



Ιδέες & συμβουλές για Νέους Δημοσιογράφους



Young Reporters
for the environment

Αθήνα 2008

Η ΕΕΠΦ είναι η παλαιότερη περιβαλλοντική Μη Κυβερνητική Οργάνωση πανελληνίας εμβέλειας. Ιδρύθηκε το 1951 και έχει ως αποστολή της να ενημερώνει και να ευαισθητοποιεί, τόσο τους Έλληνες, όσο και αυτούς που αγαπούν την Ελλάδα, για τη φυσική κληρονομιά της χώρας μας και να δραστηριοποιείται για την προστασία της.

Η ΕΕΠΦ συνετέλεσε στη δημιουργία των περισσότερων Εθνικών Δρυμών, των υγροτόπων διεθνούς σημασίας της Συνθήκης Ramsar και πολλών άλλων προστατευόμενων περιοχών. Πρωτοστάτησε, επίσης, στις προσπάθειες προστασίας απειλούμενων ειδών.

Η ΕΕΠΦ εκπροσωπεί στην Ελλάδα το διεθνές Ίδρυμα για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση (FEE) και είναι μέλος σημαντικών διεθνών περιβαλλοντικών οργανισμών, όπως το IUCN και το EEB. Για το έργο της έχει τιμηθεί από την Ακαδημία Αθηνών, το Συμβούλιο της Ευρώπης και το Ίδρυμα Ford.

Η ΕΕΠΦ δραστηριοποιείται σήμερα, σε όλη την Ελλάδα, σε τέσσερις τομείς: περιβαλλοντική εκπαίδευση, προγράμματα προστασίας της φύσης, παρεμβατική προστασία και γενικότερη ευαισθητοποίηση του κοινού.

Χορηγός



Για τη δημιουργία του παρόντος εκπαιδευτικού υλικού εργάστηκαν εθελοντικά:

*Μετάφραση και απόδοση
του Αγγλικού κειμένου στα Ελληνικά*
ΓΕΩΡΓΙΑ ΦΕΡΜΕΛΗ

Διόρθωση
ΜΑΡΙΑ Σ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ

Εικονογράφηση
ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΧΡΙΣΤΟΦΟΡΙΔΟΥ

Εκδότης
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΦΥΣΗΣ
Νίκης 20, 105 57 Αθήνα
Τηλ.: 210 3224944, 210 3314563, 210 3255341
Fax: 210 3225285
Ιστοθέση: www.eepf.gr
E-mail: hspn@hol.gr

Καλλιτεχνική επιμέλεια
ANNA ΚΑΤΣΟΥΛΑΚΗ

Παραγωγή
ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΣ Α.Ε.

© Δεκέμβριος 2008-Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης

Δεν επιτρέπεται η μερική ή ολική αναδημοσίευση του έργου αυτού, καθώς και η αναπαραγωγή του με οποιοδήποτε μέσο χωρίς τη σχετική άδεια του εκδότη.

Περιεχόμενα

Πώς γράφουμε ένα δημοσιογραφικό άρθρο	7
Σχέσεις με τον Τύπο	14
Οργανώνοντας μια συζήτηση στρογγυλής τραπέζης	17
Επικοινωνία και αειφόρος ανάπτυξη	19
Οργανώνοντας τη συνεργασία	22
Δημιουργώντας μια διεθνή αναφορά	24
Εργαλεία επικοινωνίας	28



Αγαπητοί «Νέοι Δημοσιογράφοι»

Στον οδηγό που κρατάτε στα χέρια σας θα βρείτε μερικές πρακτικές συμβουλές σχετικά με την υλοποίηση ενός προγράμματος Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, στο πλαίσιο του διεθνούς δικτύου Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης «Νέοι Δημοσιογράφοι για το Περιβάλλον».

Συγκεκριμένα, θα βρείτε μερικές ιδέες για το πώς θα οργανώσετε καλύτερα το πρόγραμμά σας, πώς θα κάνετε τη συνεργασία σας πιο αποδοτική, πώς θα γνωστοποιήσετε τα αποτελέσματά σας στο ευρύ κοινό, πώς θα οργανώσετε μια συνάντηση εργασίας με διάφορους φορείς, πώς θα γράψετε ένα άρθρο ώστε να το δημοσιεύσετε σε μια τοπική εφημερίδα κτλ.

Στο δίκτυο των «Νέων Δημοσιογράφων για το Περιβάλλον» συμμετέχουν περισσότερες από 20 χώρες και εκατοντάδες σχολεία, τα οποία υλοποιούν προγράμματα σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

Ένας από τους κυριότερους στόχους του δικτύου είναι η ανάπτυξη της συνεργασίας. Η συνεργασία μεταξύ μαθητών/-τριών με κοινό σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος. Η αδιάλλειπτη λειτουργία του δικτύου από το 1993 μέχρι και σήμερα αποδεικνύει την αποδοχή του από την εκπαιδευτική κοινότητα.

Ελπίζουμε αυτός ο οδηγός να φανεί χρήσιμος για την επιτυχή υλοποίηση του προγράμματός σας.



Πώς γράφουμε ένα δημοσιογραφικό άρθρο

Ο στόχος κάθε δημοσιογράφου (άρα και ο δικός σας στόχος) είναι να γράψει ένα άρθρο που θα έχει απήχηση στο ευρύ κοινό. Πρέπει λοιπόν να πείσετε τους αναγνώστες σας ότι αξίζει να διαβάσουν το άρθρο σας από την αρχή έως το τέλος. Θα τους «πάρτε από το χέρι», θα τους γοητεύσετε, θα τους «δείξετε το δρόμο» για να προσπελάσουν το κείμενό σας, ώστε να μείνουν τελικά ευχαριστημένοι.

Στο σχολείο οι καθηγητές σας σάς μαθαίνουν πώς να γράψετε σωστά ένα κείμενο. Διαβάζουν με προσοχή κάθε εργασία σας, την αξιολογούν και τη βαθμολογούν.

Η πρόκληση για ένα δημοσιογράφο είναι πάντα πώς θα τραβήξει το ενδιαφέρον του αναγνωστικού κοινού. Γι' αυτό, θα πρέπει να σκεφτείτε σαν δημοσιογράφοι. Δεν απευθύνεστε πλέον μόνο στην οικογένειά σας, τους φίλους σας ή τους καθηγητές σας!

Άρθρο, ραδιοφωνικό ρεπορτάζ ή βίντεο;

 Η γραφή είναι το πιο οικείο μέσο και ταιριάζει στους περιορισμούς που θέτει το διαδίκτυο. Επίσης, είναι πάντα πιο εύκολο να χρησιμοποιήσει κανείς ένα στυλό από μια φωτογραφική μηχανή. Αλλά εξαρτάται από εσάς εάν θα κάνετε ραδιοφωνικό ρεπορτάζ ή αν θα φτιάξετε ένα βίντεο. Πρέπει να σκεφτείτε καλά αν έχετε τον εξοπλισμό και τη βοήθεια που απαιτούνται.

 Οι βασικοί κανόνες της δημοσιογραφικής γραφής (ύφος, βασικό μήνυμα και ταξινόμηση των πληροφοριών) εφαρμόζονται σε κάθε μέσο.

Εμπλουτίστε το περιεχόμενο

Η προσέγγιση του θέματος για το οποίο θα γράψετε πρέπει να είναι πολύ-πλευρη. Δώστε έμφαση στις σημαντικές πληροφορίες βάζοντάς τις σε πλαίσιο. Χρησιμοποιήστε εικόνες με λεζάντες, γράψτε παραπομπές.

