

Απαντήσεις προτεινόμενες – ενδεικτικές. Υπάρχει μόνο ένας καλός τρόπος... ο Δικός σας!

**ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ:**  
**Πολιτιστική Επικοινωνία (ΔΠΜ 61)**

**ΕΡΓΑΣΙΑ ΠΡΩΤΗ**

Απαντήσεις προτεινόμενες – ενδεικτικές. Υπάρχει μόνο ένας καλός τρόπος... ο Δικός σας!

## Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	4
A. Επικοινωνιακές δράσεις.....	6
B. Μοντέλα επικοινωνίας για την ανάπτυξη πολιτιστικής δραστηριότητας .....	7
Παράδειγμα .....	9
Επίλογος.....	14
Βιβλιογραφία .....	15

Απαντήσεις προτεινόμενες – ενδεικτικές. Υπάρχει μόνο ένας καλός τρόπος... ο Δικός σας!

## Περίληψη

Σκοπός της εργασίας είναι να παρουσιάσει τη σημασία των μοντέλων επικοινωνίας και την πρακτική εφαρμογή τους σε μία εκπαιδευτική δράση στο ψηφιακό περιβάλλον. Η επικοινωνία στηρίζεται σε θεωρίες, σκοπός των οποίων είναι η διαμόρφωση ενός κατάλληλου περιβάλλοντος μέσα στο οποίο θα συνυπάρξουν πομπός και δέκτης προκειμένου να δημιουργηθεί κάτι κοινό και να υπάρξει ένα αποτέλεσμα, εκπαιδευτικό, ψυχαγωγικό και μαθησιακό. Η εργασία αναφέρεται σε μία δράση του Λαογραφικού και Εθνολογικού Μουσείου της Θεσσαλονίκης η οποία πραγματοποιήθηκε μέσω του διαδικτύου. Για την συγγραφή της εργασίας έγινε εξέταση βιβλιογραφικών πηγών και διαδικτυακών.

## Λέξεις κλειδιά

- ✚ Επικοινωνία
- ✚ Μοντέλο επικοινωνίας
- ✚ Διαδραστικότητα
- ✚ Εκπαιδευτική δράση
- ✚ Λαογραφικό και Εθνολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης

## Εισαγωγή

Από αρχαιοτάτων χρόνων οι άνθρωποι είχαν την ανάγκη να επικοινωνούν μεταξύ τους, δηλαδή να μεταδίδουν και να αποστέλλουν μηνύματα και πληροφορίες, ανεξάρτητα από την απόσταση που υπήρχε μεταξύ τους ενώ στόχος τους ήταν η άσκηση επίδρασης στους δέκτες αυτών (Carey, 2009, σελ. 2-3). Κατά τον Κάστορα (2002, σελ. 19), η «επικοινωνία» προέρχεται από το «communis» που σημαίνει «κοινός» και ορίζεται ως «μία διαδικασία κατά την οποία γίνεται μετάδοση ιδεών με τη βοήθεια των λέξεων».

Η επικοινωνία στηρίζεται στην ανθρώπινη εμπειρία, την οποία έχει σχηματίζει μέσα στο περιβάλλον που ζει. Η επικοινωνία, επιτυγχάνεται μέσω γλώσσας και άλλων συμβολικών μορφών, σε συλλογικό επίπεδο, κατά το οποίο γίνονται συνομιλίες, δίνονται οδηγίες, μεταδίδονται γνώσεις, μοιράζονται σημαντικές ιδέες, αναζητούνται και παρέχεται ψυχαγωγία. Μέσω της επικοινωνίας, οι άνθρωποι μπορούν να αντιληφθούν έννοιες και καταστάσεις που μπορεί να μην είναι οικείες ή να είναι δύσκολο να κατανοηθούν. Μέσω όμως της επικοινωνίας διαμορφώνεται η σκέψη αλλά και η συμπεριφορά των ανθρώπων (Carey, 2009, σελ. 9).

Η επικοινωνία καθορίζεται μέσα από συγκεκριμένους παράγοντες που αλληλοεπηρεάζονται και αλληλεπιδρούν κατευθύνοντας τη συμπεριφορά των δεκτών και προκαλώντας ερεθίσματα ανάλογα με τον στόχο που αυτή υπηρετεί (Κάστορας, 2002, σελ. 25-26). Στη σημερινή εποχή, εν όψει της παγκόσμιας υγειονομικής κρίσης και της κατ'επέκταση πολιτισμικής στασιμότητας, οι πολιτιστικοί οργανισμοί επικοινωνούν με το κοινό τους μέσω των ψηφιακών μέσων και του ψηφιακού μετασχηματισμού στον οποίο προβαίνουν, προκειμένου να διατηρήσουν το κοινό τους και την επαφή τους ενεργή καθώς και το έργο τους βιώσιμο (Γκαντζιάς, 2020, σελ.31-34).

