

Η ΔΥΝΑΜΗ ΚΑΙ ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

**ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ(ΑΜΑΛΙΑ ΛΙΑΝΟΥ)
ΧΡΗΣΗ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ(ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΣΤΟΙΧΕΙΟΥ)
ΜΕΤΑΔΟΣΗ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ <<Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΩΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΜΕΤΑΔΟΣΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ
ΚΑΙ ΝΟΗΜΑΤΩΝ ΑΠΟ ΤΑ ΜΜΕ ΣΤΟΥΣ ΠΟΛΙΤΕΣ(ΓΙΩΡΓΟΣ ΜΠΟΛΜΠΑΣΗΣ)
Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ(ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΛΑΜΠΙΡΗ)**



Η ομάδα μας η οποία είναι η ομάδα <1>που αποτελείτε από τον Γιώργο Μπόλμπαση (συντονιστής),(Κατερίνα Λαμπίρη),(Αμαλία Λιανού),(Χριστίνα Στοιχείου) . Εργάστηκε σε αυτό το τετράμηνο πάνω στο θέμα <<Η δύναμη και επιρροή των ΜΜΕ στη διαχείριση της κρίσης>> . Οι υποενότητες στις οποίες χωρίστηκε το θέμα:

ΜΜΕ :Ιστορική αναδρομή

Χρήση συχνότητων

Μετάδοση μηνυμάτων <<η επικοινωνία ως διαδικασία μετάδοσης πληροφοριών και νοημάτων από τα ΜΜΕ στους πολίτες

Η τεχνολογία στην υπηρεσία της ενημέρωσης

ΟΡΙΣΜΟΣ :Επικοινωνία είναι μια κατάσταση κατά την οποία διαβιβάζονται, μεταφέρονται νοήματα ή συναισθήματα από ένα ή περισσότερα άτομα σε ένα ή περισσότερα άλλα άτομα.

Η επικοινωνία είναι αμφίδρομη διαδικασία, κατά την οποία διάφορες πληροφορίες ανταλλάσσονται και κατανοούνται από δύο ή περισσότερους ανθρώπους.

Η διαπροσωπική επικοινωνία μπορεί να είναι λεκτική ή/ και μη λεκτική.

Τα τρία βασικά συστατικά στοιχεία της διαπροσωπικής επικοινωνίας είναι :

**η πηγή
το μήνυμα
και ο δέκτης.**



Στην επιτυχημένη επικοινωνία η πληροφορία που λαμβάνει και κατανοεί ο δέκτης-στόχος συμφωνεί ή είναι ίδια με αυτή που μεταδόθηκε από την πηγή.

Τα προβλήματα στη διαπροσωπική επικοινωνία μπορεί να οφείλονται στις διαπροσωπικές σχέσεις της πηγής και του δέκτη, σε παρεμβολές, στο ίδιο το μήνυμα, στην ασυνέπεια των μηνυμάτων, στην προσωπική θεώρηση των πραγμάτων.

Μια επικοινωνιακή κατάσταση περιλαμβάνει τους ακόλουθους βασικούς παράγοντες:

- α. την προέλευση (πομπός ή αποστολέας) και
- β. τον προορισμό (παραλήπτης, δέκτης) του νοήματος που μεταφέρεται,
- γ. αυτό το οποίο διαβιβάζεται από τον έναν στον άλλο, με άλλα λόγια το μήνυμα,
- δ. τη «γλώσσα» στην οποία είναι διατυπωμένο, δηλαδή τον κώδικα
- ε. το όχημα με το οποίο μεταφέρεται, δηλαδή το μέσο και τέλος
- ζ. τη συγκεκριμένη διάταξη – οργάνωση όλων των παραπάνω συντελεστών μέσα στο χώρο και το χρόνο, αυτό δηλαδή που λέμε επικοινωνιακό πλαίσιο.

Επικοινωνία είναι η διαδικασία με την οποία μεταβιβάζονται πληροφορίες και νοήματα από έναν άνθρωπο σε άλλον, δηλαδή είναι η διαδικασία με την οποία ένας πομπός Α μεταβιβάζει πληροφορίες, σκέψεις, ιδέες, συναισθήματα και ενέργεια σε ένα δέκτη Β με στόχο να ενεργήσει πάνω του με τρόπο, ώστε να προκαλέσει σ'αυτόν την εμφάνιση ιδεών και σε τελική ανάλυση να επηρεάσει την κατάσταση του και τη συμπεριφορά του. Επιπλέον η επικοινωνία δεν είναι απλή μεταβίβαση πληροφοριών ή νοημάτων αλλά η διαδικασία επαφής, αλληλοκατανόησης και αλληλοεπηρεασμού μεταξύ των ανθρώπων ή των ομάδων.

