

Προχωρώντας τις τελικές μιντιακές εφαρμογές

A. Παρούση & B. Τσελφές

1. Ο λόγος για τον οποίο ένα μάθημα για τη μιντιακή κουλτούρα των παιδιών ολοκληρώνεται με την παραγωγή ενός μιντιακού προϊόντος/έργου, βρίσκεται στην υπόθεση ότι μια τέτοια ομαδική παραγωγή θα μυήσει, περισσότερο ή λιγότερο, τα μέλη των ομάδων των φοιτητών/τριών (μέσω του βιώματος και της σχετικής εμπειρίας) στα εν πολλοίς υπόρρητα χαρακτηριστικά της μιντιακής κουλτούρας (σχετικές πολιτισμικές πράξεις/ επιτελέσεις και συνδεδεμένα με αυτές πολιτισμικά σχήματα).

Πρόκειται δηλαδή για την τελική μαθησιακή διαδικασία της σειράς των μαθημάτων μας (σύμφωνα με την γενικότερη πραγματιστική προσέγγιση που επιλέξαμε γι' αυτά) και όχι για μια διαδικασία αξιολόγησης των φοιτητριών.

Ο λόγος, επίσης, για τον οποίο, εδώ, παρουσιάζονται εκ των υστέρων κάποιες εξηγήσεις σχετικές με τις διαδικασίες παραγωγής (αφού δηλαδή έχουν αρχίσει οι διαδικασίες παραγωγής), βρίσκεται στο ότι μόνον κάτω από αυτή την προϋπόθεση είναι πιθανόν οι εξηγήσεις αυτές να κατανοηθούν (επειδή υπάρχει εμπειρία αναφοράς και εξηγήσεις σχετικές με εμπειρίες που δεν έχουν βιωθεί, αυτονόητα, δεν είναι κατανοητές).

2. Υποδείξαμε ότι τα μιντιακά αυτά προϊόντα θα ήταν καλό να τα σκέφτονται οι φοιτήτριες ως NFTs, για να αξιώνουν από τους εαυτούς τους και τις συναδέλφους που συνεργάζονται να παράγουν ένα μιντιακό «έργο τέχνης». Ένα μιντιακό προϊόν υψηλής αισθητικής, που δεν θα το αγόραζε ένας γονιός απλά ως μέσο απασχόλησης ή και μάθησης για τα παιδιά του αλλά θα τον ενδιέφερε και ως μια σύνθεση που έχει από μόνη της αξία (και χρηματική), όπως τα «κλασικά έργα τέχνης» ή τα ψηφιακά «NFTs-έργα τέχνης» της εποχής μας. Αυτό σημαίνει ότι στην πράξη οι παραγωγές, εκτός από το ότι θα πρέπει να μπορούν να εμπλέξουν παιδιά με τη θεματική που επιχειρούν να προβάλλουν (αφηγηματικές δομές που πετυχαίνουν να αναθέσουν ρόλους στα παιδιά θεατές ή χειριστές), θα πρέπει να μπορούν, μέσω της εμπλοκής, να προσφέρουν και μια **αισθητική εμπειρία**.

3. Η αισθητική εμπειρία ενός θεατή ή χειριστή (παιδιού ή ενήλικα) μπορεί να προσεγγιστεί με διάφορους τρόπους.

Μπορεί, για παράδειγμα, να προσεγγιστεί συναισθηματικά ως «εμπειρία με νόημα»: μια εμπειρία που έχει ενδιαφέρον (δεν είναι αδιάφορη), δεν είναι «άσχετη», είναι όμορφη και όχι άσχημη, διασκεδαστική και όχι βαρετή.

Πραγματιστικά, μπορεί να προσεγγιστεί και με τον ακόλουθο τρόπο, ο οποίος θα βοηθούσε τις ομάδες να βελτιώσουν τις παραγωγές τους:

3.1. το μιντιακό προϊόν/έργο προσφέρει αναπόφευκτα στον θεατή/χειριστή του μια σειρά από «παραστατικές αμεσότητες» (εικόνες, ήχους, κινήσεις κ.λπ. που γίνονται άμεσα και αυθόρμητα αισθητές από τον θεατή/χειριστή).