Τα μοντέλα επικοινωνίας που εξετάζουν τον τρόπο παραγωγής της επικοινωνίας, ελέγχουν και έναν ακόμη σημαντικό παράγοντα στη σημερινή εποχή: τη χρήση των πολυμέσων και τη διαδραστικότητα που επιτυγχάνεται. Ελέγχονται δηλαδή, η πηγή αποστολής των πληροφοριών, ο χρόνος, το θέμα, οι αποδέκτες, τα μέσα αποστολής των μηνυμάτων –email, σχόλια, φόρουμ συνομιλιών- και οι στόχοι της επικοινωνίας (Mcmillan, 2002, σελ. 277-278).

Απαντήσεις προτεινόμενες – ενδεικτικές. Υπάρχει μόνο ένας καλός τρόπος... ο Δικός σας!

Στην παρούσα εργασία προσπαθήσαμε να εξετάσουμε τα μοντέλα επικοινωνίας που μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατά της διαδικασίας της επικοινωνίας σε ένα μουσείο. Ιδιαίτερα εστίασαμε σε τρία μοντέλα που μπορούν να αποδώσουν την επικοινωνιακή διαδικασία και να συμβάλλουν στην ολοκληρωμένη ανάλυσή της. Η επιλογή του Λαογραφικού και Εθνολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης έγινε έπειτα από ενδελεχή έρευνα και με δεδομένο ότι δραστηριοποιείται εν μέσω κρίσης covid-19.

## A. Επικοινωνιακές δράσεις

Τα τελευταία χρόνια, οι πολιτιστικοί οργανισμοί και συγκεκριμένα τα μουσεία στηρίζονται στην μουσειακή εκπαίδευση για να προσφέρουν στους επισκέπτες τους γνώση και ψυχαγωγία, αντιμετωπίζοντάς τους ως ενεργούς συμμετέχοντες και προσπαθώντας να ανταποκριθούν στις ανάγκες, τις απαιτήσεις, τις ιδέες, την κοινωνική και πνευματική τους θέση, καθώς και τις ιδιαιτερότητες που μπορεί να εμφανίζουν (Hooper Greenhill, 1999, σελ. 47).

Οι επικοινωνιακές δράσεις που αναπτύσσονται στα μουσεία αποσκοπούν στην ψυχαγωγία του κοινού, την εκπαίδευση, τη συμμετοχική παρατήρηση και την ανάπτυξη του διαλόγου προκειμένου οι συμμετέχοντες να κατανοήσουν τη σημασία και τη χρήση των λαογραφικών στοιχείων, την κοινωνική τους διάσταση και την ιστορική τους αξία (Αθανασοπούλου, 2003, σελ. 116-117, 135). Οι δράσεις - ανεξαρτήτως περιεχομένου- περιλαμβάνουν την έννοια της «πολιτιστικής επικοινωνίας», η οποία κατά τους Ψύλλα (1992, σελ. 208) και Μπαντιμαρουδή (2011, σελ. 13) αποσκοπεί στη δημιουργία πολιτιστικών αγαθών, την προώθησή τους στο κοινό με σκοπό την πολιτισμική ανάπτυξη της κοινωνίας. Μάλιστα στη σύγχρονη εποχή η επικοινωνία στηρίζεται στις νέες τεχνολογίες και στις δυνατότητες που προσφέρονται μέσω της χρήσης του διαδικτύου (Σηφάκη, 2014, σελ. 264-265).

Η ανάπτυξη των επικοινωνιακών δράσεων πρόκειται για μία τακτική ιδιαίτερα συνηθισμένη, αφού οι πολιτιστικοί διαχειριστές προκειμένου να διατηρήσουν το κοινό τους, να επικοινωνήσουν με αυτό και να το καταστήσουν συμμετόχο στο έργο τους χρησιμοποιούν διαφορετικές επικοινωνιακές δράσεις. Σε αυτές περιλαμβάνονται: οι διαφημίσεις, τα έντυπα, οι αφίσες, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα blogs, τα δελτία τύπου, η χρήση ψηφιακών εφαρμογών και οι δραστηριότητες, όπως, χορός, τραγούδι, μουσική, παραστάσεις και εκπαιδευτικά προγράμματα (Αθανασοπούλου, 2003, σελ.132-135, 260, 264 & Kotler, 2008, σελ. 404-405 & Kidd, 2010, σελ. 65-66).

