

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος	15
Εισαγωγή	19
I. ΠΡΩΤΟ ΜΕΡΟΣ - Η ΘΕΩΡΙΑ	27
1. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ	29
1.1. Οι Έννοιες <i>Επιχείρημα, Επιχειρηματολογία, Αντεπιχείρημα, Ανασκευή, Πειθώ</i>	29
1.2. Είδη Επιχειρηματολογίας ως προς τη Δομή	33
1.3. Είδη Επιχειρηματολογίας ως προς τη Γραμμή Υπεράσπισης της Θέσης	37
1.4. Τυπολογία Επιχειρηματολογικών Σχημάτων	38
1.4.1. <i>Επιχειρήματα ορισμού</i>	40
1.4.2. <i>Επιχειρήματα σύγκρισης</i>	41
1.4.3. <i>Επιχειρήματα σχέσεων</i>	44
1.4.4. <i>Επιχειρήματα μαρτυρίας</i>	46
1.4.5. <i>Επιχειρήματα περιπτώσεων</i>	49
2. ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ: ΠΡΟΕΚΤΑΣΕΙΣ ΣΤΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ	51
2.1. Ορθολογική Θεώρηση της Επιχειρηματολογίας: Η Αναζήτηση της Αλήθειας	51
2.1.1. <i>Ο Αριστοτέλης και το αποδεικτικό επιχείρημα ως «Όργανον» παραγωγής γνώσης</i>	51
2.1.2. <i>Η «Τυπική Λογική» και το επιχείρημα ως διαλογιστικό σχήμα</i>	54
2.1.3. <i>Η επιχειρηματολογική αντιμεπίθεση της «μη Τυπικής Λογικής»</i>	58
2.2. Ρητορική Θεώρηση της Επιχειρηματολογίας: Η Τέχνη της Πειθούς	62
2.2.1. <i>Το ρητορικό επιχείρημα στην αρχαία Ελλάδα</i>	62
2.2.2. <i>Το ρητορικό επιχείρημα στην ελληνιστική-ρωμαϊκή περίοδο</i>	68
2.2.3. <i>Η παρακμή της ρητορικής θεώρησης της επιχειρηματολογίας</i>	71
2.2.4. <i>Η επιχειρηματολογία στην εποχή της «Νέας Ρητορικής»</i>	73
2.2.5. <i>Το «διαδικαστικό» επιχειρηματολογικό μοντέλο του Stephen Toulmin</i>	77
2.3. Διαλεκτική Θεώρηση της Επιχειρηματολογίας: Η Επαρκής Δικαιολόγηση της Πιθανής Αλήθειας	83
2.3.1. <i>Η αριστοτελική διαλεκτική: η τέχνη της έρευνας και η κριτική συζήτηση</i>	84

2.3.2.	<i>Μοντέρνες διαλεκτικές θεωρίες</i>	88
2.3.2.1.	<i>Η τυπική διαλεκτική προσέγγιση</i>	89
2.3.2.2.	<i>Η κριτική συζήτηση και η πράγμα - διαλεκτική προσέγγιση</i>	90
2.4.	Η Επιχειρηματολογία ως Γλωσσικό Φαινόμενο	97
2.4.1.	<i>Η θεωρία της «Ριζικής Επιχειρηματολογικότητας»</i>	98
2.4.2.	<i>Η «Φυσική Λογική» (Logique Naturelle) του Grize</i>	101
2.4.3.	<i>Ο V. Lo Cascio και η «Γραμματική» της επιχειρηματολογίας</i>	105
2.5.	Οι Σοφιστείες / Παραλογισμοί	109
2.5.1.	<i>Σοφιστείες / παραλογισμοί υπεκφυγών</i>	111
2.5.2.	<i>Σοφιστείες / παραλογισμοί υπεραπλούστευσης</i>	112
3.	Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΣΤΗΝ ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	117
