τον πλούσιο βορρά, λόγω μεγαλύτερων μισθών, ποιοτικότερων συνθηκών εργασίας (τήρησης νόμων περί κοινωνικής ασφάλισης, ωραρίου, ασφάλειας), περισσότερων κοινωνικών παροχών (πχ για άγαμες μητέρες)

και αίσθησης πιο σταθερού περιβάλλοντος , ειδικά για το μέλλον. Αντίστοιχα από χώρες του πρώην Ανατολικού Μπλοκ (Ρωσία, Μολδαβία, Ρουμανία) φτωχές αλλά ευπαρουσίαστες κοπέλες ψάχνουν ένα καλύτερο αύριο σε Αγγλία, Γερμανία και Σκανδιναβικές χώρες.

7γ. Υπάρχει και το αντίστροφο ρεύμα πλουσίων βορειοευρωπαίων, που εγκαταλείπουν τη συννεφιά και το κρύο της χώρας τους για μια ζωή στον ήλιο ατενίζοντας τη Μεσόγειο. Βέβαια συνήθως αναφέρομαι σε συνταξιούχους, που έχουν εξασφαλίσει κάποιο εισόδημα.

7δ. Άλλο βασικό αίτιο είναι επικίνδυνοι εξωτερικοί παράγοντες, όπως πόλεμος και δικτατορικά καθεστώτα, που πιέζουν τεράστιες μάζες ανθρώπων να έρθουν σε δημοκρατικές χώρες. Τα τελευταία χρόνια το έχουμε ζήσει κι εμείς οι Έλληνες σε μεγάλο βαθμό, ειδικά οι κάτοικοι του Ανατολικού Αιγαίου.

7ε. Ολοκληρώνοντας, να αναφέρω ότι πολλοί νέοι επιστήμονες έφυγαν από την Ελλάδα ελπίζοντας να μείνουν για πάντα έξω. Αλλά μετά από λίγα χρόνια διαβίωσης στον υποτιθέμενο εργασιακό παράδεισο του εξωτερικού, επιλέγουν για προσωπικούς λόγους (δημιουργία οικογένειας, ελάττωση στρεσογόνων παραγόντων), να επαναπατριστούν.

Καλό βράδυ!

## **Ομάδα 2**

α) δια ζώσης

1. Μαρίν.: Λοιπόν μαζευτήκαμε εδώ για να μιλήσουμε για την μετακίνηση των πληθυσμών.

2. Μαρ. : Ναι

3. Μαρίν. : και συγκεκριμένα για τα αίτια αυτού του φαινομένου.

4. Μαρ.: Ωραία, κορίτσια εγώ πάντως θα ήθελα να το κάνουμε κάπως λίγο πιο συγκεκριμένο γιατί τώρα έτσι όπως το λέμε δεν καταλαβαίνω περίπου τι ορίζουμε ως μετακίνηση πληθυσμών.

5. Μαρίν.: Πες Χριστίνα

6. Χρ.: Η μετακίνηση των πληθυσμών είναι όταν βλέπουμε παραδείγματος χάριν όπως τώρα με τους πολέμους μετακινούνται οι πληθυσμοί από την εεε.... Ανατολική Ευρώπη πάνε προς τη Δυτική ή έρχονται από την Ασία στην Ευρώπη. Αυτό είναι ένα αίτιο το οποίο βλέπουμε σαν φαινόμενο τα τελευταία χρόνια. Για πες την γνώμη σου.

7. Μαρ.: Συμφωνώ απλά αυτό νομίζω ότι είναι το προφανές. Σίγουρα η μετακίνηση των πληθυσμών στις μέρες μας γίνεται πλέον προφανής λόγω του θέματος της Συρίας και σίγουρα από το δικό μας εγγύς παρελθόν έχουμε να θυμόμαστε, ας πούμε, την μετακίνηση πληθυσμών που είχε γίνει με την καταστροφή της Σμύρνης. Ωστόσο, μήπως υπάρχει και άλλου είδους εεε...μετακίνηση πληθυσμών την οποία θα μπορούσαμε να σκεφτούμε;Τί πιστεύετε; Εκτός από θέματα πολιτικά;
8. Χρ.: Άλλη αιτία εννοείς;
9. Μαρ.: Ναι
10. Χρ.: άλλη αιτία
11. Λ. : Μπορεί να είναι προσωπικοί λόγοι που αναγκάζουν κάποιον να αλλάξει χώρα.
12. Λέν.: Όπως;
13. Λ.: για παράδειγμα να σπουδάσει, να βρει μια καλύτερη δουλειά, να κάνει ένα μεταπτυχιακό.
14. Μαρίν.: Πολύ σωστά..
15. Χρ.: Άρα λοιπόν η φιλοδοξία του ατόμου για το μέλλον του είναι αυτό το οποίο ουσιαστικά τους κάνει να θέλουν να μετακινηθούν. Σωστά;
16. Μαρίν.: Σωστά. Η φιλοδοξία και η θέληση που έχει το άτομο να αφήσει τη χώρα του και να μετακινηθεί κάπου αλλού, για προσωπικούς λόγους όπως μπορεί να είναι οι σπουδές είτε...
17. Λ.: Μπορεί να είναι και ο έρωτας, μπορεί ο έρωτας να είναι δεν ξέρω μια..
18. Χρ.: Τι εννοείς με τον έρωτα;
19. Λέν.: Αμάν ρε Λία!
20. Μαρίν.: Σωστά μπορεί να ερωτευτείς κάποιον ο οποίος...
21. Λ.: Καθίστε ρε παιδιά. Μπορεί κάποιος..... το ταίρι σου να μην θες εσύ να μετακινηθείς κάπου αλλά το ταίρι σου να είναι κάπου αλλού, σε κάποια άλλη χώρα επομένως για να μπορέσεις να είσαι μαζί του να “αναγκαστείς” (μέσα σε εισαγωγικά) να πας εσύ στη χώρα που βρίσκεται
22. Λέν.: και πάλι με τη θέληση
23. Μαρίν.: κοίτα, εκεί α!
24. Λέν.: Επειδή πηγαίνεις είναι επειδή το θέλεις για να είστε μαζί...
25. Μαρίν.: Η Μαρία δεν έφυγε και πήγε στην Κύπρο για να είναι με το Μιχάλη; Μετακινήθηκε.
26. Μαρ.: Σωστά άραγε αυτό θεωρείται μετακίνηση πληθυσμών;
27. Λ.: Εγώ πιστεύω πως θεωρείται
28. Λέν.: Πληθυσμών όχι ατόμου
29. Μαρ.: Ατόμου ναι σωστά σίγουρα. Αλλά είναι...; Εγώ επιμένω είναι μετακίνηση πληθυσμών; Μπορεί να θεωρείται μετακίνηση του ατόμου από τη στιγμή που ξέρεις ότι κάποια στιγμή θέλει να επαναπατριστεί αυτό το άτομο;

30. Λέν.: Ε ναι γιατί για κάποια περίοδο φεύγει οπότε είναι... γίνεται η μετακίνηση, υφίσταται. Απλά κάποια στιγμή παύει να υφίσταται γιατί.....γιατί γίνεται δεύτερη μετακίνηση
31. Μαρίν.: Πρέπει να το εξετάσουμε ως προς τη μετακίνηση ατόμου και μετακίνηση πληθυσμών
32. Λ.: Σωστά1
33. Χρ.: Μα ακόμα και ο επαναπατρισμός που λες είναι πάλι μια μετακίνηση αλλά ακόμα και στο... Αλλά αυτό νομίζω που θέλουμε να μελετήσουμε είναι οι λόγοι που μετακινούνται οι πληθυσμοί στον Ευρωπαϊκό χώρο. Σωστά;
34. Μαρίν.: α.. στον ευρωπαϊκό χώρο;!
35. Λ. : Στον ευρωπαϊκό; Γιατί να το αποκλείσουμε όμως;
36. Χρ.: Αυτό είναι το θέμα μας, νομίζω.
37. Μαρίν.: στον ευρωπαϊκό χώρο πληθυσμοί ή άτομα;
38. Χρ.: Αυτό είναι το θέμα μας, νομίζω.
39. Μαρίν.: ... πληθυσμοί ή άτομα;
40. Χρ.: πληθυσμοί, πληθυσμοί..
41. Μαρίν.: κοίτα πληθυσμοί ολόκληροι φεύγουν και αφήνουν τις χώρες της Ασίας ας πούμε από το Πακιστάν από το Αφγανιστάν και φεύγουν για να βρουν την τύχη τους...
42. Λέν.: λόγω πολέμου
43. Μαρίν.: ... στην Ευρώπη..
44. Λ.: όχι απαραίτητα..
45. Μαρίν.: ας μην μιλάμε ο ένας πάνω στον άλλον ας τελειώσω αυτό που λέω..
46. Λέν.: πες όμως..
47. Μαρίν.: για προσωπικούς λόγους όπως είναι για να μπορέσουν να βοηθήσουν την οικογένεια τους οικονομικά, είτε για να σπουδάσουν, είτε για να ζήσουν σε μια κοινωνία η οποία δεν θα τους καταπιέζει τόσο πολύ
48. Λέν.: μπορεί και για ιατρικούς λόγους
49. Λ. : τώρα..... ναι υπάρχει και για ιατρικούς λόγους συμφωνώ μαζί σου Λένα εεε.....μπορεί η χώρα...
50. Λέν. : μπορεί να μην υπάρχει το αντι... συγγνώμη Λία...
51. Λ. : μπορεί στη χώρα την οποία βρίσκονται να έχουν ένα σοβαρό πρόβλημα υγείας όπου η χώρα τους να μην μπορεί να τους υποστηρίξει
52. Χρ.: Όπως;
53. Λ.: ... σοβαρό πρόβλημα υγείας ε καλά... φυματίωση , φάρμακα που μπορεί μια χώρα να μην έχει...
54. Μαρίν.: συγγώμη, ας πούμε, δεν έχουμε ακούσει περιπτώσεις που κάποιος έχει καρκίνο και φεύγει και πάει στην Αμερική να κάνει κάτι τέτοιο; Κάποια επέμβαση;
55. Χρ.: Υπάρχουνε χώρες οι οποίες έχουνε φήμη σε ιατρικά θέματα, όπως ας πούμε λέμε ότι αν θέλω ορθοπεδικά πάω στη Γερμανία



56. Μαρίν.: ποιος το λέει αυτό;
57. Χρ.: Αλήθεια!
58. Λ.: εγώ δεν το έχω ακούσει αυτό αλλά άσχετο..
59. Χρ.: εγώ το έχω ακούσει...
60. Λ.: οκ..
61. Λέν.: ναι καταλαβαίνω τι θέλεις να πεις
62. Χρ.: Ρε παιδί μου ναι..
63. Μαρ.: ωστόσο πιστεύω ότι και πάλι σε αυτήν την περίπτωση μιλάμε για μετακίνηση ατόμων ή μιας μερίδας ατόμων εεεε .... Δεν μιλάμε για μαζική μετακίνηση πληθυσμών.
64. Λ.: παιδιά να σας πω κάτι; Αυτό που πιστεύω ότι ισχύει που...δεν μιλάμε για μαζική μετακίνηση πληθυσμών αλλά μπορεί... τώρα δεν μιλάω για τις ευρωπαϊκές χώρες βέβαια μετακίνηση εντός ευρωπαϊκών χωρών αλλά από αυτά που έχω καταλάβει είναι ότι πολύς κόσμος, μερίδες μεγάλων πληθυσμών από χώρες πχ από το Πακιστάν φεύγουν κυρίως για οικονομικούς λόγους γιατί στο μυαλό τους έχουν ότι στην Ελλάδα ή σε κάποια άλλη ευρωπαϊκή χώρα θα είναι πολύ καλύτερα τα πράγματα, θα μπορούν να στείλουν χρήματα πίσω στην πατρίδα τους, γιατί τους έχουν περάσει αυτό το μήνυμα χωρίς όμως να ισχύει ότι ερχόμενοι εδώ θα έχουν μια καλύτερη ποιότητα ζωής
65. Λέν.: Τις περισσότερες φορές ισχύει όμως. Γιατί το βιοτικό επίπεδο στην Ελλάδα, βασικά τα λεφτά που θα πάρουνε λόγω πληθωρισμού στην Ελλάδα μπορεί να μη φτάνουν για τα απαραίτητα αλλά στη χώρα τους να φτάνει. Από Γεωργία, από Αλβανία, από τέτοιες χώρες σίγουρα ισχύει και, επίσης, εδώ δεν έχουν φορολογία, μπορεί να δουλεύουν να παίρνουν μαύρα τα λεφτά, να ζούνε με πέντε άτομα, οπότε τα λεφτά που χαλάνε στην Ελλάδα είναι πολύ λιγότερα και τους φτάνουν και για να στείλουν πίσω στις οικογένειες. Οπότε ... δηλαδή με 200€ στην Αλβανία μπορείς να πάρεις πολύ περισσότερα πράγματα και να συντηρηθούν περισσότερα άτομα από ότι στην Ελλάδα.
66. Λ.:Ναι και επίσης είναι και μια παράδοση νομίζω χωρών όπως το Πακιστάν, το Αφγανιστάν ότι φεύγουν κυρίως άντρες, βασικά όχι άντρες, παιδιά για να μπορέσουν να συντηρήσουν τις οικογένειες, μιλάμε για παιδιά τα οποία μπορεί να είναι δώδεκα, δεκατριών χρονών. Είναι στην παράδοσή τους νομίζω και στην κουλτούρα τους.
67. Λέν.: αυτό το να συντηρεί ο άντρας την οικογένεια νομίζω και είναι πιο εύκολο το να φύγει ένα παιδί όταν είναι ...
68. Λ.: το να φεύγει κάποιος νομίζω..
69. Λέν.: ...μικρός παρά ο πατέρας ή ο παππούς.
70. Μαρίν.: Είναι στην παράδοση και ο αποχωρισμός. Για σκεφτείτε η ελληνίδα μάνα να αφήσει το παιδί της στα δεκαπέντε να φύγει με τα πόδια από το Πακιστάν για να έρθει στην Ελλάδα απλά επειδή είναι άντρας και πρέπει να φέρει λεφτά στην οικογένεια. Στην Ελλάδα δεν θα συνέβαινε αυτό.
71. Λέν.: Στην Ελλάδα υπάρχει ο θεσμός της οικογένειας, εε γενικά έχουμε μια... υπάρχει μεγαλύτερη ανάγκη να είναι κοντά τα παιδιά με τους γονείς, στο εξωτερικό.... δηλαδή και στη Γερμανία και στις άλλες χώρες