## **B. Μοντέλα επικοινωνίας για την ανάπτυξη πολιτιστικής δραστηριότητας**

Κατά τη διαδικασία της επικοινωνίας χρησιμοποιούνται μοντέλα επικοινωνίας, δηλαδή θεωρητικά εργαλεία που συμβάλλουν στην περιγραφή και την μελέτη της επικοινωνίας που πραγματοποιείται. Τα μοντέλα επικοινωνίας με τη βοήθεια της επιστήμης περιγράφουν τον τρόπο σκέψης και συμπεριφοράς των επικοινωνούντων ενώ συμβάλλουν στην ανάπτυξη επικοινωνίας στο πεδίο του πολιτισμού στο οποίο και εφαρμόζονται (Carey, 1989, σελ. 15). Υπάρχουν διάφορα μοντέλα όπως, το γραμμικό, το συστημικό, το κυβερνητικό, το διαδραστικό και το μοντέλο σημειωτικής κ.α (Ψύλλα, 1991, σελ. 108-110). Στη σημειωτική εξετάζονται τα σημεία, οι κώδικες, η κουλτούρα και η στάση του αποδέκτη ως αναγνώστη. Ο τελευταίος θεωρείται το βασικότερο στοιχείο κατά την διαδικασία ερμηνείας στη σημειωτική, ενώ στα υπόλοιπα μοντέλα, σημαντικό εξεταζόμενο στοιχείο αποτελεί το μήνυμα και ο δέκτης αυτού (Fiske, 2010b, σελ. 51-52). Όλα αυτά περιγράφουν τις σχέσεις που διαμορφώνονται ανάμεσα στον πομπό και τον δέκτη και μέσα από την προώθηση ενός μηνύματος.

Αρχικά, στο γραμμικό μοντέλο ο πομπός στέλνει ένα μήνυμα στον δέκτη, ενώ ο δέκτης το λαμβάνει δίχως να αντιδρά, άρα συμπεριφέρεται παθητικά. Σκοπός της επικοινωνίας είναι η πληροφόρηση του δέκτη. Ένα γραμμικό μοντέλο κατά την Κωνσταντοπούλου (2012, σελ. 318-319) είναι του Lasswell, το οποίο χρησιμοποιήθηκε σε μεγάλο βαθμό και στηριζόταν στο «ποιος», «λέει τι», «με ποιον τρόπο», «σε ποιον», «με ποιο αποτέλεσμα». Κάτα τον Μπαντιμαρουδή (2011, σελ. 22) η χρήση των γραμμικών μοντέλων περιορίστηκε τον τελευταίο αιώνα λόγω της ανάπτυξης της τεχνολογίας και της διαδραστικότητας που επιτυγχάνεται με τη χρήση των ψηφιακών μέσων.

Έπειτα, στο συστημικό μοντέλο, συμμετέχουν διαφορετικά μέρη, δηλαδή ο πομπός, ο δέκτης, τα μέσα επικοινωνίας και το περιβάλλον. Όλα αυτά αλληλοεπηρεάζονται, ενώ ο πομπός και δέκτης του μηνύματος είναι το επίκεντρο της επικοινωνιακής διαδικασίας που αντιδρά στα ερεθίσματα που δέχεται, σύμφωνα με τον δικό του τρόπο σκέψης και τη δική του ιδιοσυγκρασία. Στο κυβερνητικό μοντέλο, στόχος είναι να κινητοποιηθεί ο δέκτης, να αντιδράσει μέσα από το μήνυμα που λαμβάνει, όχι με σκοπό να πληροφορηθεί αλλά με πρόθεση να επιτευχθούν συγκεκριμένοι στόχοι μέσω της επικοινωνίας. Χρειάζεται ο δέκτης να μην είναι

Απαντήσεις προτεινόμενες – ενδεικτικές. Υπάρχει μόνο ένας καλός τρόπος... ο Δικός σας!

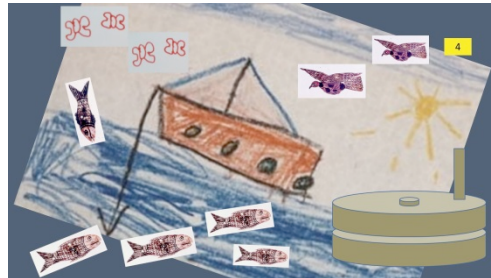
παθητικός ώστε να επιτευχθεί το «feedback» έπειτα από την λήψη του ερεθίσματος (Ψύλλα, 1991, σελ. 108-110).

