**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.3**

**19223**

**2.1.** Το σχήμα ή Μοντέλο του Laswell έχει χρησιμοποιηθεί από τον ίδιο και πολλούς συγγραφείς- μελετητές, κυρίως, για να αποτελέσει τον οδηγό για τη συστηματική μελέτη και την έρευνα των συντελεστών της Επικοινωνίας.

α) Τι παραλείπει να συμπεριλάβει το μοντέλο αυτό;

β) Ποιες επιφυλάξεις στο σχήμα αυτό διατύπωσαν άλλοι ερευνητές;

**2.2.** Με την έκφραση κανονική ακοή, εννοούμε τη δυνατότητα της ακοής να συλλαμβάνει τους ήχους τους οποίους μπορούν να συλλαμβάνουν οι υγιείς, με συνηθισμένη ακουστική ικανότητα, ακροατές. Η κανονική ακοή μπορεί να διακριθεί σε Ενεργητική ακοή και σε Παθητική.

α) Δώστε τον ορισμό της Ενεργητικής ακοής.

β) Ποιες προϋποθέσεις, ανεξάρτητα από την κατάσταση του ακουστικού νευρικού συστήματος, πρέπει να ισχύουν για να λειτουργεί η ακοή του ακροατή με τρόπο ενεργητικό;

**19753**

**2.1.** Είναι γνωστό ότι στην καθημερινή μας ζωή χρησιμοποιείται πολύ συχνά η “αθέλητη”, “μη αναμενόμενη”, ή τυχαία, και καταιγιστικά επαναλαμβανόμενη επικοινωνία.

α) Ποιος είναι ο σκοπός της;

β) Ποια είναι τα επιθυμητά αποτελέσματά της;

**2.2.** Η αποδοχή του μηνύματος και η αντίδραση του αποδέκτη-ακροατή μπορεί να γίνει μη λεκτικά αλλά και με τη χρήση άλλων στοιχείων και κωδικών.

α) Ποια είναι τα στοιχεία αυτά;

β) Πώς μπορούν τα μάτια να συνεισφέρουν στην αποδοχή ενός μηνύματος;

**19757**

**2.1.** Βασικός τρόπος πραγματοποίησης μιας επιτυχημένης και αποτελεσματικής Επικοινωνίας είναι να ικανοποιούνται κατά τη διαδικασία εφαρμογής της και να εφαρμόζονται σωστά όλες οι αρχές της, δηλαδή οι κανόνες με τους οποίους πρέπει να συμμετέχουν σε αυτήν οι συντελεστές της.

Τι χρειάζεται να γίνεται σύμφωνα με αυτές τις αρχές; Να αναφέρετε πέντε από αυτές.

**2.2.** Όταν η πρόθεση του αρχικού επικοινωνητή, δηλαδή του αποστολέα του μηνύματος, είναι να επιτύχει κάποιο σκοπό ή κάποιο συγκεκριμένο αποτέλεσμα τότε η επικοινωνία χαρακτηρίζεται ως Ηθελημένη ή Σκόπιμη.

Πώς εξηγείται η Επικοινωνία αυτή με βάση τη μέθοδο «της μελέτης της συμπεριφοράς» ή του «συμπεριφορισμού» (Behaviorism);

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.4**

**19236**

Εργάζεστε σε διαφημιστική εταιρεία και αναλαμβάνετε να οργανώσετε μια διαφημιστική καμπάνια για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία με διάφορους τρόπους.