Για να είστε σίγουροι ότι τα άρθρα σας θα κεντρίσουν το ενδιαφέρον του αναγνώστη, να αξιοποιήσετε τις μεθόδους που χρησιμοποιούν οι δημοσιογράφοι.

Το ιδανικό βέβαια θα είναι να ζητήσετε βοήθεια από έναν επαγγελματία δημοσιογράφο. Γιατί δε ζητάτε από ένα δημοσιογράφο της τοπικής ημερήσιας εφημερίδας της περιοχής σας να γίνει «νονός» του προγράμματός σας; Μπορείτε επίσης να βρείτε πλούσιο σχετικό υλικό στην ιστοθέση του προγράμματος «Νέοι Δημοσιογράφοι για το Περιβάλλον».

Γράφοντας για το κοινό

Όταν γράφετε το άρθρο σας, να σκέφτεστε σε ποιους απευθύνεστε. Γράφετε για το ευρύ κοινό: θα πρέπει να μπορούν όλοι να διαβάσουν το άρθρο σας και να το κατανοήσουν. Μπείτε στη θέση του αναγνώστη: εξηγήστε τα πράγματα όπως θα θέλατε να σας τα εξηγήσουν.

Στο σημείο αυτό, χρειάζεται προσοχή. Μετά από αρκετούς μήνες έρευνας, θα έχετε γίνει πραγματικά ειδικοί στο θέμα για το οποίο ερευνάτε. Γνωρίζετε, π.χ., το δήμαρχο, αφού απευθυνθήκατε σε αυτόν για πληροφορίες. Αλλά και οι πιο περίεργες συντομογραφίες δε σας είναι πλέον άγνωστες! Αυτό όμως δεν ισχύει και για τους αναγνώστες! Το θέμα ίσως να μην τους είναι τόσο οικείο και ο ρόλος σας είναι να τους ενημερώσετε γράφοντας ένα κείμενο σαφές και κατανοητό.

Να διαβάσετε ξανά το άρθρο που γράψατε μήπως βρείτε αναφορές σε πρόσωπα, περιοχές, οργανισμούς, αλλά και τυχόν συντομογραφίες που χρειάζονται διευκρίνιση.

Πράγματα που πρέπει να προσέξει ένας δημοσιογράφος

- ❁ **Η θέση που υιοθετούμε**, η άποψή μας για το θέμα. Σε κάθε άρθρο εκφράζουμε μία και μόνο άποψη. Για παράδειγμα, εάν θέλτε να γράψετε για ένα θερμικό σταθμό παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας, μπορείτε να προσεγγίσετε το θέμα από την τεχνική του πλευρά, την οικονομική πλευρά, από τη σκοπιά του διευθυντή, να παρουσιάσετε την οπτική των κατοίκων της περιοχής όπου αυτό βρίσκεται. Αν θέλετε να θίξετε ποικίλες πτυχές, μπορείτε να γράψετε διαφορετικά άρθρα. Το να έχετε συγκεκριμένη άποψη σημαίνει ότι πρέπει να κάνετε κάποιες επιλογές. Όλες οι πληροφορίες που έχετε συγκεντρώσει μπορεί να μη σας φανούν χρήσιμες. Ίσως χρειαστεί να παραλείψετε κάποιες. «Υιοθετώ άποψη» σημαίνει επιλέγω πληροφορίες. Ωστόσο, για κάποια θέματα, όπως η «αειφόρος ανάπτυξη», θα πρέπει να αναδειχτούν διάφορες, ακόμη και αντικρουόμενες μεταξύ τους, απόψεις. Τα θέματα αυτά είναι σύνθετα και θα πρέπει να είστε αντικειμενικοί στην προσέγγισή τους.
- ❁ **Το κυρίως μήνυμα** είναι το πιο σημαντικό. Απαντά στο ερώτημα «Τι καινούριο υπάρχει;» ή «Τι είναι πιο σημαντικό για τους αναγνώστες μου;». Βρίσκω το κυρίως μήνυμα σημαίνει επιλέγω το σημαντικό και βάζω στην άκρη τα δευτερεύοντα. Πώς θα καθορίσετε το κυρίως μήνυμα; Απαντάτε στις εξής «συστατικές ερωτήσεις» με τη μεγαλύτερη δυνατή ακρίβεια: «ποιος;», «τι;», «πού;», «πότε;», «πώς;», «γιατί;».
- ❁ Στη δημοσιογραφία, η δημιουργία μιας περίληψης προϋποθέτει την **ιεραρχική ταξινόμηση των πληροφοριών** βάσει του κυρίως μηνύματος. Το κυρίως μήνυμα πάντα εμφανίζεται στην αρχή του άρθρου. Ταξινομούμε τις πληροφορίες:
 - από την πιο σημαντική στη λιγότερο σημαντική
 - από την πιο συγκεκριμένη στην πιο αόριστη
 - από το μερικό στο γενικό
 - από το παρόν στο παρελθόν.

Να μην ξεχνάτε να συγκεντρώνετε στο ίδιο σημείο κάθε φορά του άρθρου σας τις πληροφορίες που συνδέονται μεταξύ τους, ώστε να μην επαναλαμβάνεστε. Όταν αναφέρεστε σε μια ιδέα, να ολοκληρώνετε το στοχασμό σας, προτού ξεκινήσετε να ασχοληθείτε με μια νέα ιδέα.

Η επιλογή των λέξεων

- ✿ Να χρησιμοποιείτε λέξεις που είναι απλές (οι πιο κοινές, γνωστές σε όλους τους αναγνώστες), σαφείς (υπάρχει συνήθως μία σωστή λέξη: ψάξτε να τη βρείτε).
- ✿ Προσοχή στους επιστημονικούς και τεχνικούς όρους. Συχνά δεν είναι κατανοητοί από όλους και τείνουν να είναι δυσνόητοι. Χρησιμοποιήστε τους υπό έναν όρο: να τους καταλαβαίνετε. Διαφορετικά δε θα μεταφέρετε με σαφήνεια τις πληροφορίες στους αναγνώστες σας. Και μη χρησιμοποιείτε πολλές τέτοιες λέξεις στην ίδια πρόταση.
- ✿ Να αποφύγετε τη χρήση πολλών αριθμών. Αντίθετα, να γράψετε μόνο τους απαραίτητους. Προσπαθήστε να χρησιμοποιήσετε ποσοστά αντί για απόλυτους αριθμούς· οι δεύτεροι απαιτούν συγκρίσεις. Όταν είναι δυνατόν, μετατρέψτε τους αριθμούς σε «εικόνες».

Θυμηθείτε!

-  Πριν από τη δημοσίευση του άρθρου σας, ζητήστε από κάποιον που δεν έχει σχέση με την έρευνά σας να το διαβάσει.
-  Δημοσιεύστε το άρθρο σας στην ιστοθέση του προγράμματος «Νέοι Δημοσιογράφοι για το Περιβάλλον» (www.youngreporters.org). Η δουλειά σας τότε θα είναι προσβάσιμη σε κάθε «νέο δημοσιογράφο» και χρήση του διαδικτύου σε όλο τον κόσμο.
-  Προσπαθήστε, ζητώντας και τη βοήθεια ενός επαγγελματία δημοσιογράφου, να δημοσιεύσετε το άρθρο σας σε μια εφημερίδα.
-  Σκεφτείτε κάθε δυνατότητα δημοσιοποίησης: σχολική εφημερίδα, δημοτική εφημερίδα, παρουσίαση στο σχολείο κτλ.