Τέλος, στο μοντέλο της σημειωτικής σχολής, γίνεται η κωδικοποίηση και η αποκωδικοποίηση του μηνύματος και της σημασίας από τον δέκτη μέσα από τη χρήση διάφορων σημείων, όπως των λέξεων, των ήχων, των χειρονομιών, των σχημάτων, των ιδεών που προωθούνται. Η σημειωτική εξετάζει δηλαδή «σημεία» και «σημαινόμενα» που λειτουργούν ως σημασιακά υποκατάστατα μίας άλλης έννοιας ή ενός άλλου πράγματος (Eco, 1999, σελ. 26-27). Σε αυτά γίνεται ανάλυση του λόγου (γραπτού ή προφορικού), των εικόνων και των ιδεών που έχουν μία συγκεκριμένη μορφή αλλά μπορούν να αποκτήσουν και ένα άλλο νόημα εντός της κοινωνικής ζωής ανάλογα με τον τρόπο που τα αντιλαμβάνεται κανείς (Fiske, 2010, σελ.51-53).



## Παράδειγμα

Ο πολιτιστικός οργανισμός που επιλέχθηκε, εδρεύει στη βόρεια Ελλάδα και συγκεκριμένα στη Θεσσαλονίκη ενώ ασχολείται με τη διατήρηση και τη προβολή του λαογραφικού υλικού της Μακεδονίας και της Θράκης (LEMM-Θ, 2021). Παράλληλα, απευθύνεται σε επισκέπτες για τους οποίους και διοργανώνει δραστηριότητες πολιτιστικές και προσφέρει υπηρεσίες μέσω των πολιτιστικών αγαθών που έχει στην κατοχή του. Έπειτα από έρευνα που έγινε στην ιστοσελίδα του μουσείου, παρατηρήσαμε ότι εν μέσω πανδημίας, συνεχίζονται οι δράσεις του εξ αποστάσεως για ενήλικες και μαθητές, γεγονός που μας οδήγησε στην επιλογή μιας επικοινωνιακής δράσης που πραγματοποιείται το διάστημα αυτό.



(Πηγή: LEMM-Θ, 2020)

### Γιατί επιλέξατε τη συγκεκριμένη δράση και γιατί θεωρείται επικοινωνιακή;

Η επικοινωνιακή δράση που επιλέξαμε είναι ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα για τους μικρούς επισκέπτες του οργανισμού στο διαδίκτυο και συγκεκριμένα στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, facebook. Βέβαια, κατά την έρευνα διαπιστώθηκε ότι γίνεται χρήση και άλλων επικοινωνιακών μέσων, όπως κοινωνικών δικτύων youtube, instagram), δελτίων τύπου και χρήσης του εικονικού μουσείου. Στην σελίδα του οργανισμού -στο facebook- οι ιθύνοντες ανάρτησαν μία ανακοίνωση για την ανάπτυξη του εκπαιδευτικού προγράμματος, οδηγίες για τους συμμετέχοντες και ένα τραγούδι- αφήγηση το οποίο παρουσίαζαν οι υπεύθυνοι του εκπαιδευτικού προγράμματος σε μορφή βίντεο. Το περιεχόμενο ήταν ψηφιακό προκειμένου να αναρτηθεί στο διαδίκτυο και να προσελκύσει του επισκέπτες (Würtz, 2006, σελ.280-285 & Kidd, 2010, σελ. 65-67 & Carrozzino και Bergamasco, 2010, σελ. 453-454).

Το θέμα της εκπαιδευτικής δράσης αφορούσε τη χρήση του χειρόμυλου, η οποία θα γινόταν κατανοητή μέσα από την παρουσίαση φωτογραφιών, λεπτομερειών μέσω

Απαντήσεις προτεινόμενες – ενδεικτικές. Υπάρχει μόνο ένας καλός τρόπος... ο Δικός σας!

βίντεο, ζωγραφιών, αφήγησης και τραγουδιού. Η ανάρτηση λοιπόν περιλάμβανε εικόνες, τα κείμενα και βίντεο και αποσκοπούσε στην παρακίνηση των χρηστών του facebook, ώστε να συμμετάσχουν στο πρόγραμμα (ΛΕΜΜ-Θ, 2021). Επομένως πρόκειται για μία επικοινωνιακή δράση, αφού σε αυτήν διακρίνονται βασικά στοιχεία που συντελούν στην ανάπτυξη της επικοινωνίας, όπως είναι: ο πομπός, ο δέκτης, το μήνυμα και το μέσο με σκοπό την ανταλλαγή ιδεών, ερεθισμάτων προς το κοινό αλλά και την αντίδραση των δεκτών.