α) Ένας από τους τρόπους προώθησης που επιλέγετε είναι μέσα από μια αφίσα, ένα οπτικό μέσο. Τι προβλήματα μπορεί να αντιμετωπίσετε από την κατάσταση, τη λειτουργία ή τη χρήση του μέσου αυτού που μπορεί να εμποδίσει την επιτυχημένη μετάδοση του μηνύματος;

β) Ποιο πρόβλημα μπορεί να προκύψει από τις μη κατάλληλες συνθήκες φωτισμού της αφίσας σας;

γ) Ένας άλλος τρόπος είναι μέσα από ένα διαφημιστικό σποτ στην τηλεόραση. Σε αυτήν την περίπτωση ποια είναι τα πιθανά προβλήματα που μπορεί να υπάρξουν;

**20144**

Σε ένα υποθετικό σενάριο, σας έχουν αναθέσει να διοργανώσετε μία ραδιοφωνική εκπομπή για να προβάλετε στο κοινό τα εκπαιδευτικά προγράμματα που εκπονήθηκαν στο σχολείο σας κατά το τρέχον σχολικό έτος.

α) Τι προβλήματα μπορεί να αντιμετωπίσετε από την κατάσταση, τη λειτουργία ή τη χρήση της συσκευής του ραδιοφώνου που μπορεί να εμποδίσει την επιτυχημένη μετάδοση του μηνύματος;

β) Ποια άλλα προβλήματα μπορεί να προκύψουν από τις μη κατάλληλες συνθήκες ακρόασης που προέρχονται από το ραδιοφωνικό σήμα;

γ) Ποια άλλα προβλήματα μπορεί να προκύψουν από τις μη κατάλληλες συνθήκες ακρόασης που προέρχονται από τον ίδιο τον ακροατή;

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.5**

**19229**

2.1 Η Γλώσσα αποτελεί ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της ανθρώπινης ύπαρξης, αφού αυτή είναι που επιτρέπει το λόγο.

α) Τι είναι ο λόγος; Δώστε τον ορισμό.

β) Η σύλληψη του περιεχομένου του λόγου είναι αμφίβολη καθώς εξαρτάται από κάποιους παράγοντες. Ποιοι είναι αυτοί οι παράγοντες;

2.2. Η Επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων μπορεί να γίνεται μέσα από την Εξωγλωσσική Επικοινωνία.

α) Τι εννοούμε με τον όρο Εξωγλωσσική Επικοινωνία;

β) Πώς διακρίνεται η Εξωγλωσσική ή μη γλωσσική επικοινωνία από τη γλωσσική;

γ) Αναφέρετε ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα εξωγλωσσικής γλώσσας. (μονάδες 3)

**19238**

2.1. Η γλώσσα, εκτός από ένα σύνολο λέξεων, περιέχει ένα σύνολο κανόνων, εσωτερικούς και εξωτερικούς, σύμφωνα με τους οποίους μπορεί να χρησιμοποιηθεί.

α) Τι καθορίζουν οι εσωτερικοί κανόνες;

β) Αναφέρετε ποιοι είναι οι εσωτερικοί κανόνες.

γ) Τι ορίζουν οι εξωτερικοί κανόνες;

2.2. Η σαφήνεια του περιεχομένου και του σκοπού της επικοινωνιακής διαδικασίας μπορούν να επηρεάσουν την αποτελεσματικότητά της.

α) Όταν το στοιχείο της σαφήνειας δεν περιέχεται στο μήνυμα και ως αποτέλεσμα αυτό δε γίνεται αντιληπτό από τον αποδέκτη τι συμβαίνει;

β) Αναφέρετε τις αιτίες που μπορούν να προκαλέσουν έλλειψη της σαφήνειας σε ένα μήνυμα.

**19239**

2.1. Η Επικοινωνία στην ανθρώπινη κοινωνία δεν είναι πάντοτε γλωσσική και μπορεί να γίνεται με την Εξωγλωσσική ή μη γλωσσική Επικοινωνία.

α) Η επικοινωνία με κινήσεις του σώματος βοηθά τον αποστολέα να διαμορφώσει το μήνυμά του. Ποιοι είναι όμως οι περιορισμοί της;

β) Η Εξωγλωσσική Επικοινωνία θεωρείται ότι είναι λιγότερο σημαντική από τη γλωσσική. Αναφέρετε τους λόγους για τους οποίους ισχύει η παραπάνω θέση.