Γράφω σύντομες προτάσεις

Είκοσι λέξεις είναι αρκετές εάν θέλετε ο αναγνώστης σας να θυμάται την πρότασή σας.

Πώς γράφω με συντομία;

- ✿ Απομακρύνω όλες τις επαναλήψεις, καθώς επίσης και τα επιρρήματα ή τα επίθετα που δεν είναι απαραίτητα.
- ✿ Αναφέρω μόνο μία πληροφορία σε κάθε πρόταση.
- ✿ Γράφω εναλλάξ μικρές και μεγάλες προτάσεις. Αυτό θα δώσει ρυθμό στο κείμενό μου.
- ✿ Φροντίζω το ύφος του κειμένου μου να είναι ζωντανό, άμεσο. Χρησιμοποιώ τον ενεστώτα, κάνω εύστοχο χιούμορ, εκφράζω λόγο αυθεντικό.

«Στολίζω» το κείμενό μου

Το «στόλισμα» είναι η μεταμόρφωση του κειμένου σας σε πραγματικό άρθρο.

Θα δώσετε έναν τίτλο στο άρθρο σας: προσέξτε γιατί ο τίτλος τραβά την προσοχή του αναγνώστη. Πρέπει να είναι σύντομος αλλή και πρωτότυπος. Ένας τίτλος αστείος, παράξενος κινεί την περιέργεια. Μπορεί επίσης απλώς να αποκαλύπτει το κυρίως θέμα του άρθρου. Συχνά, ο τίτλος συνοδεύεται από έναν υπότιτλο. Χρήσιμη συμβουλή: βρείτε τον τίτλο αφότου ολοκληρώσετε το άρθρο σας. Μπορείτε να ζητήσετε τη βοήθεια και τη γνώμη της ομάδας σας.

Υπότιτλο γράφετε εάν το άρθρο σας είναι πολύ μεγάλο (πάνω από 3.000 λέξεις). Μπαίνει μετά τον τίτλο και τον συμπληρώνει. Είναι συνήθως μεγαλύτερος σε έκταση από τον κυρίως τίτλο.

Ο τίτλος, ο υπότιτλος και το άρθρο αποτελούν ένα ενιαίο σύνολο. Κάθε ένα από τα παραπάνω περιέχει λίγο πολύ το κυρίως μήνυμα. Έτσι, η ίδια πληροφορία επαναλαμβάνεται, αλλή με διαφορετικό τρόπο.

Εικονογράφηση

Μια εικόνα δεν πρέπει να είναι απλώς μια διαφορετικής μορφής επανάληψη του κειμένου. Πρέπει να εμπλουτίζει το άρθρο, να φωτίζει το κείμενο που συνοδεύει: πρέπει να πληροφορεί.

Τα γραφικά και οι πίνακες πρέπει να είναι ξεκάθαρα και να έχουν πάντα μια λεζάντα. Η λεζάντα δεν πρέπει απλώς να περιγράφει τι δείχνει η εικόνα ή ο πίνακας. Πρέπει να παρέχει επιπλέον πληροφορίες, να επεξηγεί. Προσέξτε πολύ τις λεζάντες σας: αυτές θα τραβήξουν το ενδιαφέρον του αναγνώστη.

Μερικές συμβουλές για να γράψετε ένα κακό άρθρο...

Αφότου γράψετε το άρθρο, βεβαιωθείτε ότι:

-  Δεν έχετε σκεφτεί τον αναγνώστη σας: φυσικά έχετε ξεχάσει ότι απευθύνεστε στο κοινό, γράφετε μόνο για εσάς, γι' αυτό δε χρειάζεται να εξηγήσετε τα πολύπλοκα πράγματα που αναφέρετε.
-  Δεν έχετε υιοθετήσει μια συγκεκριμένη άποψη και μέσα στο ίδιο άρθρο αναφέρετε πολλούς επιμέρους πτυχές μπερδεμένες μεταξύ τους, χωρίς να εμβαθύνετε σε καμιά από αυτές.
-  **Δεν έχετε αναφέρει το κυρίως μήνυμά σας στην αρχή του άρθρου.** Έτσι κι αλλιώς, δε χρειάζεστε κανένα κυρίως μήνυμα!
-  Νομίζετε ότι όλοι γνωρίζουν το θέμα και την περιοχή της έρευνάς σας. Έτσι, δε δώσατε καμιά σχετική πληροφορία (παρ' όλο που ορισμένοι αναγνώστες σας μπορεί να είναι χιλιάδες χιλιόμετρα μακριά!).
-  Χρησιμοποιήσατε πολλές επιστημονικές λέξεις και δεν τις επεξηγήσατε.
-  Συμπεριλάβετε πολλούς αριθμούς χωρίς να τους αναλύσετε. Σκεφτήκατε ότι είναι καλύτερο να τους γράψετε όλους, παρά να δώσετε μόνο τους πιο σημαντικούς!
-  Γράψατε μεγάλες προτάσεις: είναι πολύ καλό να κάνετε τον αναγνώστη σας να λαχανιάζει... διαβάζοντας!
-  Δε δείξατε την ανθρώπινη πλευρά σας. Τα άρθρα σας είναι απλώς ένας κατάλογος ψυχρών, τεχνικών περιγραφών. Το κείμενό σας μιλάει για μηχανήματα όχι όμως για ανθρώπους.
-  Δε ρωτήσατε κανέναν. Και φυσικά δεν έχετε παραθέσει τις απόψεις κανενός.
-  Περιγράψατε ένα περιβαλλοντικό πρόβλημα χωρίς να μιλήσετε για

τα αίτια και τις πιθανές λύσεις. Τέλεια! Δε θέλετε οι αναγνώστες σας να κάνουν τίποτα για να αλλιάξουν το περιβάλλον.

✎ Βρήκατε τίτλο την τελευταία στιγμή. Δε δίνει καμία πληροφορία για το άρθρο σας και δεν παροτρύνει τον αναγνώστη να το διαβάσει. Κατά τον ίδιο τρόπο, ξεχάσατε να γράψετε έναν υπότιτλο. Με λίγα λόγια, από τον τίτλο δεν μπορεί κανείς να καταλάβει τίποτα για το άρθρο σας.

✎ Νομίζατε ότι παρουσιάζοντας πολύπλοκους πίνακες θα κάνατε το κείμενό σας σοβαρό. Τους χρησιμοποίησατε ακόμη και αν δεν τους καταλαβαίνατε και εσείς οι ίδιοι. Στην πραγματικότητα, αυτός ακριβώς είναι ο λόγος που δε γράψατε καθόλου λεζάντες.



Σχέσεις με τον Τύπο

Είστε νέοι, γεμάτοι ζωή, συμμετέχετε ενεργά σ' ένα πρωτότυπο και δυναμικό πρόγραμμα: αποτελείτε ένα άριστο «θέμα» για τον Τύπο. Αξιοποιήστε τις δυνατότητες που σας δίνει και σύντομα όλοι θα μιλούν για σας!

