

ΔΠΜ 61/Α



Αρχές και Μέθοδοι Επικοινωνίας

Σ. ΚΑΣΤΟΡΑΣ

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

# Πολιτιστική Επικοινωνία

ΤΟΜΟΣ Α

Αρχές  
και Μέθοδοι  
Επικοινωνίας





# **ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**

## **Αρχές και Μέθοδοι Επικοινωνίας**

Copyright © 2002

Για την Ελλάδα και όλο τον κόσμο

**ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ**

Οδός Παπαφλέσσα & Υψηλάντη, 26222, Πάτρα

Τηλ.: (0610) 314094, 314206, Φαξ: (0610) 317244

## **ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΤΟΥ ΔΙΔΑΚΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ**

**του Τόμου**

### **Αρχές και Μέθοδοι Επικοινωνίας**

**Ακαδημαϊκός Υπεύθυνος της Θεματικής Ενότητας**

Κωστής Δάλλας

**Επιμέλεια Έκδοσης**

Αγγελική Βελοπούλου

**Συγγραφή**

Σταύρος Καστόρας

**Κριτική Ανάγνωση**

Νίκος Μαυρούλας

**Επιμέλεια στη Μέθοδο της Εκπαίδευσης από Απόσταση**

Μόιρα Χιλλ

**Γλωσσική Επιμέλεια**

Ζωή Κατσιαμπούρα

**Καλλιτεχνική Επιμέλεια**

Ειρήνη Αραβαντινού

**Ηλεκτρονική Σελιδοποίηση**

Νάντια Ματσίνου

Συντονισμός ανάπτυξης εκπαιδευτικού υλικού

και γενική επιμέλεια των εκδόσεων

**ΟΜΑΔΑ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ ΕΑΠ/1997-2002**

**ISBN: 960-538-444-2**

*Σύμφωνα με το Ν. 2121/1993*

*απαγορεύεται η συνολική ή αποσπασματική  
αναδημοσίευση του βιβλίου αυτού ή η αναπαραγωγή του  
με οποιοδήποτε μέσο, χωρίς την άδεια του εκδότη.*



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

**Διοίκηση Πολιτισμικών Μονάδων**

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

**Πολιτιστική Επικοινωνία**

ΤΟΜΟΣ Α

**ΑΡΧΕΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

**ΠΑΤΡΑ 2002**

*CE Κωστής Δάλλας*, διδάκτωρ του Πανεπιστημίου της Οξφόρδης, διδάσκει το γνωστικό αντικείμενο «Διαχείριση της Πολιτιστικής Παράδοσης και Προηγμένες Τεχνολογίες» στο Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου. Είναι, επίσης, Πρόεδρος και Επιστημονικός Σύμβουλος της Critical Publics A.E., εταιρείας που παρέχει υπηρεσίες στρατηγικής επικοινωνίας και προηγμένων τεχνολογιών σε οργανισμούς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα. Στη διάρκεια των 15 χρόνων ερευνητικής και επαγγελματικής του εμπειρίας χρημάτισε Ειδικός Σύμβουλος του Υπουργού Εξωτερικών, Ειδικός Γραμματέας Βιβλιοθηκών, Αρχείων και Εκπαιδευτικής Τεχνολογίας του Υπουργείου Παιδείας, Γενικός Διευθυντής του Ιδρύματος Μείζονος Ελληνισμού, συνιδρυτής και αντιπρόεδρος της Hellas Online A.E., και υπεύθυνος του Τμήματος Τεκμηρίωσης και Συστημάτων του Μουσείου Μπενάκη. Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα εστιάζονται στα συστήματα πολιτιστικών πληροφοριών, στις μεθόδους παραγωγής και στη σημειωτική των υπερμέσων και των διαδραστικών πολυμέσων σχετικά με την πολιτιστική επικοινωνία.

*Ο Σταύρος Καστόρας* σπούδασε στην Ελλάδα, στην Ουγγαρία (με κρατική υποτροφία) και στην Αμερική. Είναι κάτοχος M.A. με ειδίκευση στην τηλεόραση και ABD (All But Dissertation) στην Τέχνη από το Πανεπιστήμιο της Καλιφόρνιας (UCLA). Είναι αριστούχος διδάκτωρ (Ph.D.) του Πανεπιστημίου της Ν. Καλιφόρνιας (USC) στην Επικοινωνιολογία. Έχει διδάξει τη δομή, την οργάνωση και τη λειτουργία της τηλεόρασης, θεωρία της επικοινωνίας, δημοσιογραφία και δημόσιες σχέσεις. Είναι εμπειρογνώμονας του Συμβουλίου της Ευρώπης και της Ευρωπαϊκής Ένωσης στις επικοινωνίες και μέλος ελληνικών και ξένων επιστημονικών και επαγγελματικών συλλόγων. Έχει συμμετάσχει σε ελληνικά και διεθνή επιστημονικά συνέδρια και έχει δημοσιεύσει πολλές μελέτες για τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας.