2.2. Οι ανάγκες για μία στοιχειώδη οργάνωση της ζωής και της συμμετοχής του ανθρώπου στη ζωή της κοινωνίας στην οποία συμμετείχε τον οδήγησε στη δημιουργία της γραφής.

α) Τι είναι γραφή; Δώστε τον ορισμό της.

β) Να αναφέρετε δύο λόγους για τους οποίους η χρήση της γραφής έχει σχεδόν αντικαταστήσει το ζωντανό λόγο στις περισσότερες ανθρώπινες δραστηριότητες.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.6**

**19233**

2.1.Ένα από τα χαρακτηριστικά στοιχεία τα οποία μπορούν να επηρεάσουν την αποτελεσματικότητα της επικοινωνιακής διαδικασίας είναι η σαφήνεια του μηνύματος του περιεχομένου και του σκοπού της.

α) Τι εννοούμε με τον όρο σαφήνεια;

β) Η βιασύνη είναι μια από τις αιτίες που μπορεί να οδηγήσουν στην έλλειψη της σαφήνειας. Αιτιολογήστε την παραπάνω πρόταση.

2.2. Ο λόγος αποτελεί ένα πολύτιμο σύστημα επικοινωνίας και έκφρασης, συνεννόησης και επαφής, μέσα στη μικρή ή μεγαλύτερη ομάδα ή κοινωνία που δρα το άτομο. Παρόλα αυτά, αντιμετωπίζει αρκετούς περιορισμούς στη χρησιμοποίησή του. Ποιοι είναι αυτοί;

**20143**

2.1. Με την ευκαιρία κάποιας επίσημης εκδήλωσης ή τελετής, ο ομιλητής χρησιμοποιεί επίσημη γλώσσα με ένα πομπώδες επίσημο ύφος.

Από τι χαρακτηρίζεται αυτή η γλώσσα και με ποια πρόθεση;

2.2. Η Συμβουλή μπορεί είτε να ζητηθεί από έναν τρίτο είτε από τον ίδιο τον αποστολέα- πομπό, ώστε να υπάρξει καλύτερη, δηλαδή αποτελεσματικότερη, πραγματοποίηση της επικοινωνιακής διαδικασίας είτε όχι.

Ποια είναι η αφετηρία της συμβουλής και στις δύο περιπτώσεις;

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.7**

**19759**

Σε ένα υποθετικό σενάριο, το σχολείο σας επιθυμεί την ενημέρωση των γονέων για τα εκπαιδευτικά προγράμματα που πρόκειται να πραγματοποιηθούν κατά το τρέχον σχολικό έτος. Αρχικά προτείνεται η ενημέρωση να πραγματοποιηθεί προφορικά μέσα σε μια συνάντηση με τον Σύλλογο γονέων και κηδεμόνων και το δεκαπενταμελές Συμβούλιο των μαθητών.

α) Αναφέρετε δύο πιθανά προβλήματα που μπορούν να προκύψουν από την προφορική ενημέρωση;

β) Αν η ενημέρωση γίνει με γραπτή επιστολή προς άπαντες τι επιδιώκεται με αυτόν τον τρόπο; Αναφέρετε δύο πιθανά αποτελέσματα.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.8**

**19337**

Έχετε καταθέσει το βιογραφικό σας σε μια εταιρεία για μια θέση που επιθυμείτε και στη συνέχεια σας έχουν καλέσει για προσωπική συνέντευξη.

α) Πώς θα πρέπει να είναι η προσωπική σας παρουσία για να αυξήσετε τις πιθανότητες επιτυχίας σας;

β) Πώς θα πρέπει να είναι η στάση του σώματός σας κατά τη διάρκεια της συνέντευξης;

γ) Πώς θα πρέπει να είναι η απόχρωση της φωνής μας κατά τη διάρκεια της συνέντευξης;

**19760**

Είσαστε υπεύθυνος για το προσωπικό ενός κέντρου αποκατάστασης ασθενών και δίνετε οδηγίες για τον ενδυματολογικό κώδικα των εργαζομένων σε διάφορα τμήματα της επιχείρησης.