Φτιάξτε το δικό σας φάκελο Τύπου: κάντε έναν κατάλογο με τους δημοσιογράφους που θα ενημερώνετε για το πρόγραμμά σας. Στοιχεύστε στον τοπικό Τύπο (ημερήσιες τοπικές εφημερίδες, τοπικοί ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί), αλλιά και στον εθνικό Τύπο (εξειδικευμένος Τύπος: νέοι, περιβάλλον, εκπαίδευση, νέες τεχνολογίες κτλ.). Εκείνοι που συνεργάζονται με τους δημοσιογράφους που γράφουν στην τοπική εφημερίδα (τοπικοί ανταποκριτές, υπεύθυνοι Τύπου και επικοινωνίας σε οργανώσεις, δημαρχεία κτλ.) θα είναι πρόθυμοι να σας δώσουν τις διευθύνσεις των τελευταίων.

- ✿ Προσθέστε κάθε συνεργάτη του προγράμματος στον κατάλόγό σας. Θα το εκτιμήσουν εάν τους ενημερώνετε τακτικά: χορηγοί, δήμαρχος, ο εθνικός χειριστής του προγράμματος «Νέοι Δημοσιογράφοι για το Περιβάλλον» κτλ.
- ✿ Στείλτε τους με φαξ ένα πρώτο Δελτίο Τύπου με το πρόγραμμά σας.
- ✿ Φτιάξτε, το συντομότερο δυνατό, ένα μικρό φωτογραφικό άλμπουμ, σκόνη και σε ηλεκτρονική μορφή, δείχνοντας την ομάδα σας εν δράσει και δώστε το στους δημοσιογράφους που σας επισκέπτονται. Μια καλή φωτογραφία μπορεί να γίνει πρωτοσέλιδο.

Πώς θα στείλετε φαξ χωρίς ιδιαίτερο κόπο

Αντί να στείλετε το ένα φαξ μετά το άλλο με το χέρι, χρησιμοποιήστε ένα πρόγραμμα αποστολής φαξ στον υπολογιστή: φτιάχνετε έναν κατάλογο με τα τηλέφωνα των ενδιαφερομένων και... με ένα απλό πάτημα του ποντικιού εξασφαλίζετε την κυκλοφορία κάθε Δελτίου Τύπου που έχετε φτιάξει.

-  Κατά τη διάρκεια της έρευνάς σας, να μοιράζετε Δελτία Τύπου τακτικά.
-  Επίσης, να διαφημίζετε τις επικοινωνιακές δραστηριότητές σας (συζήτηση στρογγυλής τραπέζης, εκθέσεις, δημοσιεύματα σε εφημερίδες, παρουσίαση στο δήμο κτλ.).

Γράφοντας ένα Δελτίο Τύπου

- ✿ Στείλτε στον Τύπο μόνο ό,τι αξίζει. Ελέγξτε ό,τι έχετε γράψει, ζητήστε συμβουλές, μη διστάσετε να αφαιρέσετε αυτά για τα οποία δεν είστε σίγουροι.
- ✿ Χρησιμοποιήστε χαρτί μεγέθους A4 και γράψτε μόνο στη μία πλευρά του φύλλου. Αφήστε μεγάλο περιθώριο και διπλό κενό σε κάθε σειρά, για να μπορούν οι δημοσιογράφοι να σημειώσουν πάνω στο κείμενό σας. Φτιάξτε τα δικά σας έντυπα με τίτλο «Νέοι Δημοσιογράφοι για το Περιβάλλον» και, εάν αυτό δεν είναι εφικτό, χρησιμοποιήστε έντυπα του σχολείου σας με τίτλο «Δελτίο Τύπου - Νέοι Δημοσιογράφοι για το Περιβάλλον».
- ✿ Επικεντρωθείτε στα βασικά στοιχεία: τι είναι σημαντικό, τι είναι πιο ενδιαφέρον; Ποια είναι η βασική πληροφορία; Να τα αναφέρετε με μία μόνο πρόταση. Να θυμάστε ότι ένας δημοσιογράφος μπορεί να διαβάσει ένα Δελτίο Τύπου σε 30'' μόνο.
- ✿ Δουλέψτε την πρώτη σας πρόταση και την πρώτη παράγραφο πολύ προσεκτικά. Είναι τα πρώτα που τραβούν την προσοχή. Βεβαιωθείτε ότι έχετε τις βασικές ερωτήσεις (ποιος, τι, πού, πότε, πώς και γιατί).

- Να δίνετε πάντα έναν τίτλο στο Δελτίο Τύπου, κατά προτίμηση έναν δημοσιογραφικά «ελκυστικό» τίτλο. Θυμηθείτε ότι πρέπει να πείσετε τον αναγνώστη ότι το δελτίο σας είναι ενδιαφέρον. Γι' αυτό ο τίτλος και η πρώτη παράγραφος έχουν μεγάλη σημασία.
- Εάν το Δελτίο Τύπου σας περιλαμβάνει στοιχεία που πρέπει να δοθούν αναλυτικά (για παράδειγμα επιστημονικά στοιχεία), να τα επισυνάψετε σε ξεχωριστή σελίδα, για να μην φορτώνετε το κείμενό σας. Το Δελτίο Τύπου πρέπει να είναι σύντομο και περιεκτικό.
- Να εκφράζεστε απλά –να αναφέρετε τα ουσιώδη, χωρίς πολλή λόγια και επαναλήψεις. Να γράφετε μικρές προτάσεις και να είστε σαφείς.
- Εάν το Δελτίο Τύπου απευθύνεται στον τοπικό Τύπο, βεβαιωθείτε ότι έχετε δώσει έμφαση στα σημεία εκείνα που ενδιαφέρουν τους κατοίκους της περιοχής σας.
- Βεβαιωθείτε ότι όλα τα στοιχεία για τα πρόσωπα που αναφέρονται είναι σωστά και πλήρη. Ελέγξτε την ορθογραφία των ονομάτων.
- Να συμπεριλάβετε το όνομα και το τηλέφωνο του υπευθύνου στο τέλος του Δελτίου Τύπου (π.χ. ένας μαθητής υπεύθυνος για τις σχέσεις με τον Τύπο) και την ημερομηνία έκδοσής του στην αρχή.
- Βεβαιωθείτε ότι στα Δελτία Τύπου αναφέρονται όλοι οι συνεργάτες σας.



Οργανώνοντας μια συζήτηση στρογγυλής τραπέζης

Η βασική ιδέα μιας συζήτησης στρογγυλής τραπέζης είναι η παρουσίαση μπροστά σε ένα μεγάλο κοινό όλων των βασικών θεμάτων που προέκυψαν στη διάρκεια της έρευνάς σας. Αυτό το είδος εκδήλωσης μπορεί να παροτρύνει κάποιους που δεν είναι συνηθισμένοι σε κάτι τέτοιο να εκφράσουν τις απόψεις τους. Έτσι θα ξεκινήσει ένας διάλογος που μπορεί να οδηγήσει στη σύνθεση διαφορετικών απόψεων.

Ο χώρος και οι συμμετέχοντες είναι δύο παράγοντες καθοριστικοί. Έχετε δουλέψει σκληρά. Παρουσιάστε σωστά τη δουλειά σας. Κηλείστε μια καλή αίθουσα στο σχολείο σας ή στο δημαρχείο (καλό θα ήταν να έχει μικροφωνική εγκατάσταση και να υπάρχει ένας τεχνικός) και βάλτε τα δυνατά σας να πείσετε τους πιο σημαντικούς παράγοντες να δώσουν το «παρών» στη συζήτηση.