72. Μαρίν.: Είναι στη νοοτροπία.
73. Λέν.: δεν γίνεται , δεν υπάρχει αυτό. Στα δεκαοχτώ στη Γαλλία έχεις φύγει από το σπίτι.
74. Μαρίν.: Άρα, λοιπόν, καταλήγουμε ότι και η νοοτροπία που έχει κάποια χώρα μπορεί να συντελέσει στη μετακίνηση ενός ατόμου, είτε ενός πληθυσμού αν αναλογιστούμε ότι πολλά άτομα κάνουν κάτι παρόμοιο.
75. Λ.: Επίσης και η σεξουαλική προτίμηση.....
76. Μαρίν.: Σωστό , σωστό
77. Λ.: ...είναι ένας λόγος που αναγκάζει άτομα να φύγουν από τις χώρες τους. Γιατί οι μουσουλμανικές χώρες για παράδειγμα ούτε δέχονται τους γκέι, ούτε δέχονται τις λεσβίες επομένως...
78. Μαρίν.:Σωστό..... και για γάμους! Σε τέτοιες χώρες δεν ....
79. Χρ.: Σωστά γιατί κάποιος μπορεί να θέλει να παντρευτεί και να πάει σε κάποια άλλη χώρα ας πούμε, νομίζω στην Ολλανδία επιτρέπεται...
80. Λ.: ναι για παράδειγμα...
81. Χρ.: ή να ζει πιο ελεύθερα εκεί
82. Λ.: Ναι, αν ένα παιδί ζει σε κάποια χώρα που επειδή είναι γκέι κινδυνεύει να πεθάνει προφανώς θα διαλέξει να φύγει.
83. Μαρίν.: Άρα η προκατάληψη είναι ένας λόγος για να μετακινηθεί κάποιος από τη χώρα του και να φύγει σε κάποια άλλη χώρα.
84. Μαρ.: Επίσης κάτι που μου ήρθε στο μυαλό την ώρα που συζητούσατε για μερικά από τα σύγχρονα αίτια είναι ότι στο παρελθόν εκτός από πολεμικούς λόγους που μπορεί να έγιναν η αιτία για να υπάρξει μαζική μετακίνηση πληθυσμών, άλλη μια αιτία μπορεί να ήταν ο αποικισμός.
85. Μαρίν.: Αυτό δεν έχει σχέση με την...
86. Μαρ.: ναι, ουσιαστικά με την οικονομική ανάπτυξη και την πολιτισμική ανάπτυξη μιας χώρας και την πολιτική ανάπτυξη μιας χώρας προκειμένου να αποκτήσει ακόμα μεγαλύτερη επιρροή ας πούμε στην Αγγλία σίγουρα υπήρχαν μεγάλα κύματα μετανάστευσης, αν και η Αγγλία ήταν μια πολύ δυνατή χώρα οικονομικά για να πάνε ας πούμε στις ακτές τις Αφρικής να αποικίσουν περιοχές. Άρα δεν είναι απαραίτητο ότι φεύγω μόνο και μόνο για να βρω μια καλύτ...εμ... για να μπορέσω να επιβιώσω αλλά για να μπορώ να έχω μια πολύ καλύτερη ποιότητα ζωής από αυτήν που ήδη μπορεί να έχω.
87. Μαρίν.: Σωστό, σωστό
88. Χρ.: Όπως επίσης, με αυτό που λες συμφωνώ και βλέπουμε ότι δεν γίνεται μόνο ε.. αναγκαστικά στον πληθυσμό η μετακίνηση αλλά ίσως είναι και στην βούληση ενός κράτους. Δηλαδή η Αγγλία σαν κράτος αποφασίζει να στείλει μια αποστολή για να αποικίσει κάπου αλλού, είναι πολύ οργανωμένο σωστά και το φέρνω σαν παράδειγμα.
89. Μαρίν.: Σωστό σωστό.
90. Λέν.: και επίσης θα μπορούσε και εκτός από τα πλαίσια μιας χώρας να είναι και στα πλαίσια ολόκληρου του πλανήτη με τον αποικισμό που θέλουν να κάνουν στον Άρη.

91. Λ.: Που το σκέφτηκες αυτό βρε Λένα μου μπράβο! Πολύ ωραία ιδέα! Για πες..
92. Μαρίν.: Σωστά γι' αυτό και ψάχνανε...
93. Λέν.: Γι' αυτό και χρόνια ψάχνανε εθελοντές...
94. Λ.: ναι...
95. Λέν.: να πάνε να τους στείλουνε στον Άρη και να ξεκινήσουνε εκεί την ανθρώπινη ζωή με τη θεωρία ότι η Γη θα καταστραφεί.
96. Μαρίν.: Άλλωστε...
97. Λ.: Παιδιά να σας πω κάτι και πέρα από την πλάκα πόσες ταινίες έχουν βγει...
98. Λέν.: θα είναι προφητική αυτή η συζήτηση..
99. Λ.: ... για τον αποικισμό σε άλλους πλανήτες παιδιά. Γιατί να σου πω κάτι και οι ταινίες βγαλμένες από τη ζωή έχουν βγει...
100. Λέν.: Δηλαδή ποιές ταινίες;
101. Μαρίν.: Τελοσπάντων εγώ άσχετα με τις ταινίες ...
102. Λ.: Επιστημονικής φαντασίας
103. Μαρίν.: .... Η έρευνα που έχει γίνει σε αυτό το χώρο .... Στο χώρο αυτό εε... μα συνεχώς οι άνθρωποι δε ψάχνουν ένα πλανήτη που να έχει νερό που να έχει... που να είναι βιώσιμος όπως η Γη; Δεν είναι καθόλου τυχαίο... αν το σκεφτείτε..
104. Μαρίν.: Σίγουρα. Αυτό είναι στα πλαίσια της μελλοντικής , πολύ μελλοντικής, ίσως εμείς καν να μην ζούμε, μαζικής μετανάστευσης του ανθρώπινου είδους...
105. Λ.: καλά αν πηγαίναμε στον Άρη θα ζούσαμε.
106. Μαρίν.:... αλλά αυτό είναι κάτι το οποίο δεν .. δηλαδή ακόμα δεν έχει συμβεί οπότε δεν μπορούμε να..
107. Λ.: γιατί καθίστε ρε παιδιά.....
108. Λέν.: δεν τους έχουν στείλει αυτούς δεν τους στείλανε;
109. Μαρίν.: ... νταξει νομίζω ότι δεν μπορούμε να το συμπεριλάβουμε αυτό σαν..
110. Λέν.: μετακίνηση πληθυσμών, λες?
111. Μαρίν.: ... σαν επιχείρημα..
112. Λ.: ντάξει απλά είναι..
113. Μαρίν.: ...νομίζω ότι δεν μπορούμε...
114. Λ.: ...γίνεται προσπάθεια μετακίνησης πληθυσμών.
115. Μαρίν.: κατά την γνώμη μου τώρα αυτό, νομίζω ότι απλά είναι στα πλάνα της ανθρωπότητας για μελλοντική μεγάλη μαζική μετακίνηση...
116. Λ.: επίσης..
117. Μαρίν.: .. δεν μπορούμε να το υπολογίσουμε ακόμα.
118. Λ.: ... κάτι που μου 'ρθε τώρα, η μετακίνηση πληθυσμών μπορεί να θεωρηθεί και εσωτερική μετακίνηση σε ένα.. σε μια χώρα
119. Μαρίν.: Ναι!
120. Χρ.: Σωστά

121. Λ.: για παράδειγμα, φεύγουμε από την Αθήνα από την πρωτεύουσα για να μπορέσουμε να ζήσουμε μια καλύτερη ποιότητα ζωής σε κάποιο χωριό.
122. Χρ.: σωστά
123. Μαρίν.: Σωστό, γιατί στην πόλη πλέον δεν υπάρχουν αρκετές δουλειές οπότε ο πληθυσμός αναγκάζεται και μετακινείται προς την επαρχία προκειμένου να μπορέσει να ζήσει.
124. Λέν.: Όπως έρχονταν από την επαρχία στην πρωτεύουσα πριν από κάποια χρόνια.
125. Μαρίν.: Σωστά, ακριβώς το αντίστροφο, και τώρα δεν συμβαίνει απλά αυτό δηλαδή βλέπεις και την εξέλιξη βλέπεις ανθρώπους που φεύγουν από την Αθήνα ας πούμε πχ μια μεγάλη πόλη για να πάνε σε ένα χωριό ας πούμε για να αναπτύξουνε...
126. Λέν.: τον αγροτουρισμό
127. Μαρίν.: ... την αλόη, για να αναπτύξουνε προϊόντα ..
128. Χρ.: σε αυτό έχουνε βοηθήσει και τα προγράμματα στήριξης , το ΕΣΠΑ και αυτά..
129. Μαρίν.: Αυτό, αυτό ακριβώς! Δηλαδή βλέπεις και μια ανάγκη για επέκταση, μια ανάγκη για να δημιουργηθούν και νέες επιχειρήσεις.
130. Λ.: Ναι....
131. Μαρίν.: Οπότε καταλαβαίνουμε ότι είναι και η ανάγκη του ανθρώπου να αναπτυχθεί περισσότερο που ωθεί στην μετακίνηση, ότι οι συνθήκες στην πόλη μου δεν μου επιτρέπουν να αναπτυχθώ οπότε ας πάω στην επαρχία , ας μετακινηθώ για να μπορέσω να αναπτυχθώ.
132. Λ.: Και υπάρχουν προγράμματα και από τον ΟΑΕΔ και από την Ευρωπαϊκή Ένωση για την υποστήριξη των νέων, για να ανοίξουν επιχειρήσεις σε απομακρυσμένες περιοχές.
133. Χρ.: Σωστά στις απομακρυσμένες και κάτι καινοτόμο όπως ας πούμε είναι οι καλλιέργειες μέσα σε νερό που είναι κάτι καινούριο.
134. Μαρίν.: πολύ καινοτόμο..
135. Μαρ.: Εγώ συγκεκριμένα, πάνω σε αυτό που λένε τα κορίτσια, μόλις τις προάλλες, πριν τρεις-τέσσερις μέρες έβλεπα στην τηλεόραση ότι μέσω το ευρωπαϊκού προγράμματος του ΕΣΠΑ δίνουμε χρηματοδότηση...
136. Λ.: ναι..
137. Μαρ.: που δίνουνε χρηματοδότηση σε νεαρούς αγρότες να αναπτύξουνε επιχειρηματικότητα, -εεε... μια οικογενειακή επιχείρηση στη Φλώρινα έκανε ΓΑ λεφτά με τις πιπεριές Φλωρίνης επειδή κατάφερε την πιπεριά του τόπου να την κάνει σαν είδος delicatessen υψηλής, ας πούμε, ποιότητας και με άλλα λόγια αυτοί οι άνθρωποι επέστρεψαν από την Αθήνα πίσω στα χωριά τους και ανέπτυξαν οικονομία.
138. Λέν.: Ωραίο παράδειγμα
139. Λ.: και αυτό παιδιά να σας πω κάτι είναι πολύ καλό και για τους αγρότες που βρίσκονται...
140. Χρ.: που βρίσκονται ήδη εκεί..για τους πληθυσμούς που βρίσκονται ήδη εκεί
141. Λ.: ... ναι και να μπορέσουν να...