*CE Νίκος Μαυρουλέας* είναι κάτοχος διδακτορικού διπλώματος (Ph.D.) στο Μάρκετινγκ και στις Πωλήσεις. Διατέλεσε διευθυντικό στέλεχος και διευθύνων σύμβουλος σε Α.Ε. της Γερμανίας και της Ελλάδας. Είναι Καθηγητής Μάρκετινγκ και Πωλήσεων στο Πανεπιστήμιο Tuuku της Φινλανδίας και του ΤΕΙ της Αθήνας. Έχει δημοσιεύσει μελέτες σε θέματα που αφορούν το μάρκετινγκ και τις πωλήσεις.

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

---

<b>Εισαγωγή στη Θεματική Ενότητα</b>	<b>13</b>
--------------------------------------	-----------

---

*Κ. Δάλλας*

---

<b>Πρόλογος</b>	<b>15</b>
-----------------	-----------

---

*Κ. Δάλλας*

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

---

<b>Έννοια, αντικείμενο, ρόλος και διαδικασία της επικοινωνίας</b>	<b>17</b>
---	-----------

---

Σκοπός .....17

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα .....17

Έννοιες-Κλειδιά .....17

Εισαγωγικές Παρατηρήσεις.....17

### Ενότητα 1.1

Έννοια και ορισμός της επικοινωνίας .....19

### Ενότητα 1.2

Το αντικείμενο της επικοινωνίας .....21

### Ενότητα 1.3

Ο κοινωνικός ρόλος της επικοινωνίας .....23

### Ενότητα 1.4

Η διαδικασία της επικοινωνίας .....25

### Ενότητα 1.5

Το μοντέλο του Wendell Johnson .....29

Σύνοψη.....33

Παράρτημα .....34



Βιβλιογραφία.....	35
Οδηγός για Περαιτέρω Μελέτη.....	36

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### **Παράγοντες επικοινωνίας 37**

Σκοπός .....	37
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα .....	37
Έννοιες-Κλειδιά .....	37
Εισαγωγικές Παρατηρήσεις.....	37

#### Ενότητα 2.1

Η πηγή, ο πομπός, το μέσο, το μήνυμα και ο δέκτης .....	39
---	----

#### Ενότητα 2.2

Το κανάλι, ο πλεονασμός, η κοινή εμπειρία και η ανάδραση ή επανατροφοδότηση .....	42
--	----

#### Ενότητα 2.3

Το περιβάλλον, οι παρεμβολές ή θόρυβοι, οι σιωπηλές γλώσσες, ο σκοπός, το αποτέλεσμα και ο προορισμός .....	45
--	----

#### Ενότητα 2.4

Οι σιωπηλές γλώσσες (nonverbal communication) .....	48
2.4.1 Η εφαρμογή των σιωπηλών γλωσσών .....	48
Σύνοψη.....	54
Παράρτημα .....	55
Βιβλιογραφία.....	56

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### **Ανθρώπινη επικοινωνία και συμπεριφορά 57**

Σκοπός .....	57
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα .....	57
Έννοιες-Κλειδιά .....	57
Εισαγωγικές Παρατηρήσεις.....	57

#### Ενότητα 3.1

Αιτίες και αποτελέσματα συμπεριφοράς .....	59
--	----

---

	Ενότητα 3.2
Η επικοινωνία ως σύνδεσμος με το περιβάλλον .....	62

	Ενότητα 3.3
<b>Καταστάσεις και σύμβολα επικοινωνίας .....</b>	<b>63</b>
3.3.1 Καταστάσεις επικοινωνίας .....	63
3.3.2 Τα σύμβολα στην ανθρώπινη επικοινωνία .....	64
3.3.3 Τυποποίηση και κοινωνική σημασία των συμβόλων .....	65
3.3.4 Λειτουργία και χαρακτηριστικά των συμβόλων .....	66