- ✿ Επιλέξτε προσεκτικά αυτούς που θα συμμετάσχουν: δημιουργήστε μια καλή ισορροπημένη ομάδα που θα εκπροσωπεί διαφορετικά συμφέροντα και διαφορετικές φιλοσοφίες. Δώστε προσοχή στο εξής σημείο που αφορά τους ομιλητές: αυτοί που ξέρουν να χειρίζονται καλά το λόγο (π.χ. οι πολιτικοί) θα ξέρουν πώς να κερδίσουν τη συμπάθεια του κόσμου και πώς να αποφύγουν έξυπνα τις ερωτήσεις.
- ✿ Μόλις γίνουν γνωστά ο τόπος, η ημερομηνία και οι συμμετέχοντες, στείλτε ένα πρώτο Δελτίο Τύπου σε κάθε εφημερίδα που μπορεί να χρησιμοποιήσει αυτή την πληροφορία (κυρίως τοπική εφημερίδα).
- ✿ Δέκα ημέρες πριν, διαφημίστε την εκδήλωσή σας: Δελτίο Τύπου, αφίσες σε μαγαζιά και στο σχολείο, φυλλάδια, προφορική ενημέρωση κτλ.

- ✿ Για να ξεκινήσετε τη συζήτηση, προετοιμάστε μια σύντομη παρουσίαση (15-20 λεπτά) της έρευνάς σας: το πρόβλημα που μελετήθηκε, οι περιοχές που επισκεφθήκατε, οι άνθρωποι που συναντήσατε, τα αποτελέσματα. Εάν είναι εφικτό, συμπληρώστε την παρουσίασή σας με τη χρήση διαφανειών, ιστοθέσεων, κτλ. Τελειώστε με τις ερωτήσεις που θα κάνετε στους συμμετέχοντες. Το ιδανικό θα είναι οι ερωτήσεις να είναι γραμμένες σε σημείο που θα φαίνονται, π.χ. σε μια αφίσα ή σε διαφάνεια.
- ✿ Η συζήτηση στρογγυλής τραπέζης δεν είναι συνέδριο. Δεν είναι μια σειρά παρουσιάσεων όπου ο κάθε συμμετέχων παρουσιάζει την άποψή του, αλλά μια συζήτηση που γίνεται με αφορμή ορισμένες ερωτήσεις. Εκτός από ορισμένες περιπτώσεις, μη ζητήσετε από τους καλεσμένους σας να κάνουν κάποια προετοιμασία.

Για να τους κάνετε να αισθανθούν άνετα, μπορείτε απλώς να τους συγκεντρώσετε μία ώρα πριν από την εκδήλωση για να τους ενημερώσετε για την πορεία της βραδιάς.

- ✿ Δώστε ζωντάνια στο διάλογο: δώστε την ευκαιρία στους συμμετέχοντες να μιλήσουν, σιγουρευτείτε ότι οι ερωτήσεις απαντώνται σωστά, καθοδηγήστε τη συζήτηση αν παρεκκλίνει από το θέμα, μειώστε το χρόνο ομιλίας κτλ. Είναι δύσκολο να συντονίσετε μια τέτοια συζήτηση: μπορείτε να ζητήσετε τη βοήθεια ενός παρουσιαστή, για παράδειγμα ενός δημοσιογράφου του ραδιοφώνου -και γιατί να μην την παρουσιάσετε ζωντανά από το ραδιόφωνο!
- ✿ Προσπαθήστε να κλείσετε τη βραδιά με μια σύνοψη των συμπερασμάτων, όπου θα δώσετε έμφαση στις λύσεις που προτάθηκαν. Αυτό μπορεί να γίνει από έναν καθηγητή σας, έναν παρουσιαστή ή από έναν εκλεγμένο αντιπρόσωπο στον οποίο έχετε εμπιστοσύνη.
- ✿ Να θυμάστε ότι μια συζήτηση στρογγυλής τραπέζης πρέπει να είναι πολύ καλά οργανωμένη, αλλιώς θα αποτύχει! Θα νιώσετε υπερβολικά αμήχανα εάν δεν προχωρά η συζήτηση λόγω έλλειψης πληροφοριών ή λόγω υποβολής ερωτήσεων που δε σχετίζονται με το θέμα.

Επικοινωνία και «αιφόρος ανάπτυξη»

Μην ξεχνάτε τον τελικό στόχο του προγράμματός σας: να ευαισθητοποιήσετε όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους για τα περιβαλλοντικά προβλήματα σε τοπική ή παγκόσμια κλίμακα και να τους κάνετε να αναρωτηθούν για τους τρόπους ανάπτυξης που βρίσκονται πίσω από αυτά.

Σε σχέση με το θέμα σας, μπορείτε, για παράδειγμα, να τονίσετε στο άρθρο σας, στα φυλλάδιά σας, στις συζητήσεις στογγυλής τραπέζης, στις εκθέσεις κτλ., την έννοια της «αιφόρου κοινωνίας», δυνατές μορφές δράσης και πιθανές αλληλαγές.

Η έννοια της «αιφόρου κοινωνίας»

Η ιδέα του να ζήσουμε σε μια μη αιφόρο κοινωνία δεν είναι αποδεκτή. Εξηγήστε την προσέγγισή σας. Προσπαθήστε να δείξετε πώς το τοπικό θέμα της δραστηριότητάς σας είναι μέρος ενός παγκόσμιου προβλήματος ανάπτυξης.

Προσπαθήστε να κάνετε ερωτήσεις που προκύπτουν από την αναφορά σας και σχετίζονται με την «αιφόρο ανάπτυξη»:

- σε συλλογική κλίμακα: τι είδους εναλλακτικές δράσεις, σε σύγκριση με τις πρακτικές που ισχύουν, μπορούν να ευαισθητοποιήσουν περισσότερο για τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα;
- σε ατομική κλίμακα: ποιες νέες συμπεριφορές μπορούν να συμβάλουν στην «αιφόρο ανάπτυξη»;

Δυνατές μορφές δράσης και πιθανές αλλαγές

Για να επιτευχθεί ο στόχος αυτός, θα πρέπει να μην στέκεστε τόσο στα αποτελέσματα αλλά να αναζητάτε τις αιτίες. Δεν είναι εύκολο: γενικά, όλοι μιλούν για τα πρώτα (είναι πράγματι εμφανή), αλλά κανείς δεν ενδιαφέρεται για τις τελευταίες (είναι καλὰ κρυμμένες).

Έτσι, η περιγραφή αυτού του γευστικότητας «χημικού ποτού» το οποίο πήρατε από το ποτάμι που περνά μέσα από την πόλη σας ή, επίσης, η εξήγηση για το πώς δουλεύει το υπερμοντέρνο εργοστάσιο καθαρισμού λυμάτων, που μόλις εγκαινίασε ο δήμαρχός σας, δεν έχουν κανένα απολύτως ενδιαφέρον εάν δε φτάσετε στην πηγή του προβλήματος. Από πού προέρχεται η ρύπανση; Τι προσπάθειες γίνονται για την αντιμετώπισή της; Τι αλλαγές μπορούν να γίνουν για να εξαλειφθεί;

Οι δύσκολες ερωτήσεις δεν έχουν ποτέ μία συγκεκριμένη απάντηση, αλλά γεννούν μια σειρά νέων ερωτήσεων. Μόνο όταν αναζητήσουμε αυτή τη σειρά των «γιατί», θα αντιληφθούμε τη σχέση αλληλεξάρτησης των οικονομικών, κοινωνικών και πολιτικών πτυχών ενός περιβαλλοντικού προβλήματος.