142. Μαρ.: .. να επιβιώσουν..
143. Μαρίν.: σωστά χρειαζόμαστε καινούριες ιδέες
144. Χρ.: και να μάθουν από τους νέους που έρχονται με κάτι καινούριο. Ουσιαστικά να αναπτυχθεί η επαρχία σαν..
145. Λ.: την τεχνοτροπία που χρησιμοποιούν
146. Χρ.: αυτό ναι
147. Λ.: και είχε βγει άλλωστε και το τηλεοπτικό πρόγραμμα «Αγρότης μόνος ψάχνει»
148. Μαρίν.: Ωραία κορίτσια λοιπόν ήταν μια πολύ επικοινωνιακή συζήτηση...
149. Λ.: κάτσε να πω κι άλλα...
150. Χρ.: νομίζω καλά τα είπαμε...

β) chat

1. Marin: παιδια?

2. Mar:πιστοί στο ραντεβού; εδώ;

3. Marin: οχι στα σχολια απο κατω εκει π λει post comment



4. Mar: χιχιχι

5. Marin: poly koyl katastash



6. Mar: μ' αρέσει ο ήχος που κάνει το τσατ. Εγώ λέω να καταργήσουμε το fb και να τα λέμε από εδώ.

7. Marin: ειστε εδω;λενα; λια ; χριστινα ; μαιρη;

8. Mar: εδώ!



9. L: ναι σας βρήκα!

10. Χρ: Ναι ήρθα. Ειπα ένα γεια με Λενά κ Λια κ στην άλλη ομαδουλα κ ήρθαμε!

11. Mar: χαχα.
12. MarIn:εδω παιδια
13. Elen: Ααα εδω καλα ειμαι;
14. Marin: λοιπον, σκεφτομουν λιγο το θεμα
15. L: ναι και εμενα με εχει προβληματισει ειδικα μετα τα τελευταια γεγονοτα στη χωρα μας
16. Marin: και πιστευω πως το τελευταιο διαστημα παρατηρουμε ολο και περισσοτερες μετακινησεις πληθυσμων
17. Elen: Και ατομων
18. Marin; τοσο εντος της χωρας μας οσο και απο τη μια χωρα στην αλλη
19. L: και δεν νομιζω να σταματησει αυτο να σου πω την αληθεια
20. Elen: Γιατι να σταματησει;
21. L:δεν θα σταματησει, συνεχεια θα γινεται
22. Mar: η αλήθεια είναι ότι διαβάζοντας το θέμα, το μυαλό μου πήγε αμέσως σε συγγενείς μου που μετράνε ήδη 30 χρόνια εκτός Ελλάδας.
23. L: υπαρχουν πολλοι λογοι που ωθουν τους ανθρωπους σε αυτο
24. Marin:σωστα λενα. αρα πρεπει να δουμε τα αιτια λετε υπο το πρισμα της μετακινησης πληθυσμων ολοκληρων και της μετακινησης ατομων?
25. Elen: Ε ναι γιατι οι λογοι ειναι διαφορετικοι που ωθουν ενα ατομο ή μια ολοκληρη ομαδα ατομων
26. L: οι μετακινησεις πληθυσμων κατα κυριο λόγο θεωρω οτι έχουν να κάνουν με καταστάσεις στην χώρα καταγωγης τους
27. Marin: σως λια καταπιεση στη χωρα καταγωγης;
28. Elen: Πολεμος
29. Χr: συμφωνώ με λενα στο "γιατι ν σταματησει;"
30. Elen: Και πολυ καλα κανεις αχαχ
31. L.: η καταπιεση ειναι ενας απο τους λογους, αλλα δεν θεωρω οτι ειναι ο κυριος
32. Marin: και το ονειρο οτι σε καποια αλλη χωρα θα ζησει καλυτερα, με καλυτερες συνθηκες ζωης πιο εξευρωπαισμενα
33. Mar: η επικαιρότητα υποδεικνύει πόλεμο πάντως αλλά σίγουρα δεν είναι ο μόνος λόγος

34. L: υπάρχουν λόγοι διαβίωσης οι οποίοι ωθούν τα άτομα στην αναγκαστική μετακίνηση
35. Χr: Κ αυτό μαρίνα είναι ωραίος λόγος να δοκιμάσεις την τύχη σου αλλού
36. Mar: η οικονομική κρίση, άλλος βασικός παράγοντας
37. Marin: πείνα και ανεργία στη χώρα καταγωγής
38. Χr: Όταν μιλάμε γ αναγκαστική μετακίνηση τότε Ναι, μια υπάρχει πρόβλημα
39. L: επίσης ίσως οι παραδοσεις σε μια χώρα, να ερχονται σε συγκρουση με την προσωπικότητα ενός ατομου. Η παραδοση οτι τα παιδια πηγαινουν σε άλλες χωρες για να στελνουν λεφτα στην οικογενεια η οποια μενει πισω,
40. Χr: Μια=Λία
41. Mar: Λία σίγουρα οκ.. Ωστόσο πιστεύω ότι τέτοια περιστατικά πρέπει να έχουν πολύ λίγο ποσοστο
42. Marin: ή οι μαναδες φευγουν σε άλλες χωρες για να ζησουν τα παιδια τους που αφηνουν πισω
43. L: ναι Μαιρη ενδεχομενωσ η αληθεια ειναι οτι οι συναισθηματισμοι σε τετοιες περιπτωσεις, μενουν στην ακρη
44. Χr: Αυτά ήταν περιστατικά που είχαν μεγαλύτερο ποσοστό παλαιότερα μαρίνα και Λία νομίζω. Θ συμφωνήσω με τ μαρίνα
45. L: και δυστυχως οικογενειες χωριζονται, ισως για παντα
46. Χr: Με τη Μαρία θ συμφωνήσω εννοώ
47. Marin: μπα νομιζω και τωρα στην ελλαδα ερχονται γυναικες απο τη ρουμανια πχ και δουλευουν καθαριστριες για να στελνουν λεφτα πισωσ τη χωρα τους
48. Mar: πάντως το σίγουρο είναι ότι το θέμα επιβίωσης και βελτίωσης της ζωής είναι ζωτικής σημασίας λόγοι που μπορεί να σημαίνουν μαζική μετανάστευση
49. L: τι γνώμη έχετε για τους λόγους της ατομικής μετακίνησης;
50. Marin: νομιζω πως εχει σχεση με τις προσωπικες φιλοδοξιες
51. Χr: Ναι μαρίνα έρχονται, αλλά στις μέρες μας, δεν είναι τόσο σύνηθες φαινόμενο όσο παλαιότερα
52. Elen: ΕΞΑΡΤΑΤΑΙ ΝΟΜΙΖΩ ΑΠΟ ΠΟΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΕΡΧΟΝΤΑΙ
53. Marin:ας πουμε ολοι εχουμε καποιον που εφυγε για να σπουδασει για μεταπτυχιακα ή προπτυχιακα

54. Elen: αν μιλάμε για αλβανία ρουμανία γεωργία
55. L: είναι ίδιοι με τους λόγους της μαζικής μετακίνησης;
56. Elen: που το εισόδημα είναι πολυ κατωτερο από εδω τοτε ναι είναι μεγαλος ο αριθμος ατομων
57. Marin: σωστο λενα! εξαρταται απο το ποιες χωρες ερχονται και τι συνθηκες διαβιωσης εχουν εκει! στα ατομικα παντως
58. Xr: Η γνώμη μου Λία είναι "go for it" . Η ατομική μετανάστευση αφορά φιλοδοξίες κ Εκτός από το προσωπικό όφελος, υπάρχει κ κοινωνικό
59. Elen: αν μιλαμε για γαλλια γερμανια νταξ νομιζω καθαρα για προσωπικους (σχεσεις, ρίζες φιλοδοξίες)
60. Mar: Χριστινα και Μαρίνα, νομίζω ότι δε διαφωνούμε πρακτικά σε κάτι. Ουσιαστικά λόγοι βιοπορισμού έφεραν αυτές τις γυναίκες στην Ελλάδα. Ειδικά αν μιλάμε για βαλκανικες χώρες που πέρασαν πολλά πολιτικά δράματα.
61. Marin: μπορεί καποιος να αλλαξει χωρα απλα και μονο επειδη πιστευει πως στην ξενη χωρα θα βρει το αλλο του μισο στην αλλη χωρα
62. L: Συμφωνώ Χριστίνα!
63. Marin: ή επειδη το εχει βρει ηδη και θελει να παει να το συναντησει
64. Elen: ή μπορεί να το έχει ήδη βρει (το αλλο του μισο ) και να ερχεται για αυτο
65. Marin. να μεινουν μαζί κλπ
66. Xr: Συγκεκριμένα, μυαλά κ προσωπικότητες που δεν μπορούν να εξελιχθούν πλήρως στη χώρα τους, εάν δεν εξελίσσονταν σε άλλες κατάλληλες χώρες, τότε ο κόσμος θα στερούνταν αυτά τα μυαλά.
67. L: ρομαντικες ιστοριες το καναμε <3
68. Marin: ναι και τελικα η χωρα στην οποια εχουν μεγαλωσει τα στερευεται
69. Marin: χαχα αφου ειμαστε ρομαντικες ψυχες
70. Mar: στι ωραία που τα λέει η χριστίνα 😊
71. Elen: Ναι αυτό συμβαίνει .. με ατομα που φευγουν απο ελλαδα
72. Marin: επισης σκεφτειται και την εσωτερικη μεταναστευση!
73. Elen: ε δασκαλες ειμαστε.. καθε μηνα τη σκεφτομαστε χαχα
74. Mar: σμιλας για σημερινη περίοδο ή παλιότερα?



75. L: από την χώρα μας τουλάχιστον, οι ατομικές μετακινήσεις πληθυσμών πλέον συνήθως έχουν να κάνουν είτε με σπουδές είτε με κάποια καλύτερη δουλειά στο εξωτερικό
76. Marin: ξερω 2-3 ανθρωπους που αποφασισαν να πανε στο χωριο τους στην εποχη μας το 2017 για να ασχοληθουν με καλλιεργειες
77. Elen: και κει βιοποριστικοι ειναι οι λογοι
78. L: και πολύ καλά έκαναν, τι να κάτσουν να κάνουν στην Αθήνα
79. Marin: παρατησαν την πολη και πηγαν στο χωριο για βιολογικες καλλιεργειες
80. Elen: η ποιοτητα ζωής νομίζω δεν επιδρα τόσο
81. L: αν δεν είχαν δουλειά
82. Marin: ή και για μια καλύτερη ποιοτητα ζωης!
83. Mar: κι εγώ έχω τέτοιες περιπτώσεις. άνθρωποι που γύρισαν στο νησί και ασχολήθηκαν με την εκτροφή σαλιγκαριών!
84. L: αυτό το βλέπουμε όλο και πιο συχνά!
85. Marin: τελειο
86. L: σαλιγκαριών;;;
87. Elen: Αποπου εισαι Μαρια;
88. Mar: παντως να σας πω
89. L: ορίστε μυαλό ο άνθρωπος!
90. Mar: χαχαχα ΔΕΝ ΤΟ ΣΧΟΛΙΑΖΩ ΛΕΝΑ
91. Xristin: Αχ σαλιγκαριών! Σαν αυτόν από το "έλα στη θέση μου"
92. L: μάλλον από κάποιο βροχερό μέρος που έχει πολλά σαλιγκάρια
93. Marin: οκ το τερματησαμε
94. Mar: εγω ζηλευω αυτους τους ανθρωπους που επιστρεφουν στη φύση και καταπιάνονται με αυτήν!
95. Xristin: Παιδιά συγγνώμη που Αργώ Αλλά προσπαθώ ν τα διαβάσω κ με κατεβάζει στα νέα σχόλια κ μπερδεύονται
96. Marin: και εγω μαιρη!
97. Elen: παντως για ομάδες πληθυσμων νομίζω ο πόλεμος ειναι η βασικότερη αιτια
98. Xristin: Τα λέμε πολύ ποιοτικά πάντως.

99. Marin: χαχα
100. L: εσείς κορίτσια θα αποφασίζατε να κάνετε μια ατομική κινητικότητα; πόσο εύκολο να είναι πιστεύετε;
101. Mar: λένα ναι! πχ Συρία, ή αν κοιτάξουμε στην ιστορία μας Μ.Ασιατική καταστροφή και παλαιότερα παραδείγματα η Συρία είναι το πιο πρόσφατο που μας αφορά εμάς που μένουμε Ελλάδα
102. Elen:ακόμα
103. Marin: εγω σκεφτηκα και τη μετακινηση των πληθυσμων μετα το 40
104. L: θα συμφωνήσω μαζί σου μαρινα
105. Xr: Ψηθείτε για μια ατομική μετανάστευση! Να μαστε γειτονακια
106. Marin: η οικογενεια της γιαγιας μου που εφυγε απο τη μακεδονια οταν της εκαψαν το χωριο οι γερμανοι και ηρθαν στον πειραια
107. L: τι έχετε τραβηξει και εσεις
108. Marin: ασταα
109. Mar: μαρινα νομιζω οτι εκεινη την περίοδο υπαρχει εντονο κυμα μεταναστευσης στο εξωτερικο..μετα από μια σειρά πολέμων με κυριότερο τον β παγκ. οι Έλληνες πια ψάχνουν την τύχη τους σε Αμερικη, Αυστραλία και Ευρώπη
110. Xr: Κ τώρα που το λέμε, άντε κ καλά τα λέμε γ τους λόγους που στέλνουν τους ανθρώπους Εκτός τόπου τους. Τι γίνεται γ τη χώρα στην οποία πανε;.
111. L: και εμενα η θεια μου εφυγε για Αμερικη, για οικονομικους λογους βεβαια εδω και 50 χρονια. Εγώ πιστευ'ω οτι υπάρχει έντονη παραπληροφόρηση, άλλα περιμένουν και άλλα συναντάνε δυστυχώς έρχονται για να ζήσουν το όνειρο και για μια καλύτερη ζωή, αλλά μέχρι να την αποκτήσουν και ΑΝ την αποκτήσουν περνάνε χρόνια ολόκληρα
112. Xr: στην Αυστραλία πάντως ήταν τέτοιο τ κύμα μετανάστευσης Ελλήνων, που έχουν δική τους κοινότητα, γεμίζουν πολύ ολόκληρη!
113. L: σας φιλω!
114. Xr: Τα βρήκαν όπως περιμένανε λενά λες; η τα φτιάξαμε λόγω του ότι ήταν τόσοι Έλληνες μαζί;
115. Marin:προφανως τα εφτιαξαν .. τιποτα δεν σου δινεται ετοιμο!τα λεμε κοριτσια μου!