3.1.	Η Διδασκαλία του Επιχειρηματολογικού Λόγου στην Ελλάδα	117
3.2.	Η Επιχειρηματολογία στο Πρόγραμμα Σπουδών του 2011	121
3.3.	Η Επιχειρηματολογία στο Πλαίσιο της Κειμενοκεντρικής Προσέγγισης του Σχολικού Γραμματισμού στην Ελλάδα	123
3.4.	Η Επιχειρηματολογία στα Σχολικά Βιβλία (2006-2007) του Γλωσσικού Μαθήματος στην Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση	126
3.5.	Η Επιχειρηματολογία στα Αναλυτικά Προγράμματα Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης στο Εξωτερικό	131
3.5.1.	<i>Η επιχειρηματολογία στο αγγλικό αναλυτικό πρόγραμμα</i>	131
3.5.2.	<i>Η επιχειρηματολογία στο γαλλικό αναλυτικό πρόγραμμα</i>	132
3.5.3.	<i>Η επιχειρηματολογία στο ιταλικό αναλυτικό πρόγραμμα</i>	133
3.5.4.	<i>Η επιχειρηματολογία στην Αμερική</i>	135
3.6.	Η Μετάβαση από την Αφήγηση στην Επιχειρηματολογία	136
4.	Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΚΗ ΓΡΑΦΗ: ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ	143
4.1.	Η Κειμενική Ταξινόμηση του Επιχειρηματολογικού Είδους	143
4.2.	Η Ταξινόμηση της Επιχειρηματολογικής Γραφής	145
4.3.	Η Υπερδομή των Επιχειρηματολογικών Κειμένων	147
4.4.	Κειμενικοί Παράγοντες και Επιχειρηματολογική Γραφή	151
4.4.1.	<i>Ο στόχος των επιχειρηματολογικών κειμένων</i>	152
4.4.2.	<i>Το αναγνωστικό κοινό (audience)</i>	154
4.4.3.	<i>Το θέμα του επιχειρηματολογικού κειμένου</i>	157
4.4.4.	<i>Η διασφάλιση της συνοχής και της συνεκτικότητας</i>	161
4.5.	Ψυχογνωστική Προσέγγιση της Επιχειρηματολογικής Γραφής	167
4.5.1.	<i>Η ανάπτυξη των επιχειρηματολογικών ικανοτήτων σύμφωνα με τη γνωστική θεωρία του Piaget</i>	167
4.5.2.	<i>Επίπεδα ανάπτυξης στη γραφή επιχειρηματολογικών κειμένων</i>	169

4.6.	Η Επιχειρηματολογική Γραφή και η Ψυχολογία του Γραπτού Λόγου	172
5.	Η ΚΑΘΟΔΗΓΟΥΜΕΝΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΡΑΦΗΣ	176
5.1	Η Κοινωνικοπολιτιστική Θεωρία του Lev Vygotsky για τη Μάθηση	176
5.1.1.	<i>Η έννοια της καθοδήγησης (scaffolding) στη μάθηση</i>	177
5.1.2.	<i>Ο ρόλος του δασκάλου στο πλαίσιο της θεωρίας του Lev Vygotsky</i>	178
5.1.3.	<i>Ο ρόλος των συνομηλίκων στη διδασκαλία της επιχειρηματολογικής γραφής</i>	180
5.2.	Άρρητες Μορφές Καθοδήγησης στη Διδασκαλία της Επιχειρηματολογικής Γραφής	182
5.2.1.	<i>Από την εγγύτητα στην απόσταση: από την προφορική στη γραπτή επιχειρηματολογία</i>	182
5.2.2.	<i>Επιχειρηματολογία και συνεργατική διαλογιστική</i>	186
5.2.3.	<i>Επιχειρηματολογία και φιλοσοφικός διάλογος</i>	188