Ιδανικά, αυτό το οποίο θα μπορούσε να σταματήσει τον κύκλο των «γιατί» βρίσκεται στο επίπεδο στο οποίο γίνεται φανερά η επίδραση των ατομικών αλλά και συλλογικών επιλογών μας. Κανείς δεν μπορεί πλέον να φανταστεί μια κοινωνία χωρίς χαρτί ή χωρίς διαφημίσεις, αλλά σαφώς όλοι συμφωνούμε ως προς το γεγονός ότι μια κοινωνία λειτουργεί κανονικά ακόμη και εάν δε συσσωρεύονται όγκοι φυλλαδίων σε κάθε γραμματοκιβώτιο.

Παρ' όλα αυτά, προσέξτε να μην πέσετε στην παγίδα του δογματισμού: οι απαντήσεις στα περιβαλλοντικά προβλήματα δεν είναι ποτέ απλές και οριστικές. Μέσα από την παρουσίαση των διαφορετικών πλευρών της έρευνάς σας, αποδεικνύοντας ότι έχετε μελετήσει αντίθετες απόψεις και αντικρουόμενα συμφέροντα, θα κάνετε τους αναγνώστες σας να θέσουν στον εαυτό τους τις σωστές ερωτήσεις.

Μην ξεχνάτε ότι είστε δημοσιογράφοι και στόχος σας δεν είναι να πείσετε, αλλά να ενημερώσετε. Συγκεντρώστε τα πιο δυνατά στοιχεία της ανάληψής σας, για να βοηθήσετε τους αναγνώστες σας να σχηματίσουν τη

δική τους άποψη σε μια λογική βάση, αλλά μην προσπαθήσετε να τους επιβάλετε να ακολουθήσουν «καλούς τρόπους». Ακόμη περισσότερο, μην υποστηρίξετε κάποια άποψη σε μια σύγκρουση συμφερόντων. Αυτό θα ζημιώσει τη δημοσιογραφική σας ακεραιότητα.



Οργανώνοντας τη συνεργασία

Μόλις συσταθεί η δική σας ευρωπαϊκή ομάδα έρευνας, καλό θα ήταν να συμφωνήσετε σε ορισμένα θέματα, προτού ξεκινήσετε να δουλεύετε μαζί.

Γνωρίζοντας καλύτερα ο ένας τον άλλον και δημιουργώντας φιλίες

- ✿ Για να ξεκινήσετε την αλληλογραφία σας, καλό είναι να μην ξεχάσετε ότι ισχύει ακόμα το παραδοσιακό ταχυδρομείο. Ένα «προσωπικό» πακέτο, θα είναι πάντα περισσότερο «πραγματικό» από μια σειρά ηλεκτρονικών μηνυμάτων με συνημμένα έγγραφα.
- ✿ Παρουσιάστε το σχολείο σας, την πόλη σας, την περιοχή σας: στείλτε φωτογραφίες, χάρτες και -γιατί όχι- ένα βίντεο ή τουριστικά φυλλάδια.
- ✿ Συστηθείτε προσωπικά: φωτογραφίες, ενδιαφέροντα, χόμπι, αγαπημένη μουσική, προσωπική διεύθυνση κτλ.

Καθορίζοντας τα στοιχεία της συνεργασίας

- ✿ Ευρωπαϊκές αναφορές: θέμα, βήματα υλοποίησης, αρμοδιότητες.
- ✿ Άλλες πιθανές δραστηριότητες: για παράδειγμα, επιτραπέζιο παιχνίδι, μια θεατρική παράσταση, μια ραδιοφωνική εκπομπή, φυλλάδια, ταξίδια κτλ.
- ✿ Γλώσσα εργασίας: φανείτε λογικοί, χρησιμοποιήστε τη γλώσσα που γνωρίζουν οι περισσότεροι στην ομάδα (συνήθως θα είναι τα αγγλικά, αλλιά όχι πάντα).

Συνδυάζοντας τα προγράμματα

Δύο ή τρία προτεινόμενα προγράμματα δεν μπορούν να ταιριάξουν ακρι-

βώς. Θα υπάρχει πάντα ένα κενό στις ημερομηνίες, στην αντιμετώπιση του θέματος, στις προτεραιότητες κτλ. Η λέξη-κλειδί λοιπόν για το ξεκίνημα της συνεργασίας είναι η ευελιξία: εάν είναι απαραίτητο, πάρτε εσείς την πρωτοβουλία και προσαρμόστε το δικό σας πρόγραμμα, για να ταιριάζει καλύτερα με αυτά των συνεργατών σας, και ενημερώστε τους.

Ορίζοντας την ταυτότητα της ομάδας

Διαλέξτε από κοινού το όνομα της ομάδας σας. Επιλέξτε ένα σύνθημα και ένα σήμα. Αυτά θα ενθουσιάσουν την ομάδα σας και θα ήταν καλό να τα χρησιμοποιείτε στην επικοινωνία σας.

Με λίγα λόγια, για να φτιάξετε μια ευρωπαϊκή ομάδα έρευνας, στην πράξη αυτό σημαίνει να συνδυάσετε τα προγράμματά σας.

Θα ξεκινήσετε δηλαδή από το στάδιο όπου τα σχολεία που συμμετέχουν με διαφορετικά προγράμματα επιθυμούν να δουλέψουν μαζί και θα φτάσετε στο στάδιο όπου οι συμμετέχοντες απ' όλη την Ευρώπη συνεργάζονται για να οργανώσουν ένα κοινό πρόγραμμα.

Συμβουλές

 Το συντομότερο δυνατό, κάντε πρόταση για ένα άρθρο που θα συntonίσετε. Να είστε ακριβείς: παρουσιάστε το θέμα του άρθρου, εξηγήστε την έρευνα που θα καθοδηγήσετε, τονίστε το είδος της συνεισφοράς που περιμένετε από τους άλλους.

 **Απαντήστε σε κάθε μήνυμα που θα σας στείλουν οι συνεργάτες σας!** Η μη απάντηση σε μήνυμα που έστειλε κάποιο σχολείο της ομάδας μπορεί να αποτελέσει πιθανή αιτία απογοήτευσης. Εάν δεν έχετε χρόνο, γράψτε απλά μερικές ενθαρρυντικές γραμμές, όπως «Πήραμε το μήνυμά σας, θα σας απαντήσουμε σύντομα».

 Για να κάνετε ένα μικρό τεστ συνεργασίας, θα ήταν καλή ιδέα να δημιουργήσετε μαζί ένα ερωτηματολόγιο. Στείλτε πρώτα ένα πρόχειρο σχέδιο και ζητήστε από κάθε σχολείο να προσθέσει και άλλες ερωτήσεις. Μετά στείλτε το τελικό ερωτηματολόγιο σε όλους, δίνοντας νέα ημερομηνία πριν από την οποία θα πρέπει να σας επιστρέψουν τα αποτελέσματα της έρευνας.

Δημιουργώντας μια διεθνή αναφορά

Να γράψετε ένα άρθρο μαζί; Εύκολο! Πρέπει απλώς να συμφωνήσετε σε ένα θέμα, να γράψετε ο καθένας ένα κομμάτι του κειμένου στον υπολογιστή και στο τέλος, με μια απλή κίνηση, θα εμφανιστεί ένα όμορφο, κατανοητό και ελκυστικό άρθρο.