γ) ασύγχρονο

### **1 Elen.**

Καλησπέρα!

1α. Η κινητικότητα πληθυσμών περιλαμβάνει και μεμονωμένες περιπτώσεις ατόμων πχ νέους που δεν βρίσκους δουλειά στη χώρα τους;

1β. Τοτέ σίγουρα η ανεργία είναι ένας βασικός λόγος.... Όσο για μεγαλύτερα μέρη του πληθυσμού ο πόλεμος είναι ίσως το βασικότερο αίτιο μετανάστευσης..

### **2. Marin**

Καλημέρα σε όλους!

2α. Λένα συμφωνώ μαζί σου σίγουρα ο πόλεμος αποτελεί την πιο σημαντική αιτία μετακίνησης ολόκληρων πληθυσμών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ο πόλεμος στη Συρία και οι άνθρωποι που ήρθαν στην Ελλάδα με μόνο τους κίνητρο τη ζωή. Αυτοί οι άνθρωποι το μόνο που σκέφτονται είναι να ζήσουν με αξιοπρέπεια αυτοί και τα παιδιά τους.

2β. Όσο αφορά τη μετακίνηση μεμονωμένων ανθρώπων από τη χώρα τους σε μία άλλη χώρα κατά βάση ευρωπαϊκή, βασικό κίνητρο αποτελεί η αίσθηση πως αν αλλάξουν χώρα θα μπορέσουν να διεκδικήσουν μια καλύτερη ζωή. Ένας Πακιστανός μου είχε πει πως έκανε ταξίδι εβ1ων απο το Πακιστάν μέχρι την Ελλάδα με τα πόδια γιατί ένιωθε πως η χώρα του δεν είχε τίποτα να του προσφέρει !

2γ. Ακόμη στην Ελλάδα φίλοι και γνωστοί φεύγουν για να κάνουν σπουδές στο εξωτερικό με την ελπίδα πως θα αντιμετωπίσουν την οικονομική κρίση στη χώρα μας . Άρα αιτία κινητικότητας αποτελούν και οι σπουδές. Ελπίζουν πως το πτυχίο και το μεταπτυχιακό από τις ευρωπαϊκές χώρες θα συμβάλλει στην προσωπική τους πρόοδο αλλά θα τους δώσει και τη δουλειά που ονειρεύονται!

### 3. Elen.

3. Επίσης, τα ατομικά κίνητρα μπορεί να είναι συνδεδεμένα με τα όνειρα και τις φιλοδοξίες του κάθε ατόμου.. Δηλαδή μπορεί κάποιος να ήθελε πάντα να ζήσει σε μία συγκεκριμένη χώρα να μην ήθελε να ζήσει στη χώρα που μεγάλωσε.. ίσως να το είχαν αποφασίσει εκ των προτέρων και οι γονείς του και να ακολούθησε κάποιο πρόγραμμα όπως το IB με σκοπό να φύγει μόλις τελειώσει τη βασική εκπαίδευση.. ή να προέρχεται από δίγλωσση οικογένεια και να ήθελε να πάει στον τόπο του άλλου γονιού..

### 4. Xr.

Καλησπέρα!

4α. Πέραν από τα αίτια που αναφέρατε, ένας λόγος για την κινητικότητα πληθυσμών είναι η έκταση της παγκοσμιοποίησης στη σύγχρονη εποχή.

4β. Σίγουρα οι μετανάστες που αφήνουν τον τόπο τους λόγω φτώχειας ή πολέμου και βλέπουν μία χώρα της Ευρώπης ως σανίδα σωτηρίας, αποτελεί σύνηθες γεγονός εδώ και αιώνες.

4γ. Κάτι για το οποίο όμως είμαστε πιο συνηθισμένοι να παρατηρούμε, είναι η μεμονωμένη κινητικότητα, όπως ανέφερε κι η Μαρίνα.

4δ. Η παγκοσμιοποίηση, κατά τη γνώμη μου, βάζει στο μυαλό νέων ανθρώπων μία υπόσχεση βελτιωμένης ζωής. Είναι κάτι σαν “το αμερικανικό όνειρο” που ακολουθούσαν κάποτε πλήθη ατόμων. Νέοι άνθρωποι στις μέρες μας βρίσκουν σα μία φυσική λύση για να αποφύγουν τις κακοτοπιές που έχει ως συνακόλουθο η οικονομική κρίση, τις σπουδές στο εξωτερικό και την επακόλουθη εργασία στον τόπο αυτόν επίσης. Τα αίτια δεν είναι βιοποριστικά, περισσότερο για βελτίωση των συνθηκών η ζωή τους, η οποία σε καμία περίπτωση δεν είναι τριτοκοσμική.

4ε. Το ρεύμα μετανάστευσης έχει μεγαλώσει τα τελευταία χρόνια, από την Ελλάδα , προς άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Ρόλο παίζει η ανάπτυξη της τεχνολογίας, οι ευκαιρίες που προκύπτουν από τη χρήση του διαδικτύου και των διαδραστικών διδασκαλιών για παράδειγμα, κ την επικοινωνία με άλλους φοιτητές ή εργαζόμενους σε ξένη χώρα. Δεν πιστεύω ειλικρινά, πως υπάρχει άτομο 18-30 που να μην έχει γνωστό στο εξωτερικό.

## **5. Mar.**

5. Σίγουρα ο βιοπορισμός είναι το βασικότερο κομμάτι. Καθένας από εμάς, θέλει να ζήσει μία όσο γίνεται καλύτερης ποιότητας ζωή, με πολλές απολαβές και όσο γίνεται λιγότερες απογοητεύσεις. Για αυτό και χώρες όπως Αμερική, Καναδάς και Γερμανία, που έχουν πολύ δυνατές οικονομίες, είναι νούμερο ένα επιλογές για Έλληνες, που θέλουν να μεταναστεύσουν, έχοντας ως πρώτο στόχο τις σπουδές.

## **6. L.**

6. Κορίτσια μου, συμφωνώ με όλα όσα έχετε αναφέρει. Το πρώτο πράγμα που μου ήρθε στο μυαλό με την έννοια "κινητικότητα πληθυσμών", είναι το θέμα των προσφύγων, μιας και το έχουμε δει πολύ συχνά τον τελευταίο καιρό. Αυτό που θα ήθελα να προσθέσω στα παραπάνω, είναι το γεγονός ότι πρόσφυγας δεν νοείται κάποιος άνθρωπος, στου οποίου την χώρα γίνεται πόλεμος. Πρόσφυγας είναι ένα πρόσωπο που συνεπεία γεγονότων και δεδικαιολογημένου φόβου διώξεως ευρίσκεται εκτός της χώρας της οποίας έχει την υπηκοότητα. Αυτό σημαίνει ότι κάποιος/α μπορεί να φύγει από την χώρα του είτε για λόγους θρησκείας, σεξουαλικότητας, θύμα βιασμού, trafficking κτλ.

## **7. Mar.**

Καλησπέρα κι από 'μένα κορίτσια. Χαίρομαι που συμμετέχω κι εγώ σε αυτή τη συζήτηση.

Διαβάζοντας όλες τις παραπάνω απόψεις, συνειδητοποιώ ότι ελάχιστα θα διαφοροποιηθώ από τα όσα έχουν ήδη ειπωθεί.

7α. Η κινητικότητα των πληθυσμών είναι ένα γεγονός το οποίο υπήρχε, υπάρχει και θα υπάρχει. Εάν ανατρέξουμε στην Ιστορία, θα διαπιστώσουμε ότι ήδη από τα προϊστορικά χρόνια, ο άνθρωπος επιλέγει ή αποφασίζει να εγκαταλείψει τη γενέτειρα γη του, προκειμένου να μεταναστεύσει σε ένα νέο περιβάλλον, έχοντας πάντα το ίδιο, κατά βάση, κίνητρο, την επιβίωση και κατ' επέκταση τη βελτίωση της ζωής του.

7β. Τις περισσότερες φορές, βασικός λόγος γι' αυτές τις μετακινήσεις, είναι η εύρεση περισσότερης και καλύτερης ποιότητας τροφής, ενώ δεν είναι λίγες οι φορές που ο άνθρωπος επιλέγει να αλλάξει τόπο, προκειμένου να ζήσει σε καλύτερες κλιματολογικές, γεωγραφικές ακόμα και γεωλογικές συνθήκες.

7γ. Στα νεότερα χρόνια της Ιστορίας, οι μετακινήσεις πληθυσμών εξακολουθούν να είναι μια πραγματικότητα για τον σύγχρονο άνθρωπο. Οι αιτίες γι' αυτές τις μετακινήσεις, φαίνεται να έχουν πλέον έναν πιο πολύπλοκο χαρακτήρα από ότι στο παρελθόν. Για παράδειγμα, είναι σαφές πως μεγάλες πληθυσμιακές ομάδες έχουν αναγκαστεί να μεταναστεύσουν λόγω πολιτικών κρίσεων που οδήγησαν σε πόλεμο (πχ Μικρασιατική καταστροφή, πόλεμος στη Συρία).

7δ. Ακόμα, μια άλλη αιτία για την μετακίνηση πληθυσμών είναι η οικονομική κρίση που μπορεί να μαστίζει μία χώρα. Οι οικονομικοί μετανάστες, αναγκάζονται να αποδημήσουν από τη χώρα τους για να μπορέσουν να στήσουν τη ζωή τους σε καλύτερα θεμέλια από αυτά που βρήκαν στη χώρα τους. Σίγουρα, σε αυτήν την κατηγορία μεταναστών, μπορούμε να εντάξουμε και τους φοιτητές που αναζητούν καλύτερες συνθήκες εκπαίδευσης και ως εκ τούτου, εργασίας σε μία άλλη χώρα.

7ε. Όλα τα παραπάνω καθιστούν σαφές, ότι οι μετακινήσεις πληθυσμών, συμβαίνουν πάντα, έχοντας έναν απώτερο σκοπό, την ελπίδα εύρεσης και εγκατάστασης σε έναν τόπο που θα είναι πιο φιλόξενος από τον τόπο καταγωγής.

## **8. Marin.**

8α. Σκέφτηκα λίγο παραπάνω το θέμα... Με τον όρο κινητικότητα πληθυσμών μπορούμε να αναφερθούμε και στην μετακίνηση πληθυσμών από τόπο σε τόπο εντός της Ελλάδας. Μετά τον πόλεμο του 40' ολόκληρες οικογένειες έφευγαν από τον τόπο τους για να ζήσουν στις μεγάλες πόλεις οι οποίες θα τους έδιναν δουλεία και καλύτερες συνθήκες διαβίωσης. Αλλά και αργότερα στη δεκαετία του 70 δεν ήταν λίγοι εκείνοι που έφευγαν από τα χωριά τους για να ζήσουν στις μεγάλες πόλεις, για να βρουν δουλειά και να σπουδάσουν.

8β. Μάλιστα οι συνθήκες που αντιμετώπιζαν το πρώτο διάστημα εγκατάστασης στη μεγαλούπολη ήταν ιδιαίτερα δύσκολες. Για παράδειγμα ο παππούς μου πήρε τη γυναίκα του και τα παιδιά του και από το χωριό στην Καρδίτσα και βρέθηκε στα Εξάρχεια να μένει σε ένα υπόγειο μιας πολυκατοικίας. Αυτό που ήθελε ήταν να δώσει στα παιδιά του την ευκαιρία να σπουδάσουν μιας που στο χωριό είχε μόνο δημοτικό σχολείο!

8γ. Ωστόσο τα τελευταία χρόνια και λόγω της οικονομικής κρίσης βλέπουμε στη χώρα μας να συμβαίνει το αντίθετο! Από τις μεγαλουπόλεις όλο και πιο πολλοί νέοι ξεκινούν να φτιάξουν τη ζωή τους στις μικρότερες πόλεις και στα χωριά!