5.2.4.	<i>Η επιχειρηματολογία στο πλαίσιο των αντιλογιών</i>	188
5.2.5.	<i>Η αξιοποίηση της ανάγνωσης στη συγγραφή επιχειρηματολογικών κειμένων</i>	190
5.2.6.	<i>Η αξιοποίηση της υπόδυσης ρόλων και του θεατρικού παιχνιδιού</i>	191
5.3.	Ρητές Μορφές Καθοδήγησης στη Διδασκαλία της Επιχειρηματολογικής Γραφής	192
5.3.1.	<i>Η δημιουργία νοητικών σχημάτων δράσης</i>	193
5.3.2.	<i>Η αξιοποίηση των πλαισίων γραφής (writing frames)</i>	195
5.4.	Κοινωνικοπολιτιστικά Εργαλεία και Καθοδηγούμενη Διδασκαλία	196
5.4.1.	<i>Μέσα οπτικής αναπαράστασης της επιχειρηματολογίας</i>	196
5.4.1.1.	<i>Η χρήση διαγραμμάτων</i>	197
5.4.1.2.	<i>Επίδραση του μοντέλου του Toulmin στην οπτική αναπαράσταση της επιχειρηματολογίας</i>	198
5.4.1.3.	<i>Το τριγωνικό μοντέλο επιχειρηματολογίας</i>	200
5.4.1.4.	<i>Το επιχειρηματολογικό μοντέλο του μονοπατιού</i>	201
5.4.1.5.	<i>Το επιστημονικό-ερευνητικό μοντέλο του Imre Lakatos</i>	203
5.4.1.6.	<i>Το μοντέλο διαλεκτικής σύνθεσης της επιχειρηματολογίας</i>	205
5.5.	Η Καλλιέργεια της Επιχειρηματολογικής Γραφής σε Συνεργατικά Ηλεκτρονικά Περιβάλλοντα Μάθησης	207

II.	ΔΕΥΤΕΡΟ ΜΕΡΟΣ - Η ΕΡΕΥΝΑ	213
1.	ΤΟ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	215
1.1.	Υποθέσεις της Έρευνας	215
1.2.	Σκοπός της Έρευνας	216
1.3.	Εννοιολογικό / Διδακτικό Πλαίσιο της Έρευνας	216
1.4.	Ερευνητική Μέθοδος	231
1.5.	Δείγμα Πληθυσμού	235
1.6.	Κριτήρια Ποσοτικής Ανάλυσης των Δεδομένων	236
1.7.	Μεταβλητές της Έρευνας	239
1.8.	Περιορισμοί της Έρευνας	240
1.9.	Διαδικασία της Έρευνας	240
2.	ΠΡΩΤΗ ΦΑΣΗ (Α΄) ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ: Η ΑΝΙΧΝΕΥΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΓΕΝΕΣΤΕΡΗΣ ΓΝΩΣΗΣ	244
2.1.	Συμπλήρωση Ερωτηματολογίου για την Ανίχνευση της Προγενέστερης Γνώσης των Μαθητών	244
2.2.	Το Ερωτηματολόγιο	246
2.3.	Ανάλυση Ευρημάτων του Ερωτηματολογίου	249
2.4.	Συμπεράσματα-Σχόλια-Προτάσεις	260
3.	ΔΕΥΤΕΡΗ ΦΑΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ (Β΄): Η ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ	266
3.1.	Μέσα Διεξαγωγής και Περιγραφής του Προγράμματος Παρέμβασης	267
3.2.	Τεχνικές Καθοδήγησης της Διδασκαλίας	268
3.2.1.	<i>Μοντελοποίηση της δομής του επιχειρήματος και του επιχειρηματολογικού κειμένου: «Το Τρένο της Επιχειρηματολογίας»</i>	269
3.2.2.	<i>Γλωσσικά παιχνίδια και επιχειρηματολογική γραφή</i>	275
3.2.2.1.	<i>«Το πιστεύω... λέω «γιατί»:Γράφοντας τα πρώτα επιχειρήματα</i>	275