	Ενότητα 3.4
<b>Αλληλεπίδραση ΜΜΕ και κοινού .....</b>	<b>67</b>
3.4.1 Παράγοντες αλληλεπίδρασης.....	67
3.4.2 Δημιουργία της αλληλεπίδρασης .....	68

	Ενότητα 3.5
<b>Λειτουργία και «προϊόν» των ΜΜΕ .....</b>	<b>70</b>
3.5.1 Επίδραση του «προϊόντος» των ΜΜΕ.....	70
<b>Σύνοψη .....</b>	<b>72</b>
Βιβλιογραφία .....	73

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

---

### **Στρατηγικές επικοινωνίας 75**

---

Σκοπός .....	75
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα .....	75
Έννοιες-Κλειδιά .....	75
Εισαγωγικές Παρατηρήσεις.....	75

	Ενότητα 4.1
<b>Ορισμός στρατηγικής και μοντέλο επικοινωνίας .....</b>	<b>77</b>

	Ενότητα 4.2
<b>Στρατηγική Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας .....</b>	<b>78</b>

	Ενότητα 4.3
<b>Φάσεις στρατηγικής επικοινωνίας .....</b>	<b>79</b>
4.3.1 Καθορισμός βασικού σκοπού .....	80
4.3.2 Η ανάλυση του κοινού .....	82
4.3.3 Ο προγραμματισμός της επικοινωνιακής στρατηγικής .....	84

Σύνοψη.....	87
Παράρτημα .....	88
Βιβλιογραφία.....	89
Οδηγός για Περαιτέρω Μελέτη.....	89

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### **Μέθοδοι επικοινωνίας 91**

Σκοπός .....	91
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα .....	91
Έννοιες-Κλειδιά .....	91
Εισαγωγικές Παρατηρήσεις.....	91

#### Ενότητα 5.1

Η συγκινησιακή γλώσσα .....	93
-----------------------------	----

#### Ενότητα 5.2

Ο συνδυασμός των λέξεων .....	97
-------------------------------	----

#### Ενότητα 5.3

Οι συγκριτικές έννοιες .....	98
------------------------------	----

#### Ενότητα 5.4

Συναισθηματικές και λογικές εκκλήσεις.....	100
--	-----

#### Ενότητα 5.5

Μερικά γενικά συμπεράσματα .....	102
----------------------------------	-----

#### Ενότητα 5.6

Οι διαμορφωτές κοινής γνώμης .....	106
Σύνοψη.....	108
Βιβλιογραφία.....	109
Οδηγός για Περαιτέρω Μελέτη.....	110

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### **Μέθοδοι οργάνωσης μηνύματος 111**

Σκοπός .....	111
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα .....	111

Έννοιες-Κλειδιά .....	111
Εισαγωγικές Παρατηρήσεις.....	111
	<b>Ενότητα 6.1</b>
<b>Οργάνωση απλού μηνύματος .....</b>	<b>114</b>
	<b>Ενότητα 6.2</b>
<b>Οργάνωση σύνθετου μηνύματος.....</b>	<b>116</b>
	<b>Ενότητα 6.3</b>
<b>Μέθοδοι έντασης, χαλάρωσης και πυραμίδας .....</b>	<b>120</b>
	<b>Ενότητα 6.4</b>
<b>Μετάδοση μόνο της μιας ή και των αντίθετων απόψεων; .....</b>	<b>122</b>
	<b>Ενότητα 6.5</b>
<b>Η λογική οργάνωση του σύνθετου μηνύματος .....</b>	<b>124</b>
<b>Σύνοψη.....</b>	<b>126</b>
<b>Βιβλιογραφία.....</b>	<b>127</b>
<b>Οδηγός για Περαιτέρω Μελέτη.....</b>	<b>128</b>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

<b>Σφυγμομέτρηση κοινής γνώμης, έρευνα αγοράς</b> .....	<b>129</b>
Σκοπός .....	129
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα .....	129
Έννοιες-Κλειδιά .....	129
Εισαγωγικές Παρατηρήσεις.....	129
	<b>Ενότητα 7.1</b>
<b>Βασικά στοιχεία έρευνας της αγοράς.....</b>	<b>131</b>
	<b>Ενότητα 7.2</b>
<b>Διαδικασία έρευνας της αγοράς .....</b>	<b>133</b>
	<b>Ενότητα 7.3</b>
<b>Σφυγμομέτρηση (δημοσκόπηση) κοινής γνώμης (survey research) .....</b>	<b>137</b>
	<b>Ενότητα 7.4</b>
<b>Κριτήρια επιλογής και σχεδιασμού ερωτηματολογίου .....</b>	<b>140</b>