## **9. Mar.**

9α. Μαρίνα έχεις δίκιο! Ουσιαστικά περιγράφεις το φαινόμενο της αστικοποίησης. Η αλήθεια είναι ότι όταν πρωτοδιάβασα το θέμα της συζήτησής μας, το πρώτο που σκέφτηκα ήταν η αστικοποίηση. Ωστόσο, η δεύτερη και πιο επίκαιρη σκέψη, της μετανάστευσης λόγω πολέμου, ήταν αυτή που τελικά επικράτησε.

9β. Κάποτε η ανάγκη για εύρεση εργασίας έκανε πολύ έντονο το φαινόμενο να εγκαταλείπεται η ελληνική ύπαιθρος και να γεμίζουν τα αστικά κέντρα.

9γ. Σήμερα, τα πράγματα έχουν αντιστραφεί. Ο Έλληνας, εάν δεν φύγει στο εξωτερικό, επιλέγει να εγκαταλείψει την πόλη για να επιστρέψει στο χωριό, αφού η εργασιακή πραγματικότητα στα αστικά κέντρα είναι κορεσμένη.

9δ. Και αυτός ίσως να σημαίνει ότι η οικονομική κρίση μπορεί να έχει έστω και ένα “θετικό”, τον επαναπροσδιορισμό της ταυτότητάς μας ως Έλληνες, ακόμα και των ίδιων των αξιών μας. Ίσως, αυτή η επιστροφή στο χωριό, να σημαίνει πως ξεκινάμε να συνειδητοποιούμε τις δυνατότητες της χώρας μας ως προς τον γεωργικό τομέα, ο οποίος αποτελεί και έναν από τους σπουδαιότερους οικονομικούς πυλώνες της Ελλάδας.

9ε. Με άλλα λόγια θέλω να σχολιάσω, ότι το φαινόμενο της αστικοποίησης που κάποιες δεκαετίες πριν έλαβε θηριώδη έκταση, σε σημείο που αρκετά ελληνικά χωριά ερήμωσαν, ίσως να οφείλεται, εκτός των άλλων, στη ματαιοδοξία του σύγχρονου Έλληνα να μεταμορφωθεί σε Δυτικοευρωπαίο, αποποιούμενος τον τόπο καταγωγής του.

## **10. L.**

10. Υπάρχει βέβαια έντονο το φαινόμενο της ατομικής κινητικότητας. Οι λόγοι είναι κυρίως οικονομικοί πλέον, ειδικά στη χώρα μας. Πολλοί νέοι εξαιτίας της ανεργίας είτε αναζητούν εργασία στο εξωτερικό είτε πραγματοποιούν σπουδές και στη συνέχεια μένουν εκεί. Το δυσάρεστο είναι ότι δεν επιθυμούν να επιστρέψουν στην χώρα καταγωγής τους, καθώς χαρακτηριστικά αναφέρουν ότι δεν έχει πλέον κάτι να τους προσφέρει.

### **11. Elen.**

11. Κορίτσια να σκεφτούμε και λίγο την εσωτερική μετανάστευση, εντός μίας χώρας.. Για την Ελλάδα μπορεί να είναι η ποιότητα ζωής, σπουδές ή βιοποριστικοί λόγοι αλλά για άλλες χώρες της Ευρώπης νομίζω είναι και λίγο στη νοοτροπία τους, αφού συνηθίζεται μετά τα 18 να αφήνουν το σπίτι των γονιών τους.

### **12. Marin.**

12. Δεν το ειχα σκεφτεί αυτό Λενα! Αρα καταλήγουμε πως και για την εσωτερική και την εξωτερική μετανάστευση τα κίνητρα μπορεί να είναι είτε οικονομικά είτε για τις προσωπικές φιλοδοξίες καθενός.

### **Ομάδα 3**

α) δια ζώσης

1. Γ. : Λοιπόν, είμαστε εδώ σήμερα για να μιλήσουμε για την κινητικότητα των πληθυσμών στον ευρωπαϊκό χώρο και στον κόσμο γενικότερα. Για τους λόγους που έχει αυξηθεί η κινητικότητα αυτή την ε... ας πούμε τα τελευταία χρόνια στην Ευρώπη ε... λοιπόν αυτό που έχω εγώ να πω είναι ότι το φαινόμενο της οικονομικής κρίσης το οποίο τώρα τελευταία είναι πάρα πολύ έντονο, έχει κάνει τους νέους κυρίως, και της χώρα μας αλλά και των άλλων χωρών, να μετακινούνται προς χώρες που μπορούνε τα, ας πούμε, τα προσόντα τους να τους αποδώσουν περισσότερα χρήματα. Ας πούμε, βλέπουμε πολύ έντονα τα τελευταία χρόνια γιατρούς που φοιτούν στην Ελλάδα να ταξιδεύουν και να μεταναστεύουν στη Γερμανία και στην Αγγλία προκειμένου να μπορέσουνε να κάνουνε πχ την ειδικότητά τους γιατί εδώ έχουνε 10 χρόνια αναμονή για να ξεκινήσουν την ειδικότητα ενώ εκεί τους παίρνουν κατευθείαν και κάνουνε την ειδικότητά τους. Ωραία

2. Σ.: Επ' αυτού όμως πρέπει να σκεφτείς και λίγο το οικονομικό βάρος το οποίο έχει η χώρα η οποία είναι στο...η χώρα η αρχική από εκεί που ξεκινάνε. Δηλαδή το να εκπαιδεύσεις έναν άνθρωπο είναι ένα τεράστιο κόστος και την υπεραξία την καρπώνεται το κράτος στο οποίο πηγαίνει.

3.Γ.: Συμφωνώ σε αυτό.



- 4.Α.: Και αυτό είναι ένα μεγάλο μειονέκτημα για την χώρα...
5. Σ. Προέλευσης.
6. Α. Προέλευσης του ατόμου που μεταναστεύει, γιατί ουσιαστικά εδώ μιλάμε για μετανάστευση και όχι απλή μετακίνηση πληθυσμών.
7. Σ.: Ακριβώς, μιλάμε για οικονομική μετανάστευση.
8. Ι.: Βέβαια και οι νέοι, πολλοί επιλέγουν να ξεκινήσουν από την αρχή τις σπουδές τους στο εξωτερικό οπότε πλέον αυτό έχει αρχίσει να αλλάζει για να είναι έτοιμοι για μετά γιατί ξέρουν ότι εκεί θα αναζητήσουν εργασία οπότε επιλέγουν εξαρχής να σπουδάσουν στο εξωτερικό πολλά παιδιά.
9. Λ.: Σε κάποια κράτη είναι και δωρεάν το να φοιτήσεις, ας πούμε στη Γαλλία δεν υπάρχουν δίδακτρα. Οπότε αν εμένα ας πούμε στη Γαλλία που προσέφερε καλύτερη προοπτική εργασίας θα το σκεφτόμουνα από το να σπουδάσω εδώ περά, καλύτερα να πάω εκεί για αν ξέρω ότι θα 'χω δουλειά εστω ως δασκάλα ως οτιδήποτε θέλω να κάνω στη ζωή μου. Είναι και αυτός ένας παράγοντας δηλαδή και η αποκατάσταση μετά.
10. Α.: Ουσιαστικά μιλάμε ως μεγάλη αιτία για την μετακίνηση των ατόμων σε άλλη χώρα, τις σπουδές με δυο λόγια. Αυτό λέμε και μετέπειτα...
11. Ι. Η εργασία
12. Α. Για την αποκατάσταση την εργασιακή Βέβαια.... εντάξει είναι λίγο... περίεργο το κλίμα. Δηλαδή...αυτή είναι πιο βασική αιτία, αλλά δεν είναι και εύκολο να πάρει κανείς αυτή την απόφαση.
13. Σ. Κοίτα, ε...αυτά είναι σύγχρονα ζητήματα ε; Η μετακίνηση πληθυσμών είναι κάτι που υπάρχει από το παρελθόν.
14. Α. Ναι, από πολύ παλιά.
15. Σ. : Λοιπόν, ε...κοίτα γενικά η μετακίνηση πληθυσμών είναι κάτι το θετικό, σε γενικές γραμμές, δηλαδή είναι ό,τι είναι η θεωρία της εξέλιξης για τη Βιολογία είναι η μετακίνηση των πληθυσμών για την προώθηση των κοινωνιών.
16. Α.: Σωστά. Σωστό αυτό που λες. Επίσης ας μην ξεχνάμε ότι είναι και στη φύση του ανθρώπου να μετακινείται συνεχώς και να μην επαναπαύεται.
17. Σ. Προφανώς.
18. Α. Άμα το πάμε κοινωνιολογικά. Αλλά άλλο αίτιο βασικό, μια που συζητάμε τα αίτια της μετανάστευσης είναι και το..., δηλαδή μέχρι τώρα εξετάζουμε τη

μετανάστευση του ατόμου, μόνο του, που παίρνει μια απόφαση να αλλάξει χώρα ή να αλλάξει πόλη. Ας μην το παμε μόνο ότι από της Ελλάδα πάω στην Ολλανδία για να κάνω μεταπτυχιακό. Μπορεί να φύγω από την Αθήνα για να πάω στη Θεσσαλονίκη γιατί εκεί μπορεί να βρω δουλειά. Αλλά ας εξετάσουμε το ενδεχόμενο της μετακίνησης ολόκληρων πληθυσμών, όπως νομίζω ότι ξεκίνησες να πεις Σπύρο.

19. Ι.: Δε θα μας πεις ποτέ Σπύρο, ε;

20. Σ. Τί να πω ρε παιδιά ε...

21. Α. Τί να πεις

22. Σ. Ιστορικά είναι ε..ιστορικά.

23. Ι. Ναι γιατί εμείς πολύ ιστορικά δεν το χουμε...

24. Α. Εγώ έχω πολλά παραδείγματα επ' αυτού για αυτό ήθελα να τα συζητήσουμε.

25. Σ. Τα πάντα έχουν διαμορφωθεί στην πραγματικότητα και στην κοιν.....στον κόσμο από τις μετακινήσεις πληθυσμών.....

26. Α. Σωστό.

27. Σ. ....Ξεκινώντας από την κάθοδο των Δωριέων..περνώντας πιο πρόσφατα στη μικρασιατική καταστροφή.

28. Α. Σωστά

29. Σ. Όλο το σύγχρονο ελληνικό κράτος δομήθηκε από τους μικρασιάτες πρόσφυγες και τις “παστρικιές”

30. Α. Ο παππούς μου. Έφυγε από τη Μ. Ασία και πήγε στη Μακεδονία.

31. Σ. Ακριβώς.

32. Α. Πρώτη μετακίνηση. Δεύτερη μετακίνηση επί...το 40 με τους Γερμανούς ενώ είχε φτιάξει όλη του την οικογένεια ξανά στην Μακεδονία άφησε το χωριό του και ήρθε στον Πειραιά γιατί οι Γερμανοί του καψαν όλο το χωριό, πήρε και τα παιδιά του και μετακινήθηκε ξανά πάλι στον Πειραιά για να μπορέσει να συνεχίσει τη ζωή του και αυτός και η οικογένειά του.

33. Σ. Γκαντέμης ο παππούς σου.

34. Α. Ήταν αλλά ήταν και πολύ δυνατός άνθρωπος σκέφτηκα, για να κάνει όλες αυτές τις μετακινήσεις.

35. Σ. Προφανώς.