3.2. Αυτές οι «παραστατικές αμεσότητες» συνοδεύονται/παρουσιάζονται μέσα από «συμβολικές αναφορές» (σημεία, για τα οποία μιλήσαμε μέσω της σημειωτικής του Peirce), που

3.3. παραπέμπουν σε «αιτιώδεις αποτελεσματικότητες» που διαθέτει λόγω της βιωμένης εμπειρίας του ο θεατής/χρήστης (γεγονότα με αιτίες και συναισθήματα που έχει βιώσει ο θεατής/χειριστής).

Με τον τρόπο αυτό ο θεατής/χειριστής βιώνει μια νέα εμπειρία που ξεκινάει από τις παραστατικές του αμεσότητες και ολοκληρώνεται ως αφήγηση μέσα από τις αιτιώδεις αποτελεσματικότητες των παλαιότερων εμπειριών του.

Αυτή η νέα εμπειρία **δεν θα είναι** μια αισθητική εμπειρία αν επαναλαμβάνει με τον ίδιο περίπου τρόπο μια προηγούμενη. Αν δηλαδή οι παραστατικές αμεσότητες (ΠΑ) μαζί με τις συμβολικές αναφορές (ΣΑ) τους τον «στέλνουν» σε κάτι που έχει ξαναζήσει αρκετές ή πολλές φορές... σε παγιωμένες δηλαδή στη βιωμένη εμπειρία του αιτιώδεις αποτελεσματικότητες (ΑΙΑ). Γιατί, πολύ απλά ... αυτό το έργο το έχει ξαναδεί...

Αυτή η νέα εμπειρία **θα είναι** μια αισθητική εμπειρία αν μεταξύ ΠΑ, ΣΑ και ΑΙΑ μεσολαβούν κάποια **κενά** που ο θεατής/χειριστής προκαλείται να συμπληρώσει, κατασκευάζοντας κάποια νέα γι' αυτόν νοήματα... υποθέτοντας με τη φαντασία του κάποιες νέες συναισθηματικά φορτισμένες αιτίες... κάποιες νέες ΑΙΑ...

Με όρους αφήγησης, θα πρέπει ο ρόλος που αναλαμβάνει ο θεατής/χειριστής, ρόλος που σίγουρα θα ξεκινήσει από κάτι γνωστό από τη βιωμένη εμπειρία του, κάτι που έχει ξανακάνει, να βρεθεί ξαφνικά στο κενό!! Αυτή η εμπειρία είναι αισθητική! Μπορεί να προκαλέσει έξαψη αλλά και δυσφορία... μπορεί να είναι διασκεδαστική ή εκνευριστική... δεν θα είναι όμως βαρετή και θα μπορεί να γεννήσει νέα πολιτισμικά σχήματα και πρακτικές... νέα κομμάτια κουλτούρας... για να καλύψει το κενό...

Διαφορετικά: ο θεατής/χειριστής ξεκινάει βιώνοντας «την πεπατημένη» σε μια σχέση, πέφτει σε ένα κενό και οδηγείται σε μια νέα γι' αυτόν ή εναλλακτική συνάντηση/συνέντευξη/ μορφή σχέσης...

4. Τα κενά που παράγουν τις αισθητικές εμπειρίες κρύβουν τον κίνδυνο ο θεατής/χειριστής να εγκαταλείψει... νιώθοντας ότι ωθείται «έξω από τα νερά του»... Εδώ αναλαμβάνει ρόλο η αισθητική της μορφής του προϊόντος/έργου. Αν οι παραστατικές αμεσότητες και οι συμβολικές αναφορές έχουν «παγιδεύσει» με τη μορφή τους τον θεατή/χειριστή μέσα στην αφήγηση, τότε οι πιθανότητες να βιωθεί η αισθητική εμπειρία είναι πολύ μεγαλύτερες από την εγκατάλειψη...

5. Μέχρι τη Δευτέρα (9-5-22) το βράδι θα θέλαμε, ένα μέλος από την κάθε ομάδα να στείλει στο mail (tselfesv@ecd.uoa.gr ή και apurous@ecd.uoa.gr) το «σενάριο» του προϊόντος/έργου που αναπτύσσεται από την ομάδα (όπως είναι αυτή τη στιγμή) και αν είναι δυνατόν να ξεχωρίσει και να υποδείξει το κομμάτι του σεναρίου που υποθέτει ότι μπορεί να δημιουργήσει το «κενό» που είναι πιθανό ότι θα προκαλέσει μια αισθητική εμπειρία... Την αισθητική της μορφής του προϊόντος/έργου θα τη δούμε επιτόπου...