---

7.4.1 Κριτήρια επιλογής .....	140
7.4.2 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου .....	141
7.4.3 Επιλογή «δείγματος» .....	143

## Ενότητα 7.5

<b>Η θεαματικότητα και η ακροαματικότητα των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας .....</b>	<b>145</b>
<b>Σύνοψη .....</b>	<b>151</b>
Παράρτημα .....	152
Βιβλιογραφία .....	153
Οδηγός για Περαιτέρω Μελέτη .....	153

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

Η επικοινωνία αποτελεί ένα καθοριστικό γνώρισμα της πολιτιστικής λειτουργίας. Πράγματι, τόσο με τη γενικότερη, ανθρωπολογική, έννοια του πολιτισμού ως του συνόλου των συμβολικών συστημάτων και συμπεριφορών που επιδρούν (συχνά με καθοριστικό τρόπο) στην οργάνωση της ανθρώπινης δραστηριότητας και των κοινωνικών θεσμών, όσο και με τη στενότερη έννοια του πολιτισμού ως «ειδοποιού πνεύματος» (informing spirit), που συνδέεται με τη λειτουργία των γραμμάτων και των τεχνών, έννοιες όπως πολιτιστικές αξίες, πολιτιστική δημιουργία και πολιτιστική κληρονομιά δεν μπορούν να νοηθούν εκτός του πλαισίου της επικοινωνίας.

Η προσέγγιση του μεταπτυχιακού προγράμματος στο οποίο συμμετέχετε στηρίζεται, όπως ήδη γνωρίζετε, στη συνέργεια μεταξύ, πρώτον, του θεωρητικού υποβάθρου που είναι απαραίτητο για την ουσιαστική κατανόηση των φαινομένων τα οποία θα κληθείτε να «διαχειριστείτε» στο πλαίσιο μιας πολιτιστικής μονάδας και, δεύτερον, των εφαρμοσμένων δεξιοτήτων και γνώσεων που απαιτούνται για την αποτελεσματική συμμετοχή σας στις εργασίες διοίκησης και οργάνωσης στις οποίες θα κληθείτε να συνεισφέρετε. Έτσι, στην παρούσα Θεματική Ενότητα του μεταπτυχιακού προγράμματος θα έχετε την ευκαιρία να προσεγγίσετε το φαινόμενο της επικοινωνίας τόσο στο επίπεδο της θεωρίας, όσο και σε εκείνο των πρακτικών επικοινωνίας που καλούνται να υιοθετήσουν οι πολιτιστικές μονάδες στο πλαίσιο της λειτουργίας τους. Θα εξοικειωθείτε με τις βασικές έννοιες και μεθόδους της θεωρίας της επικοινωνίας, του πολιτιστικού μάρκετινγκ, της ευαισθητοποίησης του κοινού του πολιτισμού, των δικτύων επικοινωνίας στον πολιτισμό και της αξιοποίησης των τεχνολογιών της πληροφορίας στην πολιτιστική επικοινωνία.

Ενώ, κατά τη σύλληψη του προγράμματος, μας απασχόλησε ιδιαίτερα η ανάγκη να σας παράσχουμε ένα συνεκτικό πρόγραμμα σπουδών που καλύπτει το αντικείμενο της επικοινωνίας στις πολιτιστικές μονάδες σφαιρικά και χωρίς ανούσιες επαναλήψεις, η οπτική γωνία από την οποία αφορμώνται τα μέρη των μαθησιακών υλικών και αυτής της ενότητας δεν είναι ούτε ενιαία ούτε εσωτερικά αρραγής. Διαφορετική, για παράδειγμα, είναι η σκοπιά του επικοινωνιολόγου, που αναδεικνύει το φαινόμενο της επικοινωνίας στη γενικότητά του, διαφορετική του ειδικού στο μάρκετινγκ, που αποδέχεται την ιδιότητα του πολιτιστικού αγαθού ως προϊόντος που αναζητεί καταναλωτές, διαφορετική του ιστορικού της τέχνης, που επιδιώκει να αναδείξει τα μη οικονομικά χαρακτηριστικά της αξίας του πολιτιστικού αγαθού ως έναν εξίσου σημαντικό πυλώνα που οργανώνει τη σχέση μεταξύ κοινού και πολιτισμού.