3.2.2.2.	<i>Η «σκυταλοδρομία των επιχειρημάτων»: Παραγωγή διαφορετικών τύπων επιχειρημάτων</i>	279
3.2.2.3.	<i>«Το παιχνίδι του ντετέκτιβ» και η αξιοποίηση κειμένων</i>	282
3.2.2.4.	<i>«Η κολοκυθιά των επιχειρημάτων»: Η διαπραγμάτευση με την αντίθετη άποψη</i>	283
3.2.2.5.	<i>«Το παιχνίδι του κουμπάρα και των νομισμάτων»: Η διατύπωση αντίθετων απόψεων</i>	286
3.2.3.	<i>Η παραγωγή επιχειρηματολογικού λόγου μέσα από την υπόδυση ρόλων και τις δραματοποιήσεις</i>	290
3.2.4.	<i>Ανάγνωση, ακρόαση και νοηματική επεξεργασία κειμένων</i>	293

3.2.4.1.	<i>Τα δημοσιογραφικά κείμενα: Συμβολή στην ανάπτυξη του επιχειρηματολογικού λόγου των μαθητών</i>	297
3.2.4.2.	<i>Τα λογοτεχνικά κείμενα: Ανεξάντλητες πηγές επιχειρημάτων πειθούς</i>	300
3.2.5.	<i>Η συνεργατική επιχειρηματολογική γραφή</i>	303
3.2.6.	<i>Μάθηση της επιχειρηματολογικής γραφής από παρατήρηση</i>	309
3.2.7.	<i>Από την ιδεοθύελλα στην καταϊγιστική γραφή επιχειρημάτων</i>	311
3.2.8.	<i>Η άμεση διδασκαλία της επιχειρηματολογικής γραφής</i>	314
3.2.9.	<i>Ο διάλογος: Πολύτιμο εργαλείο στη διδασκαλία της επιχειρηματολογικής γραφής</i>	321
3.3.	<i>Είδη Επιχειρηματολογικού Λόγου και Γραφής που Διδάχθηκαν οι Μαθητές</i>	326
3.3.1.	<i>Προτρεπτικός λόγος: Τα επιχειρήματα-«προσκλήσεις»</i>	328
3.3.2.	<i>Η γραφή επιχειρημάτων για διαφημίσεις</i>	331
3.3.3.	<i>Ο δικανικός λόγος: Τα επιχειρήματα της απολογίας</i>	333
3.3.4.	<i>Τα επιχειρήματα του πολιτικού λόγου</i>	338
3.3.5.	<i>Ο φιλοσοφικός διάλογος: Τα γραπτά επιχειρήματα των «μικρών» φιλοσόφων</i>	343
3.3.6.	<i>Τα επιχειρήματα του δημοσιογραφικού λόγου</i>	346
3.3.7.	<i>Ο δημόσιος διάλογος / αντιλογία και η γραπτή παραγωγή αναλυτικών επιχειρηματολογικών κειμένων</i>	349
4.	ΤΡΙΤΗ ΦΑΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ (Γ'): ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	364
4.1.	<i>Αποτίμηση των Ποσοτικών Αποτελεσμάτων</i>	364
4.1.1.	<i>Αποτίμηση των ποσοτικών αποτελεσμάτων στο σύνολο του πληθυσμού</i>	364
4.1.2.	<i>Αποτίμηση των ποσοτικών αποτελεσμάτων σε σχέση με το φύλο</i>	366
4.1.3.	<i>Αποτίμηση των ποσοτικών αποτελεσμάτων στους δίγλωσσους μαθητές</i>	367
4.1.4.	<i>Αποτίμηση των ποσοτικών αποτελεσμάτων στην πειραματική ομάδα</i>	369
4.2.	<i>Ποιοτική Επεξεργασία των Δεδομένων-Συζήτηση</i>	372
5.	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	379
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	387