Κάπως έτσι είναι, αλλιά όχι ακριβώς. Οι υπολογιστές μπορούν να κάνουν πολλά πράγματα αλλιά δεν μπορούν να συντάξουν ένα άρθρο. Γι' αυτό, στην πράξη, μια ευρωπαϊκή αναφορά είναι μια γραπτή αναφορά από ένα σχολείο (τους «συντάκτες»), στη σύνταξη της οποίας συμμετέχουν και συνεργάτες από άλλα σχολεία που ανήκουν στην ίδια ευρωπαϊκή ομάδα έρευνας (τους «δημοσιογράφους»).

Οι συντάκτες είναι σαν τους μαέστρους: αυτοί δίνουν το σύνθημα της εκκίνησης, παρακινούν τους υπολοίπους, κάνουν ερωτήσεις και γράφουν το άρθρο βασιζόμενοι στις συμμετοχές που λαμβάνουν. Όσον αφορά τους δημοσιογράφους, είναι μάλλον οι μουσικοί: ο ρόλος τους είναι να δίνουν μια γρήγορη απάντηση σε όλα τα θέματα και να σέβονται τις δεσμεύσεις όσον αφορά τα χρονικά όρια, το θέμα και το στίσιμο του κειμένου.

Όταν είστε συντάκτης ή αλλιώς «μαέστρος»:

Είστε λοιπόν ο βασικός συγγραφέας του άρθρου, ενώ τα υπόλοιπα σχολεία είναι οι «απεσταλμένοι δημοσιογράφοι» σας:

- Προτείνετε ένα θέμα, μια μέθοδο, ένα χρονοδιάγραμμα. Αν συμφωνήσετε από την αρχή, θα αποφύγετε τη σύγχυση και το χάσιμο χρόνου αργότερα. Μπορείτε, για παράδειγμα, ή να προτείνετε ένα σχέδιο και να αναθέσετε σε κάθε σχολείο επιμέρους δραστηριότητες για την υλοποίηση του σχεδίου αυτού, ή να προτείνετε έναν κατάλογο με ερωτήσεις που

κάθε σχολείο θα πρέπει να χρησιμοποιήσει στις έρευνές του σε τοπική κλίμακα. Μην ξεχάσετε να προτείνετε και την ημερομηνία που θα λάβετε τις συμμετοχές.

- ✿ Συνδυάστε μέθοδο και χρονοδιάγραμμα, ανάλογα με τις αντιδράσεις των υπολοίπων σχολείων.
- ✿ «Κυνηγήστε» τους δημοσιογράφους σας εάν οι συμμετοχές τους δε φτάνουν μέχρι τη συμφωνημένη ημερομηνία. Ζητήστε περισσότερες πληροφορίες εάν σας είναι απαραίτητες (π.χ. επεξήγηση συντομογραφιών, λεπτομέρειες για τις πηγές κτλ.).
- ✿ Γράψτε ένα άρθρο, με βάση τις συμμετοχές που λαμβάνετε, και στείλτε το στους δημοσιογράφους σας για να επιστημάνουν τυχόν αναγκαίες αλλαγές. Καθορίστε ένα χρονικό περιθώριο (για παράδειγμα 15 ημέρες) και θεωρήστε ότι το άρθρο έχει γίνει δεκτό εάν δεν έχετε λάβει απάντηση μέσα στον προκαθορισμένο χρόνο.
- ✿ Δημοσιεύστε την τελική πρόταση στην ιστοθέση του δικτύου «Νέοι Δημοσιογράφοι για το Περιβάλλον».

Συμβουλές

-  Για να διατηρηθεί η συχνή επαφή και να καλλιεργηθεί η αμιιλία, να στέλνεται τακτικά πληροφορίες: σύντομα μηνύματα που εξηγούν τι έχετε κάνει (επισκέψεις, συνεντεύξεις, ενέργειες επικοινωνίας κτλ.).
-  Χρησιμοποιήστε τις λειτουργίες του κειμενογράφου (ζητήστε τη βοήθεια του καθηγητή της πληροφορικής στο σχολείο σας).
-  Είναι πολύ εύκολο να γράψετε με έντονα γράμματα (**bold**) τα σημεία του κειμένου που έχετε αλλιάξει.
-  Η επιλογή «revision» σας επιτρέπει να δείτε αμέσως όλες τις προτεινόμενες αλλαγές που έχουν γίνει από το συνεργάτη σας ώστε να τις δεχθείτε ή να τις απορρίψετε.
-  Η επιλογή «annotations» σας επιτρέπει να σχολιάσετε ένα κείμενο χωρίς να το αλλιάξετε.



Μία από τις μεγαλύτερες δυσκολίες είναι ότι κατά τη διάρκεια της οργάνωσης κανένας δεν μπορεί να προβλέψει τα γεγονότα που μπορεί να προκύψουν. Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη: σχολικές διακοπές, προβλήματα γλώσσας και συνεννόησης, συνεργασία μεταξύ των μελών της ομάδας κτλ.

Γι' αυτό, μην αφήσετε την αποτυχία να σας καταβάλλει. Είναι καλύτερο να έχετε ένα φτωχό άρθρο παρά να μην έχετε καθόλου άρθρο. Εάν κάποιος από τα συνεργαζόμενα σχολεία δεν κατορθώσει να σας δώσει το κείμενό του μέσα στον προκαθορισμένο χρόνο, μην τους περιμένετε. Ξεκινήσατε να δουλεύετε με πέντε σχολεία, αλλιώς στο τέλος **δύο μόνο σχολεία σας αρκούν για να φτιάξετε μια ευρωπαϊκή αναφορά!**

Όταν είστε δημοσιογράφος ή αθλητής «μουσικός»:

- Απαντήστε σε κάθε μήνυμα που σας στέλνει ο συντάκτης σας.
- Στείλτε το κείμενό σας όσο το δυνατόν συντομότερα, πάντοτε σεβόμενοι την προθεσμία. Στείλτε τουλάχιστον μία εικόνα με λεζάντα.
- Διαβάστε τις διαδοχικές εκδοχές του άρθρου σας ξανά και σχολιάστε τις εκτενώς για να έχετε το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα: θέστε ερωτήσεις, αναζητήστε εξηγήσεις για άγνωστες πληροφορίες, συντομεύσεις, τμήματα του κειμένου, πηγές, προτείνετε ένα νέο τίτλο κτλ.

Το πιο διασκεδαστικό πράγμα είναι να είστε συντάκτης -δηλαδή υπεύθυνος για τη σύνταξη ενός ευρωπαϊκού άρθρου- και συγχρόνως δημοσιογράφος μαζί με άλλους συντάκτες άλλων άρθρων. Είναι ο καλύτερος τρόπος για να βρεθούν όσο το δυνατόν περισσότεροι μαθητές που θα συμμετάσχουν ενεργά στη διαδικασία. Μπορείτε να χωριστείτε σε μικρές ομάδες, κάθε μία από τις οποίες θα είναι υπεύθυνη για να παρακολουθήσει την πορεία σύνταξης ενός συγκεκριμένου άρθρου μέσα στην ευρωπαϊκή σας ομάδα.

Εργαλεία επικοινωνίας

Υπήρχαν τα ταχυδρομικά περιστέρια, τα συλλεκτικά γραμματόσημα, οι ταχυδρομικές άμαξες. Αλλά τα τελευταία χρόνια ο τομέας της τηλεπικοινωνίας έχει κάνει άλματα! Το διαδίκτυο είναι πλέον το βασικό εργαλείο επικοινωνίας σε μια ευρωπαϊκή ομάδα έρευνας.