Όλες αυτές οι οπτικές γωνίες, και άλλες που αναδεικνύονται στο πλαίσιο της παρούσας Θεματικής Ενότητας, μπορούν να αποτελέσουν εφαλτήριο για την κατανόηση του πολυεπίπεδου ρόλου της επικοινωνίας στην πολιτιστική πρακτική. Η πολιτιστική δραστηριότητα είναι, άλλωστε, ένα ανοικτό σύστημα, που επιδέχεται διαφορετικές αναγνώσεις, και η διαχείριση πολιτιστικών μονάδων απαιτεί ανοικτό πνεύμα και κριτική αντιμετώπιση από εσάς, τα μελλοντικά στελέχη της.

*Κ. Δάλλας  
Ακαδημαϊκός Υπεύθυνος  
της Θεματικής Ενότητας*



---

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Σκοπός του παρόντος τόμου είναι να σας εισαγάγει στην οπτική, στις βασικές έννοιες και μεθόδους της επιστήμης της επικοινωνίας. Το συγκεκριμένο εγχειρίδιο θα αποτελέσει υπόβαθρο και πλαίσιο αναφοράς, όταν θα αναζητήσετε εναλλακτικές ή ειδικότερες προσεγγίσεις στις πρακτικές επικοινωνίας που αφορούν τις πολιτιστικές μονάδες.

Χωρίς να φιλοδοξεί να σας καταστήσει ειδικούς επικοινωνιολόγους, ο τόμος παρουσιάζει στο πρώτο κεφάλαιο τον ορισμό, το αντικείμενο, τον ρόλο και τη διαδικασία της επικοινωνίας. Το δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται στους παράγοντες της επικοινωνίας, παρουσιάζοντας το γνωστότερο μοντέλο επικοινωνίας που έχει προταθεί από την έρευνα, και περιλαμβάνει όχι μόνο τη γλωσσική επικοινωνία αλλά και τις λεγόμενες σιωπηλές γλώσσες (χειρονομίες, χώρος, εικόνα κ.ο.κ.), οι οποίες αποτελούν ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο της πολιτιστικής πρακτικής. Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στην ανθρώπινη επικοινωνία και συμπεριφορά, αναδεικνύοντας τον ρόλο των συμβόλων και εξετάζοντας, εν συντομία, την περίπτωση της μαζικής επικοινωνίας όπως αυτή εξειδικεύεται στον ρόλο και στη λειτουργία των ΜΜΕ. Το τέταρτο κεφάλαιο αφορά τις στρατηγικές επικοινωνίας, ενώ το πέμπτο τις μεθόδους επικοινωνίας. Στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζεται το εξαιρετικά χρήσιμο αντικείμενο της οργάνωσης μηνύματος και περιγράφονται τα χαρακτηριστικά εναλλακτικών προσεγγίσεων. Το έβδομο κεφάλαιο, τέλος, σας εισάγει στις μεθόδους έρευνας αγοράς και σφυγμομέτρησης της κοινής γνώμης, που αποτελούν χρήσιμα εργαλεία για την κατανόηση των αναγκών και των ενδιαφερόντων του κοινού, τόσο στον τομέα του πολιτισμού όσο, ασφαλώς, και γενικότερα.

Ο συστηματικός χαρακτήρας με τον οποίο έχει συγκροτηθεί το περιεχόμενο του παρόντος τόμου σημαίνει ότι θα σας είναι χρήσιμος όχι μόνο κατά τη μελέτη της Θεματικής Ενότητας του μεταπτυχιακού προγράμματος, αλλά και αργότερα, ως κείμενο αναφοράς. Θα ωφεληθείτε σημαντικά αν επιδιώξετε να εξειδικεύσετε τη θεωρία και τις μεθόδους που παρουσιάζονται σε προβλήματα και καταστάσεις επικοινωνίας από τον χώρο του πολιτισμού, που σας είναι περισσότερο οικείες. Επίσης, θα βρείτε χρήσιμη την ανάκληση γνώσεων που θα αποκτήσετε μελετώντας τον παρόντα τόμο, όταν, πλέον, προχωρήσετε στις ειδικότερες προσεγγίσεις του φαινομένου της επικοινωνίας στις πολιτιστικές μονάδες.

*Κ. Δάλλας  
Ακαδημαϊκός Υπεύθυνος  
της Θεματικής Ενότητας*