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ:ΜΜΕ

Mega

Ήταν το πρώτο ιδιωτικό κανάλι της τηλεόρασης και ιδρύθηκε 20/11/1989 και ανήκε στην Εταιρεία Τηλέτυπο Α .Ε είχε μετόχους τους εκδότες Χρήστο Λαμπράκη (ΒΗΜΑ,ΤΑ ΝΕΑ) Βαρδή Βαρδινογιάννη (ΜΕΣΗΜΒΡΙΝΗ) Γιώργο Μπόμπολα (ΕΘΝΟΣ) Αριστείδη Αλαφούζο (ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ) Χρήστο Τεγόπουλο (ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ) και με γενικό διευθυντή τον Γιάννη Σκουλά .

Είχε κεντρικούς παρουσιαστές την Λιάννα Κανέλλη και τον Νίκο Χατζηνικολάου και είχε ισχυρό ειδησεογραφικό επιτελείο με τον Παντελή Καψή τον Γιάννη Πρετεντέρη και την Μαρία Χούκλη. Το Mega από τους πρώτους μήνες λειτουργίας του έπαιξε καθοριστικό ρόλο για τις ενημερωτικές εκπομπές τα επόμενα χρόνια το ίδιο και στο ψυχαγωγικό μέρος. Περίορισε την αρχική του κλίση προς ξένες σειρές και προχώρησε σε σημαντικές ελληνικές παραγωγές που ήταν :

Οι τρεις χάριτες (1990)
Οι απαράδεκτοι (1991)
Οι δέκα μικροί Μήτσοι (1992)

Ant1

Ήταν το δεύτερο μεγάλο κανάλι ιδρύθηκε στις 31/12/1989 και είχε βασικό μέτοχο τον Μίνωα Κυριακού και δευτερεύοντες μετόχους τον Γιώργο Ξανθόπουλο , τον Σωκράτη Παπαδόπουλο
Η εκπομπή του νέου καναλιού έγινε χωρίς αδειοδότηση το οποίο σχολιάστηκε έντονα απ'τους ανταγωνιστές.

Μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του '90 ο Ant1 ήταν ο βασικός ανταγωνιστής του Mega ως προς το ενημερωτικό μέρος με κεντρικό παρουσιαστή τον Τέρενς Κουίκ αλλά και στο ψυχαγωγικό μέρος με την παραγωγή πολλών δημοφιλών σειρών όπως για παράδειγμα με την πρώτη ελληνική σαπουνόπερα (ΛΑΜΨΗ 1991-2005) αλλά και στην πρωινή ζώνη (ΠΡΩΙΝΟΣ ΚΑΦΕΣ – ΡΟΥΛΑ ΚΟΡΟΜΗΛΑ)

Το πρώτο εξάμηνο του 1990 εμφανίστηκαν πολλά κανάλια χωρίς άδεια λειτουργίας.

New Channel

Seven X

TeleCity

902 TV

Κανάλι 29

Όμως αυτά τα καινούργια κανάλια δεν μπόρεσαν να αμφισβητήσουν σοβαρά την κυριαρχία των δυο μεγάλων ιδιωτικών καναλιών μέχρι το 1993 τουλάχιστον που τότε εμφανίστηκε το ΣΚΑΪ και το ΣΤΑΡ.

ΤΥΠΟΣ

Η ανάπτυξη της ιδιωτικής τηλεόρασης έχει άμεση σύνδεση με την είσοδο νέων επιχειρηματικών εκδοτών στον τύπο κατά την τελευταία διετία του 1980 και αυτό είχε ως άμεση συνέπεια την περιθωριοποίηση της δημόσιας τηλεόρασης.

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον χώρο του τύπου το 1980 ήταν (Βαρδής Βαρδινογιάννης , Άρης Βουδούρης , Σωκράτης Κόκκαλης)

Περιοδικό τα ιστορικά απ' τον εκδοτικό οίκο <<Μέλισσα>> του Γ. Ραγιά με διευθυντές Σπύρο Ασδραχά , Φίλιππο Ηλίου ,Βασίλη Παναγιωτοπουλου.

Από την δεκαετία του 1960

Περιοδικό ερασιστής : Αφιερωμένο κυρίως στον <<νεοελληνικό διαφωτισμό>> .

Από το 1971 Περιοδικό μνημών : που ήταν όαση στην εποχή της διδακτορίας ,φιλοξενώντας συζητήσεις φοιτητών και νεαρών.



ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ :Η επικοινωνία ταυτίζεται με την ανθρώπινη ύπαρξη, χωρίς αυτή η ζωή του ανθρώπου θα ήταν πολύ δύσκολη.

ΟΡΙΣΜΟΣ:Είναι η διαδικασία με τη οποία μεταβιβάζονται πληροφορίες και νοήματα από έναν άνθρωπο σε άλλον.

ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ: Είναι το μέσο με το οποίο οι άνθρωποι συνδέονται, συνεργάζονται και πετυχαίνουν κοινούς στόχους.

Μερικές από τις σημαντικότερες λειτουργίες των Μ.Μ.Ε είναι:

- α) Η πληροφόρηση-ενημέρωση
- β)Η ψυχαγωγία-διασκέδαση
- γ)Η εκπαίδευση-επιμόρφωση
- δ)Η πολιτική κοινωνικοποίηση
- ε) Ο έλεγχος της πολιτικής εξουσίας

ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ :

- Η πηγή (πομπός)
- Ο κώδικας (του πομπού κωδικοποίηση)
- Το μήνυμα
- Η σύλληψη (δέκτης)
- Ο κώδικας (του δεκτή - αποκωδικοποίηση)
- Η κατανόηση του μηνύματος ή αποτελέσματος

Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΧΕΙ ΑΡΚΕΤΑ ΕΜΠΟΔΙΑ ΤΑ ΟΠΟΙΑ ΤΗ ΚΑΝΟΥΝ ΔΥΣΚΟΛΗ .

- ασαφείς στόχοι
- μη σωστά μηνύματα
- κακή επιλογή χρόνου και χώρου
- κακή επιλογή τρόπου και μέσου
- βιαστικά συμπεράσματα
- προδιάθεση / προκατάληψη
- διαφορετικές αντιλήψεις



Βασικά στοιχεία της μαζικής επικοινωνίας:

α)Ο πομπός είναι:Αυτός που στέλνει το μήνυμα στον δέκτη με τη βοήθεια κάποιου μέσου.

Πομπός για παράδειγμα είναι ο δημοσιογράφος,ο παρουσιαστής,ο σχολιαστής,οποιοσδήποτε.

Στόχος του είναι η αποτελεσματική επικοινωνία.

β)Το μέσο είναι οποιοσδήποτε φυσικό ή τεχνικό στοιχείο που χρησιμοποιείται για να μεταβιβαστεί το μήνυμα απο τον πομπό στον δέκτη όπως η φωνή,τα δίκτυα κ.τ.λ.

γ)Το μήνυμα είναι η πληροφορία που ο πομπός μεταβιβάζει στον δέκτη. Σκοπός του πομπού είναι να γίνει κατανοητό το μήνυμα από τον δέκτη. Το μήνυμα της μαζικής επικοινωνίας απευθύνεται σε όλους χωρίς αποκλεισμούς.

δ)Ο δέκτης είναι αυτός που λαμβάνει το μήνυμα του πομπού. Στη διαπροσωπική επικοινωνία δέκτης είναι το άλλο άτομο, με το οποίο για παράδειγμα συζητάμε.

Στην μαζική επικοινωνία δέκτης είναι το κοινό,οι αναγνώστες. Συνήθως το κοινό δεν είναι ομοιογενές,μπορεί να διαφοροποιείται ανάλογα με το επίπεδο μόρφωσης,την ηλικία,τις αξίες του.

ε)Το αποτέλεσμα είναι η επίδραση του μηνύματος στον δέκτη που καταλήγει στην τροποποίηση της συμπεριφοράς του.

Στην εκπαίδευση η χρήση Η/Υ και γενικότερα των πολυμέσων γενικεύεται στην εκπαίδευση όλων των βαθμίδων. Ενδεικτικά αναφέρουμε την καθημερινή εφαρμογή εκπαιδευτικών λογισμικών, την εξ αποστάσεως εκπαίδευση (μέσω e-learning).

Πολλές φορές τα Μ.Μ.Ε παρουσιάζουν στο κοινό μία επίπλαστη εικόνα από την πραγματική.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Μετά την έρευνα που κάναμε διαπιστώσαμε την μεγάλη επίδραση των ΜΜΕ στους ανθρώπους και στη καθημερινή μας ζωή που πολλές φορές έχει αρνητικές συνέπειες . Επίσης μεγάλη εντύπωση με τους στίχους του μας έκανε το τραγούδι του Β . Παπακωσταντίνου <<το Δελτίο των 8 >>.