Δεν υπάρχει αμφιβολία: το μεγαλύτερο πλεονέκτημα του διαδικτύου είναι η απλότητα με την οποία το ίδιο μήνυμα, το ίδιο κείμενο μπορεί να φτάσει ταυτόχρονα σε ένα θεωρητικά αμέτρητο αριθμό ατόμων. Δύο άτομα θέλουν να επικοινωνήσουν αλλήλ βρίσκονται πολύ μακριά για να συναντηθούν... Ευτυχώς που υπάρχει το διαδίκτυο.

Θα σας δοθεί καλύτερη ευκαιρία για να γίνετε ειδικός στον τομέα αυτό; Όλοι συμφωνούν ότι η γνώση του διαδικτύου αποτελεί το κλειδί για την επαγγελματική επιτυχία...

Σ' αυτό το κείμενο δε θα βρείτε τεχνικής φύσεως συμβουλές για τη χρήση του διαδικτύου. Θα θέλαμε απλώς να σας κάνουμε **μερικές προτάσεις που θεωρούμε χρήσιμες, για να μπορέσετε να επικοινωνήσετε αποτελεσματικά με τους συνεργάτες σας.**

Κάντε την τεχνολογία να δουλέψει για σας και μη δουλεύετε εσείς γι' αυτή! Η μόδα, η μαγεία της οθόνης, η δύναμη εκείνου που γνωρίζει πάνω σ' εκείνον που δε γνωρίζει, και, πέρα από όλα, τα διαφημιστικά εργαλεία, μπορεί να σας κάνουν να γοητευτείτε από την τεχνολογία...

Στο σημείο αυτό όμως ας ξεκαθαρίσουμε τα πράγματα: όσοι συμμετέχουν σε μια ευρωπαϊκή ομάδα έρευνας χρησιμοποιούν το διαδίκτυο κυρίως για να επικοινωνούν, όχι για να ασχολούνται με τις μνήμες, τις χωρητικότητες, τους σκληρούς δίσκους ή διευθύνσεις μέσα στον κυβερνοχώρο!

Πρέπει όμως να λάβουμε υπόψη μας και το γεγονός ότι το διαδί-

κτυο (και οι υπολογιστές γενικά) λειτουργεί σωστά στα χέρια των ειδικών, αλλά για μερικούς ακόμη δεν είναι χρηστικό: ξαφνικό κλείσιμο του συστήματος, φάκελοι που καταστρέφονται κατά λάθος, προβλήματα του σκληρού δίσκου, κείμενα που δεν μπορούν να διαβαστούν από προηγούμενες εκδόσεις του ίδιου προγράμματος ή τα προβλήματα των προγραμμάτων σύνδεσης και του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου...

Καθώς ο σκοπός αυτού του ευρωπαϊκού προγράμματος δεν είναι να γίνετε «ειδικοί» στους υπολογιστές, αλλά να αποκτήσετε νέες εμπειρίες μέσα από τη συνεργασία με άλλους μαθητές, εμπρός, πιάστε δουλειά: **κάθε σχολείο χρειάζεται μόνο μία σύνδεση στο διαδίκτυο** και μία ηλεκτρονική διεύθυνση, για να μπορείτε να ανταλλάσσετε ηλεκτρονικά μηνύματα χωρίς προβλήματα. Στη συνέχεια, εάν κάποιοι θελήσουν να δημιουργήσουν μια σελίδα με σχετικές πληροφορίες, μια ομάδα συζήτησης που θα συνδέεται με μια ομάδα ειδήσεων κτλ., γιατί να μην το κάνετε!

Προσέξτε μόνο οι δυσκολίες που μπορεί να συναντήσετε να μην εμποδίζουν την ανταλλαγή μηνυμάτων. Πόσες πολλά υποσχόμενες τεχνολογικές δραστηριότητες δεν έμειναν τελικά αναξιοποίητες!

Στόχος είναι να αξιοποιηθεί το διαδίκτυο στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό.

Οι ελάχιστες προϋποθέσεις για επικοινωνία χωρίς προβλήματα:

-  Μια ηλεκτρονική διεύθυνση μόνο για το Πρόγραμμα των Νέων Δημοσιογράφων.
-  Ελεύθερη πρόσβαση για τους μαθητές, υπό την ευθύνη ενός ή δύο μαθητών.
-  Ένας ευγενικός και υπομονετικός τεχνικός που θα ξεκινήσει το πρόγραμμα, θα το παρουσιάσει στους μαθητές και τους καθηγητές και θα λύνει κάθε πρόβλημα: ένας μαθητής-γνώστης της πληροφορικής, ο υπεύθυνος των υπολογιστών στο σχολείο κτλ.
-  Ένας εκτυπωτής και, εάν είναι δυνατόν, και ένας σαρωτής.

Βασικές συμβουλές για τη χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

- ✎ Ομαδοποιήστε όλες τις διευθύνσεις των σχολείων της ομάδας έρευνας κάτω από μια κοινή ονομασία. Θα κερδίσετε πολύ χρόνο όταν θα πρέπει να στείλετε μήνυμα σε όλους την ίδια στιγμή.
- ✎ Προσέξτε πολύ το θέμα του μηνύματός σας. Αποφύγετε αόριστους τίτλους όπως «μήνυμα», «νέα», «σχόλια» κτλ. Προτιμήστε τίτλους οι οποίοι δίνουν τη βασική πληροφορία.
- ✎ Γράψτε μικρά μηνύματα. Εάν το μήνυμά σας είναι πολύ μεγάλο, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα ο αποδέκτης του να περάσει στο επόμενο και να αφήσει το δικό σας για αργότερα.
- ✎ Όταν στέλνετε ένα συνημμένο φάκελο, προσέξτε το μέγεθός του. Μην ανησυχείτε όταν πρόκειται για κείμενο, αλλά δώστε προσοχή όταν πρόκειται για εικόνες και ήχους: οι φάκελοι μπορεί εύκολα να γίνουν τεράστιοι, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι ο αποδέκτης θα πρέπει να περιμένει ώρες για να τους λάβει!
- ✎ Να ενημερώνετε τακτικά το πρόγραμμα που έχετε για την προστασία του υπολογιστή από τους ιούς.



Σημειώσεις

[illegible]

Κείμενα, συντονισμός στην αγγλική γλώσσα

Philippe Saugier

Συνεργάστηκαν οι εκπαιδευτικοί

ΓΑΛΛΙΑ: Daniele Bazin, Yannick Bruxelles, Denis Charron,

Jean-Claude Laine, Josiane Savino, Marie-Agnes Viguiet

ΔΑΝΙΑ: Vibeke Birkmann, Niels-Ole Horlyk

ΕΛΛΑΔΑ: Γεωργία Φέρμελη

Τα μέλη του FEE

ΓΑΛΛΙΑ: Thomas Joly, Thierry Lereverend, Maxime Ridoret

ΔΑΝΙΑ: Finn Bolding Thomsen

ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ: Nigel Tansley Thomas

ΚΥΠΡΟΣ: Μιχάλης Ιερίδης

ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ: Fatima Vieira

Εκπρόσωπος της UNESCO

Julia Heiss

Επιμέλεια στην αγγλική γλώσσα

Philippe Saugier και Philippe Sifflet

Πρώτη έκδοση (αγγλικά)

Οκτώβριος 1999, Γαλλία

Το έντυπο Ιδέες και συμβουλές για Νέους Δημοσιογράφους

τυπώθηκε το Δεκέμβριο του 2008 σε 1000 αντίτυπα.