α) Τι οδηγίες θα δώσετε στους εργαζόμενους του τμήματος υποδοχής και εξυπηρέτησης πελατών για τη γενικότερη εμφάνιση και την ενδυμασία τους και γιατί; (μονάδες 10)

β) Γιατί θα επιλέγατε να φορούν στολή οι εργαζόμενοι στον ιατρονοσηλευτικό τομέα; (μονάδες 10)

γ) Τι αρχές πρέπει να ακολουθήσετε για τον σχεδιασμό της στολής; (μονάδες 5)

**19763**

Σε ένα υποθετικό σενάριο, επιθυμείτε να συναντηθείτε με τους φίλους σας

για να σχεδιάσετε τις διακοπές σας για το καλοκαίρι.

α) Πώς σκέφτεστε ότι μπορεί να επηρεάσει ο χώρος το μήνυμα και ολόκληρη την Επικοινωνιακή διαδικασία;

β) Για ποιους λόγους δεν θα επιλέγατε ως τόπο συνάντησης ένα κέντρο διασκέδασης;

 γ) Για ποιους λόγους δεν θα επιλέγατε ως τόπο συνάντησης μία παραλία;

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.9**

**20140**

Ο Γιώργος επιθυμεί να αποκτήσει ένα μηχανάκι. Σκέφτεται να το ζητήσει από τον πατέρα του. Θα μπορούσε να εκφράσει το αίτημα-μήνυμά του, έτσι ώστε να ικανοποιηθεί αμέσως. «Άκουσε πατέρα! Θέλω να μου πάρεις το μηχανάκι τώρα». Όμως πριν το πει, μια σκέψη γεννιέται στο μυαλό του. Ο πατέρας του δεν έχει απόθεμα χρημάτων. Δεν μπορεί να αγοράσει το μηχανάκι. Δεν μπορεί και να δανειστεί, αφού το χρέος θα πληρωνόταν από το εισόδημα ολόκληρης της οικογένειας.

Η οικογένεια έχει και άλλες ανάγκες. Θα μπορούσε να αδιαφορήσει. Τελικά το μήνυμά του άλλαξε μορφή. «Ξέρεις πατέρα, θα ήθελα να αγοράσω ένα μηχανάκι, όταν μαζέψω τα χρήματα ...». Δεν θέλει και κρίνει πως δεν είναι σωστό να επιβαρύνει τον πατέρα και την οικογένεια με χρέος.

α) Ποιοι κανόνες επηρέασαν την απόφαση του Γιώργου;

β) Πώς μπορεί να λειτουργήσουν αυτοί οι κανόνες στη βούληση του αποστολέα-πομπού;

γ) Για ποιους λόγους ο αποστολέας-πομπός υπακούει στους κανόνες αυτούς;

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.10**

Η εταιρία «Α» έχει αποφασίσει να εκδώσει μια σειρά από έντυπα, αφίσες, πολύπτυχα, φυλλάδια κτλ. για να διαφημίσει το όνομα και τα προϊόντα της. Ο Πρόεδρος και Διευθυντής της εταιρίας διαμορφώνει τον κύριο επικοινωνιακό στόχο, «προβολή της εταιρίας και προβολή του προϊόντος» και παραγγέλλει τις ανάλογες μακέτες, τα σχέδια, τα κείμενα. Όμως, πριν τελειώσουν, παρεμβαίνει ο υπεύθυνος του διαφημιστικού τμήματος και συμβουλεύει να προβληθεί πολύ εντονότερα ο στόχος «τιμή του προϊόντος».

α) Τι μπορεί να συμβεί στη συνέχεια;

β) Πώς μπορεί να λειτουργήσει η συμβουλή στην επικοινωνιακή διαδικασία;

γ) Πώς μπορούν τα άτομα να αντιδράσουν στη συμβουλή;