36. Α. Άρα ως αίτιο, αφού εξετάζουμε τα αίτια της μετακίνησης είναι ουσιαστικά

37. Γ. Οι πόλεμοι
38. Α. Οι πόλεμοι και επιβίωση.
39. Γ. Σωστά. Όπως βρίσκουμε πολύ πρόσφατα. Έγινε ο πολέμος στη Συρία, μετακινήθηκαν οι πληθυσμοί στην Τουρκία, ήρθαν στην Ελλάδα με σκοπό όμως να διοχετευθούν. Άσχετα αν τους σταμάτησαν στα σύνορα τους περισσότερους, ο σκοπός του καθενός απ' αυτούς ήταν να διοχετευθούν σε χώρες της κεντρικής Ευρώπης. Αυτό που ήθελα να πω εγώ, είναι ότι βλέπουμε, θα μπορούσε να πεις κανείς, μία μετακίνηση από τα ανατολικά προς τα δυτικά ....
40. Α. Σωστό.
41. Γ. ....και από τα Νότια προς τα βόρεια. Εκεί πέρα υπάρχουνε πολλές αιτίες. Οι πόλεμοι και όλα αυτά έχουνε να κάνουνε με το ανατολικά προς τα δυτικά, γιατί απομακρύνονται ουσιαστικά από την Μικρά Ασία, από την Ασία που γίνονται πάρα πολλοί πόλεμοι και που γενικώς το έδαφος δεν είναι εύκολο, έτσι, ...υπάρχουν πετρέλαια εκεί και υπάρχει θέμα, οπότε μετακινούνται έρχονται σε εμάς ή πάνε πιο ψηλά και φεύγουν προς τα δυτικά για να ξεφύγουν απ' όλο αυτό, ή από τα νότια προς τα βόρεια για τους ε...για οικονομικούς λόγους κυρίως.
42. Α. Νομίζω ότι η μετακίνηση προς την Ευρώπη και στα Δυτικά γενικότερα, προς τη Δύση είναι εξαιτίας του ευρωπαϊκού προτύπου που έχει καλλιεργηθεί το τελευταίο διάστημα....
43. Γ. Σωστά.
44. Α. ....Δηλαδή όλοι έχουν στο μυαλό τους αν πάνε στην Ευρώπη θα βρουνε καλύτερες συνθήκες διαβίωσης.
45. Ι. Αυτό εγώ νομίζω το έχουνε για την Αμερική μέχρι τώρα...
46. Α. Και την Αμερική.
47. Λ. Απλά πιστεύω είναι πιο προσιτή η Ευρώπη σε σχέση με την Αμερική που χρειάζεται χαρτιά το 'να τ' άλλο.
48. Α. Δηλαδή, σκέψου όλες οι χώρες της ανατολικής, στην Ασία και τα σχετικά που όλοι θέλουν να έρθουν όλοι στην Ευρώπη, άκουγα τους πρόσφυγες από τη Συρία και μου έλεγαν ότι όλοι θέλουν να πάνε στην Ευρώπη, θέλουν να....
49. Ι. Θέλουν να πάνε στην Ευρώπη γιατί νομίζουν ότι είναι πιο εύκολη η πρόσβαση.
50. Λ. Πιστεύω απλά ότι θέλουν να φύγουν από τη χώρα τους.
51. Ι. Γιατί στην Αμερική δε θα μπορούσαν να μείνουνε

52. Α. Ίσως και οι τελευταίες εξελίξεις στην Αμερική..δηλαδή όλα αυτά που γίνονται
53. Ι. Καλά τώρα θα έχει χειροτερέψει, σίγουρα
54. Α. Ναι.
55. Ι. Αλλά... πριν..νομίζω είναι δύσκολο
56. Α. Πριν υπήρχε το αμερικάνικο όνειρο, American dream, άλλωστε.
57. Λ. Υπήρχε για εμάς, τώρα για αυτούς δεν ξέρω αν υπήρχε το αμερικάνικο όνειρο.
58. Ι. Αυτοί, δεν..ναι...
59. Γ. Είμαστε το αντίστοιχο για αυτούς. Η κεντρική Ευρώπη είναι το αντίστοιχο για αυτούς.
60. Α. Ναι. Ας πούμε να σας πω ένα παράδειγμα. Κάποια στιγμή, τελοσπάντων, μίλαγα με έναν Πακιστανό και μου έλεγε ότι στα 17 του αποφάσισε να φύγει από το Πακιστάν, ενώ ήταν σε οικογένεια δηλαδή, ζούσαν οι άνθρωποι δεν είναι ότι πεινούσαν ή είχαν πόλεμο και αποφάσισε να φύγει και να έρθει στην Ευρώπη, και έκανε ταξίδι 3ων ημερών χωρίς να πει σε κανεναν τίποτα, στους γονείς του τίποτα, απλά σηκώθηκε και έφυγε για να έρθει στην Ελλάδα, γιατί θεωρούσε ότι αν έρθει στην Ευρώπη θα ζει καλύτερα.
61. Ι. Χωρίς να έχει γνωστούς; Έτσι ήρθε;
- 62.Α. Με άλλους δύο..
63. Γ. Οι περισσότεροι έτσι είναι είναι...
64. Α. Με άλλους δύο ομοεθνείς του και σηκώθηκε και έφυγε.
65. Ι. Είναι οργανωμένοι κάποιοι, και έχουν κάποιο γνωστό και έρχονται. Δεν έρχονται έτσι.
66. Α. Αυτός ήρθε μόνος του.
67. Λ. Εγώ πιστεύω δύσκολα έχουν κάποιο γνωστό.Γιατί πού να βρεθεί τώρα ο γνωστός;
68. Α. Και μου έκανε εντύπωση ότι πήγε με τα πόδια, πήγε με τα πόδια δηλαδή από το Πακιστάν σε μία άλλη χώρα, δε θυμάμαι τώρα εκεί κοντά, και μετά πήγε με λεωφορεία μέχρι την Τουρκία και μετά πέρασε τα σύνορα και όλα αυτά τα έκανε με

μόνο κίνητρο ότι θεωρούσε ότι θα εκφραστεί καλύτερα σε μία άλλη χώρα, παρά στη δική του. Μήπως και αυτό είναι ένα κίνητρο;

69. Α. Εγώ νομίζω ότι

70. Ι. Για καλύτερες συνθήκες;

71. Σ. Κοίτα....

72. Ι. Τί είπες; Δεν άκουσα....γι αυτό...

73. Σ.....ένα άλλο σημαντικό κίνητρο, σορρυ, είναι και η ελευθερία του λόγου,

74. Α. Κάτι τέτοιο...

75. Σ.....μην ξεχνάμε ότι πολύ κόσμος ο οποίος είναι, ο οποίος κατοικεί στις χώρες της Μέσης Ανατολής, έχει πρόβλημα και δεν μπορεί να εκφραστεί. Μειονότητες όπως οι ομοφυλόφιλοι,...

76. Α. Σωστά....

77. Σ..... όπως οι “αλλόθρησκοι” σύμφωνα με το δόγμα της κυρίαρχης θρησκείας που έχουν εκεί πέρα, οπότε αναγκάζονται να φύγουν για να βρουν μια καλύτερη ζωή όχι απαραίτητα οικονομική αλλά όσον αφορά την ελευθερία. Γεωργία τί λες;

78. Γ. Συμφωνώ σε αυτό. Και μάλιστα τώρα τελευταία επειδή παρατηρείται το φαινόμενο οι μουσουλμάνοι να μην είναι αποδεκτοί λόγω όλων αυτών που έχουν γίνει των τρομοκρατικών επιθέσεων ε.... βλέπουμε τους μουσουλμάνους να πηγαίνουν σε χώρες που είναι έτσι λίγο πιο ελεύθερες όσον αφορά τη θρησκεία για να μπορούν να εκφράζονται εκεί καλύτερα. Δεν είναι παντού κοινό...ας πούμε η θρησκεία είναι σωστό. Δεν ξέρω. Για πες μου και εσύ τη γνώμη σου.

79. Α. Μπορεί να παίζει ρόλο και η θέση της γυναίκας σκέφτηκα.

80. Γ. Σωστό.

81. Α. Ότι σε μία αραβόφωνη χώρα, μουσουλμανική, μπορεί, ας πούμε, κάποια γυναίκα να θέλει να ασχοληθεί με το χορό. Να έχει όνειρο το χορό. Έχουμε δει και ταινίες άλλωστε πιστεύω. Που επειδή ήθελε να ασχοληθεί με το χορό δεν της το επέτρεπε το δόγμα οπότε αποφάσισε να φύγει για πάει κάπου στην Ευρώπη για να συνεχίσει τις σπουδές της επ' αυτού.

82. Ι. Άρα και αυτό έχει να κάνει είτε με το επαγγελματικό είτε με την επιβίωση πάλι. Δεν είναι κάποιο διαφ..δεν το θεωρώ σαν μία διαφορετική κατηγορία, ας πούμε....

83. Α. Μήπως είναι και οι φιλοδοξίες του ατόμου; Εγώ εκεί...

84. I. Ναι..Α...δεν το εντάσσεις στο επαγγελματικό εσύ αυτό...
85. Λ. Κοίτα..το επαγγελματικό είναι και φιλοδοξία
86. Α. Όχι επειδή το χω ανάγκη...επειδή θέλω να το κάνω...Εχω όρεξη...
87. I. Ναι..ναι..ναι. Δεν είναι απαραίτητα οικονομικά
88. Α. Εχω μία φιλοδοξία προσωπική για μενα. Να ολοκληρωθώ ως άτομο όχι για να βγάλω λεφτά
89. I. Ναι ναι...
90. Σ. Παιδιά συγγνώμη, γιατί είναι επαγγελματικό; Δηλαδή, το να θέλω εγώ να ζήσω τη ζωή μου σύμφωνα με το πως ορίζω εγώ τους κανόνες και όχι όπως μου τους ορίζει κάποιος τρίτος, δεν είναι αιτία σημαντικότερη απο τα λεφτά;
91. Α. Είναι φιλοδοξίες προσωπικές.
92. I. Και επίσης....
93. Α. Πες μου Σπυρο...
94. Σ..... δε νομίζω ότι εν τέλει διαφωνεί κανείς ότι οποιαδήποτε μετακίνηση πληθυσμών γίνεται για οικονομικούς λόγους. Δηλαδή ακόμα και ο πόλεμος για οικονομικούς λόγους γίνεται. Άρα εν τέλει, βάση όλων των μετακινήσεων είναι οι οικονομικοί λόγοι.
95. Α. Περίμενε. Κάτσε.
96. Σ. Τα πετρέλαια για τα οποία γίνεται ο πόλεμος είναι οικονομικός λόγος. Τα συμβόλαια ανοικοδόμησης για τα οποία γίνεται ο πόλεμος είναι οικονομικός λόγος.
97. Α. Σωστό αυτό που λες. Όλα ξεκινάνε από τα λεφτά αλλά ο Σύριος ο οποίος ζει στη Συρία στην πόλη του όμορφα και ωραία και σκάει η βόμβα και του χαλάει το σπίτι δε θα φύγει επειδή δεν είχε λεφτά πριν. Μια χαρά λεφτά είχε.
98. I. Απλά ο Σπύρος λέει...
99. Λ. Είναι θέμα επιβίωσης..
100. I. Το πάει ένα βήμα βαθύτερα..
101. Α. Ένα βήμα βαθύτερα ναι...
102. I. ότι ας πούμε ουσιαστικά το αίτιο είναι οικονομικό...εκεί το πάει...
103. Α. Αλλά για το Σύριο που αποφασίζει να αφήσει τη χώρα του και να μην πάει να μείνει στο βουνό κάτω από μία σπηλιά για να προστατευτεί, και να ρθει μέχρι την Ελλάδα..

104. Σ. Ναι, Μπράβο..
105. Α. είναι δική του θέληση
106. Σ. Αυτό είναι το δεύτερο βήμα.
107. Α. Ναι επιβίωση, αλλά εκείνος παίρνει την απόφαση
108. Σ Αυτό όμως είναι το δεύτερο βήμα. Το 1ο βήμα έχει γίνει από άλλους.
109. Α. Προφανώς. Μα όλα έχουν βάση τα λεφτά.
110. Ι. Ερήμην του κιόλας.
111. Γ. Ναι αλλά οι άλλοι δεν είχαν ως σκοπό τη μετακίνηση του πληθυσμού. Οι άλλοι είχανε ως σκοπό να βγάλουνε λεφτά.
112. Σ. Όχι αλλά ήξεραν ότι θα είναι μία απόρροια αυτού που κάνουν.
113. Γ. Δε νομίζω ότι είναι κάτι το οποίο θα έφτανε εκεί. Για να το συνδέσω με τα προηγούμενα ε.. ας πούμε μια μουσουλμάνα μπορεί να θέλει να πάει να ζήσει σε μία άλλη χώρα για να σπουδάσει χορό θα μπορούσε αν δεν υπήρχε...ε.... η θρησκεία σαν απαγορευτικός παράγοντας στη χώρα της να σπουδάσει το χορό στη δική της χώρα. Ουσιαστικά δεν είναι η φιλοδοξία ούτε το οικονομικό, είναι αυτό που λες Σπύρο, είναι το να ζήσει τη ζωή της με τον τρόπο που θέλει.
114. Λ Να ζησει ελευθερα κάποιος.
115. Γ. Απλά δεν επιτρέπεται στη δική της χώρα. Άρα μετακινείται.
116. Α. Η προσωπική της ολοκλήρωση και πάλι.
117. Λ. Θεωρώ ότι είναι μεμονωμένες περιπτώσεις αυτές....
118. Γ. Μπράβο. Δεν είναι όμως η φιλοδοξία, ούτε τα λεφτά..
119. Λ. ...ότι είναι πολύ λίγες σε σχέση με τα βασικότερα αίτια. Ουσιαστικά τώρα και εγώ θα μπορούσα να θέλω να ασχοληθώ με κάτι που δεν υπάρχει στην Ελλάδα και, ή επαγγελματικό ή το οτιδήποτε και γι αυτό το λόγο να φύγω αλλά δεν πιστεύω ότι είναι τόσο ισχυρός λόγος για να με κάνει να φύγω.
120. Ι. Και δεν είναι και μαζική φυγή.
121. Σ. Ακριβώς.
122. Λ. Και επίσης είναι ότι ουσιαστικά αυτά τα άτομα έχουν μάθει να ζουν με τέτοιο τρόπο, δηλαδή η γυναίκα έχει μάθει να είναι υποχείριο του άντρα. Είναι στη νοοτροπία όλης της κοινωνίας.

123. Α. Ναι αλλά εκείνη μπορεί να έχει μεγαλώσει σε μία οικογένεια που να είναι λίγο διαφορετική.
124. Ι. Απλά είναι αυτό μεμονωμένες περιπτώσεις.
125. Α. Σίγουρα δεν είναι μαζική μετανάστευση.
126. Ι. Πιστεύω έχει δίκιο η Λένα σε αυτό που λει. Ας πούμε πιο ισχυρό κίνητρο είναι το οικονομικό, να μπορείς να επιβιώσεις είτε έχει να κάνει με οικονομικούς παράγοντες είτε με το να μην απειλείται η ζωή σου ...
127. Α. Ναι..
128. Ι. ...όταν θα πεις κάτι, όταν θα κάνεις κάτι διαφορετικό. Παρά τώρα ένα όνειρο που θέλει να κυνηγήσει καποιος.
129. Α. Σωστό αυτό που λες απλά λέμε πιθανούς λόγους μετακίνησης. Σωστό, συμφωνώ.
130. Σ. Δεν ξέρω αν έχει νόημα να συζητάμε τη μετακίνηση σε ατομική βάση.
131. Ι. Αυτό. Είναι πιο μαζικό φαινόμενο.
132. Α. Σίγουρα..αλλά ...
133. Σ. Έτσι δεν είναι; Δηλαδή το αν εγώ μετακινήθηκα στη Σουηδία επειδή στις διακοπές μου γνώρισα ένα γκομενάκι
134. Ι. Και αυτό παίζει.
135. Α. Και αυτό είναι ένα αίτιο μετακίνησης....
136. Σ. Είναι ατομικό, είναι ατομικό.
137. Α. ...μετακίνησης ανθρώπου που αλλάζει χώρα επειδή ερωτεύτηκε κάποια από τη Σουηδία.
138. Σ. Ατομικό.
139. Α. Ατομικό...μα...
140. Σ. Δεν μπορώ να χαρακτηρίσω ..
141. Α. ...Μα υπάρχουν δύο αίτια μετακίνησης
142. Σ. ...το σύνολο της μετακίνησης των πληθυσμών επειδή εγώ γουστάρω μια ψηλή, ξανθιά Σουηδέζα.
143. Α. Μα δε συζητάμε το συνολο, συζητάμε τη δική σου μετακίνηση.
144. Σ. Όχι συζητάμε νομίζω στη γενικότητα.
145. Α. Ατομικά μπορεί να είναι και θέμα υγείας.



146. I. Ναι έχει δίκιο.
147. Λ. Τα πάντα μπορούν να είναι..
148. Α. Είναι δύο. Είναι ατομικά και είναι και μαζικά. Έτσι ορίζεται η μετακίνηση νομίζω. Όχι; Καλά μπορεί να κάνω..
149. Σ. Δεν ξέρω, τί να σου πώ..
150. I. Ναι..Μπορούμε να την χωρίσουμε σε δύο επίπεδα.
151. Α. Αυτό λέω.
152. I. Ένα μαζικό και ένα ατομικό.
153. Α. Όπως και εσωτερικά, δηλαδή εντός της χώρας στην οποία μένεις και εξωτερικά, φεύγοντας στο εξωτερικό.
154. Λ. Και πάλι οι λόγοι είναι παρόμοιοι. Δεν είναι διαφορετικοί όμως.
155. Α. Αυτό λέω. Ουσιαστικά λέμε ότι...τα οικονομικά...
156. Γ. Νομίζω ότι όταν η μετακίνηση είναι μαζική έχει να κάνει με έναν λόγο ο οποίος δεν είναι και πολύ ωραίος. Όταν η μετακίνηση είναι ατομική ο λόγος είναι συνήθως πολύ ωραίος.....
157. I. Τις περισσότερες φορές.
158. Γ.....Δηλαδή έχω συναντήσει ανθρώπους Γερμανούς που ζούνε μόνιμα στην Αμοργό γιατί τους αρέσει η ηρεμία και το τίποτα και έχουνε φύγει από το χαμό.
159. Α. Απλά μπορεί να αναγκαστώ να φύγω και εγώ επειδή δε βρίσκω δουλειά στην Ελλάδα. Αυτό δεν θα ναι και πολύ ωραίο.
160. I. Εκεί θα ναι μαζική όμως..
161. Γ. Ναι αλλά είναι μαζική
162. I. Γιατί δεν φεύγεις μόνο εσύ..
163. Γ. Μπράβο. Μιλάω και πανω σε σένα. Συγγνώμη
164. Α. Ναι αλλά δε μετακινείται ολόκληρος πληθυσμός ταυτόχρονα οπως ας πούμε γίνεται αυτή τη στιγμή στη Συρία
165. I. Αυτή τη στιγμή όχι..
166. Γ. Δε γίνεται ταυτόχρονα.
167. I. Δε φεύγουν εκατομμύρια..
168. Γ. Καλά δεν οργανωνόμαστε να κλείσουμε πούλμαν πάμε όσοι και φύγαμε..

169. Ι. Απλά αν δεις ας πουμε το ποσοστό είναι πολύ περισσότεροι απ ό,τι σε μία άλλη περίοδο.
170. Σ. Σήμερα πχ. η εφημερίδα των Συντακτών είχε ένα άρθρο μάλλον όχι άρθρο, μία στατιστική έρευνα που παρουσίαζε ότι το 74% των παιδιών τα οποία πάνε σχολείο αυτή τη στιγμή ζούνε με το όνειρο μόλις τελειώσουν το σχολείο να φύγουν στο εξωτερικό για σπουδές και για δουλειά.
171. Α. Για την Ελλάδα λέμε τώρα;
172. Σ. Για την Ελλάδα.
173. Ι. Πριν 15 χρόνια δεν θα ήταν τόσο μεγάλο. Σε καμία περίπτωση.
174. Α.Ναι.
175. Σ. Αυτό ακριβώς.Θα ήταν ένα ποσοστό 5%; Όπου τότε επειδή ήταν οι παχιές αγελάδες εδώ πέρα και υπήρχε ακόμα και το αμερικάνικο όνειρο γινόταν. Βέβαια για να πω κάτι. ....
176. Γ. Ολοκλήρωσε.
177. Σ. Ευχαριστώ. Για να μου πείτε κάτι και να πείτε και την άποψή σας...Λοιπόν, η αλήθεια είναι ότι τόσοσ ντόρος για τη μετακίνηση γίνεται τα τελευταία χρόνια για τον εξής απλό λόγο: Τα έθνη δημιουργήθηκαν γύρω στο 18ο αιώνα όταν άρχισε να αναπτύσσεται η βιομηχανική επανάσταση....
178. Ι. Αλήθεια τώρα θες να σου πούμε την άποψή μας;
179. Σ. Και να θεμελιώνεται...
180. Γ. Για την αποικιοκρατία;
181. Ι. Όχι εγώ θα την πω την άποψή μου.
182. Σ. Σας παρακαλώ.
183. Ι. Ύπουλος.
184. Σ. Και να θεμελιώνεται ο καπιταλισμός. Πριν από τότε υπήρχε και εξακολουθούσε να υπάρχει μετακίνηση
185. Ι. Τί αποικιοκρατία;
186. Σ. Γιατί όπως είπαμε η μετακίνηση είναι κατι το οποίο χρονολογείται από τα αρχαία χρόνια αλλά δε γινόταν ντόρος, δε γινόταν θέμα και ούτε το συζητάγανε γιατί δεν υπήρχε η έννοια του έθνους στο οποίο εγώ θα πρέπει να παώ να αφομοιωθώ.

Ντάξει; Επομένως μήπως και η έννοια της μετακίνησης των πληθυσμών είναι κάτι φτιαχτό το οποίο μας έχει οδηγήσει η σύγχρονη κοινωνία να το δημιουργήσουμε;

187. Α. Σωστά.

188. Σ. Γεωργία.

189. Ι. Ορίστε η Γεωργία που ήταν έτοιμη....

190. Γ. Θεωρώ ότι η μετακίνηση των πληθυσμών δεν είναι κάτι φτιαχτό. Είναι κάτι το οποίο δημιουργείται από ανάγκες.

191. Σ. Συγνώμη που σε διακοπώ. Η έννοια της μετακίνησης. Τα αίτια, οι αφορμές....

192. Ι. Εσύ δηλαδή εννοείς ότι είναι κάτι το φυσικό που πάντα γινόταν .....

193. Σ. Ακριβώς.

194. Ι. ....που δε θα έπρεπε καν να ασχοληθούμε και να μη μας προβληματίζει σαν φαινόμενο.

195. Γ. Δηλαδή τώρα ουσιαστικά έχει έρθει αυτό στο προσκήνιο μόνο και μόνο για να ασχοληθούμε με αυτό και όχι με κάτι άλλο; Αυτό λες;

196. Σ. Όχι δεν το θέτω ως βάση θεωριών συνομοσίας και τέτοια

197. Γ. Αλλά; Γιατί έτσι μου ακούστηκε...

198. Σ. Όχι, όχι για κανένα λόγο. Το θέτω στη βάση ότι είναι κάτι τελειώς φυσιολογικό και το οποίο εμείς το μεγεθύνουμε μόνο και μόνο για να χουμε να μιλάμε σε κάποια κανάλια.

199. Α. Όχι δεν είναι αυτό. Δεν είναι φυσιολογικό όταν ένας άνθρωπος αφήνει όλα ό,τι έχει γύρω του για να πάει σε μία άλλη χώρα...

200. Σ. Πάντα γινόταν αυτό το πράγμα.

201. Α. Πάντα εξαρτάται..αλλά δεν είναι φυσιολογικό.

202. Λ. Όχι τόσο μαζικά.

203. Γ. Κοίτα να δεις. Όχι. Έχει δίκιο σ' αυτο που λέει.

204. Λ. Απλά ήταν διαφορετικές οι συνθήκες.

205. Α. Γιατί αν το παρουμε φιλοσοφικά η φύση του ανθρώπου..

206. Σ. Όχι δεν είναι καθόλου ως φιλοσοφικό.

207. Α...δεν είναι μόνος του να μετακινείται από χώρα σε χώρα. Είναι για να βρίσκεται μέσα σε μία κοινωνία.

208. I. Εμενα αμα ήταν η φύση μου αυτή θα ήταν
209. Σ. Δεν είναι καθόλου φιλοσοφικό. Δηλαδή δεν υπάρχουν πχ. για να πάρω και ένα ακραίο παράδειγμα, όταν φύγαν οι Τούρκοι από την Ελλάδα με την επανάσταση του '21 για να πάνε στην Τουρκία ...
210. Α. Ωραία.
211. Λ. Να σου πώ κάτι; Τότε δεν ήταν ούτε εύκολη η μετακίνηση ούτε...
212. Γ. Επειδή άμα το συνεχίσουμε θα το απλώσουμε πολύ αυτό, για να το κλείσουμε θα πούμε το εξής: Επειδή σήμερα η πληροφορία μετακινείται με πολύ μεγάλη ταχύτητα ασχολούμαστε όλοι με αυτό ακριβώς επειδή παίρνουμε πληροφορία και για το παραμικρό. Το βλέπεις στο facebook το παίρνεις σε μήνυμα, το βλέπεις στην τηλεόραση, το βλέπεις στο Internet.....
213. Σ. Ε ναι.
214. Γ. ....παλιά δεν υπήρχε αυτό. Για αυτό γίνεται μεγάλο θέμα. Ωραία.
215. I. Συμφωνώ.
216. Σ. Κλείνοντας λοιπόν με φέρνεις σε αυτό που λέω ότι δεν είναι η ουσία αλλά είναι κάτι φτιαχτό μέσα από το facebook και το οτιδήποτε.
217. Γ. Ας συμφωνήσουμε ότι διαφωνούμε.
218. Α. Αυτό.

β) chat



1. I:
2. S: Καλησπέρα παιδιά
3. L: Γεια παιδιά
4. I: γειάαααα!!!!
5. G: Λοιπόν ας μιλήσουμε για τους λόγους στους οποίους οφείλεται η κινητικότητα των πληθυσμών
6. L: Ναιιι
7. I: Εγώ θα ήθελα να ρωτήσω κάτι...

- 8.L: Εγώ πιστεύω ένας βασικός λόγος είναι ο πόλεμος.. συγχρόνα αλλά και παλαιότερα
9. G: και οικονομικοί λόγοι φυσικά
10. I: θεωρεί κανείς ότι η κινητικότητα των πληθυσμών είναι κάτι θετικό;
11. L: Ναι μα ο πόλεμος εμπλεκεται με οικονομικούς λόγους
12. S: Ναι. Μέσω της κινητικότητας οι κοινωνίες πηγαίνουν μπροστά
13. I: Λ'ένα μην πεταγεσαι
14. L: Συγγνωμη.. αλλά μας αφορά όλους το θέμα
15. S: Είναι ο βασικός λόγος οικονομικής ανάπτυξης
16. I: δηλαδή;
17. A: Καλησπέρα και από εμένα
18. I: γείααααα....
19. Spiros TzaninisΑλλά ταυτόχρονα αν το δούμε από την κοινωνική μεριά του θέματος. Η μετακίνηση ωθεί τις κοινωνίες μπροστά
20. Georgia Samarasπύρο αυτό είναι σωστό όμως μόνο αν το δεις σε βάθος χρόνου
21. Spiros TzaninisΜαθαίνουμε να είμαστε ανεχτικοί στη διαφορετικότητα
22. Aliki PapaΣπύρο κάποιες ωθούνται μπροστά και κάποιες μένουν πίσω.
23. Spiros TzaninisΕίτε αυτό έχει να κάνει με θρησκευτικούς λόγους
24. Ioanna Psi διαφορετικότητα υπάρχει και στο πλαίσιο ενός μικρότερου πληθυσμού...
25. G: αν το δεις στο σήμερα στο τώρα για τους ανθρώπους που το ζουν είναι μεγάλο πρόβλημα
26. L: Ωθει και τα άτομα σε εξέλιξη.. θετική ή αρνητική αλλά πιστεύω επιδρά στην ατομική εξέλιξη του ατόμου
27. S: Είτε για λόγους σεξουαλικού προσανατολισμού κλπ
28. L: Κλπ δηλαδή;;
29. A: Για παράδειγμα η Ολλανδία που δεχεται μεταπτυχιακούς φοιτητές αναβαθμίζει το επιστημονικό της υπόβαθρο ενώ η Ελλάδα το χάνει
30. S: Αλικάκι για να πάνε μπροστά σημαίνει ότι πρέπει να πάνε. Για να μείνουν πίσω σημαίνει ότι το καλύτερο είναι να μείνουν πίσω. Είναι ακριβώς όπως η θεωρία της εξέλιξης

31. A: Και για γυρίσουμε στο θέμα μας πάνε για κυρίως οικονομικούς λόγους
32. I: Σπύρο, από τη μια καταλαβαίνω αυτό που λές...αλλά πιστεύω ότι δεν είναι απαραίτητος παράγοντας η μετακίνηση για να εξελιχθεί μια κοινωνία...μπορεί να εξελιχθεί οικονομικά και στο πλαίσιο των συνόρων της
33. L: Καλα και η στασιμότητα δεν είναι παντα αρνητικη
34. S: Αν κάποιο καινούργιο είδος δεν μπορεί να επιβιώσει πεθαίνει. Αν είναι ισχυρότερο επιβιώνει
35. G: μωρε καλή η θεωρία της εξέλιξης αλλά όταν χανονται ανθρωποι και όταν πεινάνε δεν είναι ευκολο
36. A: Παιδια ακριβώς για να μη χαθούν οι άνθρωποι μετακινούνται και όχι για να εξελιχθεί η κοινωνία
37. S: Ιωάννα αν δεν αναμειχθούν οι πληθυσμοί πως θα αλλάξουν???
38. L: Μα καλα υπαρχει αναμειξη και χωρις μετακινηση. Ειδικα στις μερες μας με την τεχνολογια
39. S: Πως Λένα μου?
40. I: συμφωνώ...
41. A: Ας πούμε λίγο για τα αίτια
42. G: η εξέλιξη της κοινωνίας είναι το αποτέλεσμα και όχι η αιτία κατά τη γνώμη μου
43. I: με Λένα...
44. L: Δεν χρειαζεται να βρισκεσαι με τη φυσικη σου παρουσιαση
45. S: Μη πεταγεσαι! Η κουβέντα είναι σοβαρή! Δεν γράφουμε έκθεση να βγούμε εκτός θέματος
46. G: δεν έχουμε αναπτύξει τη σεξομετακίνηση και ανησυχω
47. S: Η κουβέντα είναι ζωντανός οργανισμός
48. L: Ερωτικοι μεταναστες..
49. A: Παιδιά αποφασίζω να μετακινηθω πρώτα για προσωπικούς λόγους που αφορούν την επιβίωση μου και την προσωπική μ εξέλιξη
50. S: Σεξομετακινηση δεν υπάρχει! Έρχονται εδώ οι ξένοι τους τρώμε τις γυναίκες και αυτοί κλαίνε
51. G: χαχαχαχαχ

52. I: χαχαχαχαχαχαχ
53. A: Λένα ναι μπορώ να μετακινηθω επειδή ερωτεύτηκα και θέλω να ζήσω σε μία άλλη χώρα ή και πόλη εντός της χώρας μου
54. L: Αχααχα
55. I: ωραία τοποθέτηση Σπύρο....
56. L: Η τους αντρες...
57. A: Χαχα Σπύρο
58. S: Παντα ειναι ωραια η τοποθέτηση μου. Τα εχει πει και ο παρούσης
59. I: παρούσης;;;;;
60. S: Πανουσης!!! Γαμημενο autocorrect
61. G: ποιος ειναι ο παρούσης ρε σπύρο?έλεος
62. I: πα;;;;ρού;;;σης;;;
63. L: Παρουζης;;
64. A: Στο θέμα μας παιδιά πάντως ας σκεφτούμε πως ένας άνθρωπος αποφασίζει να μετακινηθεί για να ζήσει καλύτερα
65. L: Η επειδη δεν μπορει να κανει αλλιως. Γιατι θα πεθανει. Αν υπαρχει πολεμος
66. A: Σωστό Λένα
67. L: Η αν δεν εχει λεφτα να ζησει την οικογενεια του
68. A: Γενικά η επιβίωση
69. G: λοιπόν οι νέοι μετακινούνται για να βρούν καλύτερο μέλλον
70. I: η αν θέλει να κάνει κάτι που δε μπορεί στη χώρα του...
71. G: και οι γονείς τους τούς ενθαρρύνουν προς αυτήν την κατεύθυνση
72. I: όπως για παράδειγμα να εκφραστεί ελεύθερα....
73. L: Σεξ;;
74. I: η να κυνηγήσει μια διαφορετική καριέρα...
75. L: Να πραξει εκευθερα..
76. S: Η κουβέντα εχει εκτροχιαστεί
77. G: η κουβέντα εεχει εκτροχιαστεί
78. I: η σεξ....μας τα πρηξες Λενα...
79. A: Οι προκαταλήψεις μιας χώρας ωθούν στην απομάκρυνση των νέων απο αυτή

80. L: Θελω να καταστεί σαφές
81. G: τι εννοείς αλική?
82. S: Όλο το σεξ σκέφτεστε...
83. I: παιδιά δεν ξέρω τι λέτε αλλά νομίζω πως η κουβέντα έχει εκτροχιαστεί...
84. L: Δεν συμφωνώ Αλική. Προκαλήσεις υπάρχουν παντού. Δεν είναι λόγος μετακίνησης. Αν ήταν έτσι κανένα κίνημα δεν θα είχε καταφέρει τίποτα
85. I: οπότε καταληγουμε ότι οι κυριότεροι λόγοι μετακίνησης είναι οικονομικοί και λόγοι επιβίωσης;
86. L: Όλοι θα φευγανε. Και δεν θα παλευαν τίποτα
87. I: μιλάω πάντα για μαζική μετακίνηση...
88. A: Ναι έχεις δίκιο σε αυτό
89. G: φυσικά και είναι λόγος μετακίνησης αλλά για όχι και τόσο μεγάλο μέρος του πληθυσμού
90. L: Ναι συμφωνώ Ιωάννα
91. S: Παιδιά ξεφεύγουμε
92. L: Οι βασικότεροι λόγοι είναι αυτοί. Και υπάρχουν μικροί ατομικοί παράγοντες κάθε φορά
93. I: Σπύρο βγες από την κουβάντα....
94. A: Συμφωνώ
95. S: Ο λόγος είναι ένας παιδιά! Ο ΚΑΠΙΤΑΛΙΣΜΟΣ
96. I: 😊
97. L: Ναι συμφωνώ σπυρο
98. G: αμαν με το καπιταλισμο!!
99. L: Σπυρο
100. A: Χάρηκα παιδιά για την εποικοδομητική συζήτηση. Φιλιά
101. S: Καλό ποτακι
102. Lena EllΚαλές ποταρες
103. Alike ParaAχ ευχαριστώ





104. Ioanna Ps

105. G: λοιπον ας συμφωνήσουμε στο καλό ποτάκι!!!

106. S: Νύχτα! Πάω να φάω

107. I: καληνύχτα!

γ) ασύγχρονο

### **1. G.**

Καλημέρα

1α. Το φαινόμενο της κινητικότητας στον ευρωπαϊκό χώρο στην σύγχρονη ιστορία οφείλεται κυρίως σε οικονομικούς λόγους. Στα μέσα του 20ου αιώνα μεγάλος αριθμός Ελλήνων μεταναστεύει σε χώρες της κεντρικής Ευρώπης προκειμένου να βρει δουλειά με μεγαλύτερες αποδοχές από ότι στην Ελλάδα. Σήμερα, οι νέοι κυρίως, αλλάζουν τόπο διαμονής για τον ίδιο λόγο. Μεγάλη διαφορά του τότε με το τώρα είναι ότι οι νέοι σήμερα έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο και επιλέγουν να μείνουν σε μια χώρα που θα μπορούν να ασχοληθούν με το αντικείμενο το οποίο σπούδασαν , ενώ στο παρελθόν οι δουλειές με τις οποίες ασχολούνταν οι άνθρωποι ήταν κυρίως στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα.

1β. Επιπλέον αξίζει να παρατηρήσουμε εδώ ότι στις μέρες μας λόγω της ΕΕ είναι πάρα πολύ εύκολη η μετακίνηση από την μια Ευρωπαϊκή χώρα στην άλλη κάτι που διευκολύνει την κινητικότητα μεταξύ των χωρών.

### **2. L.**

Συμφωνω γεωργια.. η επιβίωση και οι φιλοδοξίες του ατομου συν τον οικονομικο παραγοντα επηρεαζουν τις ενεργειες του ατομου και τον ωθουν να αλλαξει κατοικια

### **3. S.**

Άρα μιλάμε για ατομικό επίπεδο!!! Δεν είναι η μετακίνηση ένα κοινωνικό θέμα? μήπως θα έπρεπε να μιλάμε σε ένα μεγαλύτερο επίπεδο πληθυσμού?

#### **4. G.**

4. φυσικά και είναι ένα κοινωνικό θέμα, για να το καταλάβεις δεξ την μεγάλη εικόνα. Μπορεί ο καθένας να αποφασίζει ατομικά να μετακινηθεί για την επαγγελματική του αποκατάσταση αλλά επειδή είναι κάτι το οποίο γίνεται κατά κόρον τα τελευταία χρόνια μπορούμε να το δούμε και συνολικά σαν μετακίνηση πληθυσμού.

#### **5. I.**

5. Συμφωνώ Γεωργία...σκεφτείτε ότι τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί πολύ το ποσοστό των ανθρώπων που φεύγουν από την Ελλάδα για να αναζητήσουν εργασία σε άλλες χώρες. Μπορεί, δηλαδή να μην φεύγουν ταυτόχρονα και οργανωμένα όλοι, αλλά σταδιακά καταληγει να είναι μαζική μετακίνηση...Λένα?Σπυρο? Τι λέτε?

#### **6. G.**

6α. Ένας ακόμα παράγοντας που ενισχύει την κινητικότητα των πληθυσμών στον κόσμο αλλά και ειδικότερα στον ευρωπαϊκό χώρο είναι πολιτικές ταραχές , οι πόλεμοι και οι τρομοκρατικές ενέργειες οι οποίες έχουν αύξηση τα τελευταία χρόνια. Αναφέρω χαρακτηριστικά τον πρόσφατο πόλεμο στην Συρία που είχε σαν αποτέλεσμα ένας τεράστιος αριθμός προσφύγων να μετακινηθεί προς την Ευρώπη με πρώτο σταθμό την Ελλάδα, από την οποία στόχος ήταν η μετακίνηση στην υπόλοιπη Ευρώπη.

6β. Παρότι οι συνθήκες δεν ήταν ευνοϊκές γι' αυτούς τους ανθρώπους η μή ύπαρξη εναλλακτικής λύσης δεν σταμάτησε την μετακίνησή τους.

#### **7. L.**

7. Ναι αυτό συνέβαινε πάντα αλλά το πιο σύγχρονο περιστατικό είναι αυτό.. και μας αφορά άμεσα οσους ζουμε στην Ελλάδα

#### **8. I.**

8. Διαβασμένη η Γεωργία...

## **9. L.**

9. Ιωαννα τι πιστευεις εσυ;

## **10. I.**

10α.Εγώ πιστεύω πως οι προσωπικές-επαγγελματικές φιλοδοξίες αποτελούν έναν σημαντικό λόγο μετακίνησης.

10β.Ωστόσο, συμφωνώ με τον Σπύρο, ότι αφορούν περισσότερο στην ατομική μετακίνηση...

10γ. Άρα, πιο σημαντικό κίνητρο για μαζική μετακίνηση είναι κατά τη γνώμη μου οι πόλεμοι και οι οικονομικές δυσκολίες, καθώς είναι η βάση της ανθρώπινης επιβίωσης.

## **11. A.**

Συμφωνώ με όσα λέτε! Θα ήθελα να προσθέσω ακόμη πως μπορεί κάποιος να αλλάξει μέρος στο οποίο ζει για ψυχολογικούς λόγους. Ίσως καποια δυσάρεστη εμπειρία να τον οδηγήσει για να τα παρατήσει όλα και να πάει σε κάποια πόλη στην οποία θα αισθάνεται και θα εκφράζεται καλύτερα.