**Από ποια επιμέρους στοιχεία της δράσης αναγνωρίζετε τα μοντέλα επικοινωνίας τα οποία αξιοποιήσατε;**

Τα μοντέλα επικοινωνίας που αναγνωρίζονται από την εκπαιδευτική δραστηριότητα στο μουσείο είναι το διαδραστικό και το συστημικό. Ειδικότερα, τα επιμέρους στοιχεία της δράσης που μας βοηθούν να αναγνωρίσουμε τα μοντέλα επικοινωνίας είναι:

Το μοντέλο της διαδραστικότητας στον κυβερνοχώρο είναι χρήσιμο σε έναν ιστότοπο, αφού σε αυτόν συχνά επικρατεί ο μονόλογος αλλά και ασκείται ο έλεγχος από την πλευρά του πομπού. Παράλληλα, γνωστοποιούνται στο κοινό πληροφορίες, αυξάνεται η φήμη των οργανισμών, υπάρχει η δυνατότητα ανάρτησης σχολίων από τη πλευρά των δεκτών, γεγονός που σημαίνει ότι ασκείται έλεγχος από τη πλευρά των συμμετεχόντων στη διαδικασία επικοινωνίας. Επιπλέον, αναπτύσσεται διάλογος στον ιστότοπο με τους επισκέπτες, διαμορφώνεται μία αμφίδρομη επικοινωνία, ενώ οι ίδιοι μπορούν να ανταποκρίνονται ενεργά στα μηνύματα που λαμβάνουν. Υπάρχει δηλαδή μία αμοιβαιότητα η οποία επιτυγχάνεται μέσω της τεχνολογικής πρόκλησης, η οποία παρέχει την ελεύθερη και δωρεάν συμμετοχή στην επικοινωνία, ενώ οι συμμετέχοντες μπορούν ταυτόχρονα να είναι και αποστολείς και δέκτες (Mcmillan, 2002, σελ. 284-285 & Οικονόμου, 2003, σελ. 83).

Η εκπαιδευτική δράση σχεδιάστηκε εκ των προτέρων με γνώμονα το κοινό που θα συμμετείχε. Οι εκπαιδευτές κωδικοποιούν ένα μήνυμα αλλά και το αποκωδικοποιούν εφόσον μπορεί να μην υπάρξει αντίδραση από την πλευρά των συμμετεχόντων. Σε περίπτωση που οι δέκτες αποκωδικοποιήσουν το μήνυμα τότε δημιουργούν εκείνοι ένα νέο ανάλογο με την ερμηνεία που του δίνουν και εφόσον

Απαντήσεις προτεινόμενες – ενδεικτικές. Υπάρχει μόνο ένας καλός τρόπος... ο Δικός σας!

δεν επηρεαστούν από τον θόρυβο που μπορεί να παρουσιαστεί κατά τη διάρκεια της δράσης και λόγω κάποιου τεχνικού προβλήματος μέσω του διαδικτύου, όπως παραμόρφωση ήχου, διακοπή λειτουργίας της οθόνης. Στη διαδικασία της επικοινωνίας, η οποία μάλιστα γίνεται εξ αποστάσεως υπάρχουν διαταραχές οι οποίες μπορούν να επηρεάσουν την εκπαιδευτική δράση και την εμπέδωση του μηνύματος από τους δέκτες. Αυτό σημαίνει ότι δεδομένου πως οι μικροί επισκέπτες ανταποκρίνονται στα μηνύματα των εκπαιδευτών και δεν είναι παθητικοί, αλλά σκέφτονται και αντιδρούν ανάλογα, ο θόρυβος μπορεί να καταστεί ανασταλτικός παράγοντας για την έκβαση της δράσης και την αλληλεπίδραση που αναπτύσσεται μεταξύ των πομπών και των δεκτών (Fiske, 2010, σελ. 25-26).

Επιπλέον, οι συμμετέχοντες μπορεί να ανταλλάσσουν διαρκώς μηνύματα, κατά τη διάρκεια του εκπαιδευτικού προγράμματος και μάλιστα οι μικροί συμμετέχοντες μπορεί να αντιδρούν στο μήνυμα που λαμβάνουν και να στέλνουν μία πληροφορία με λεκτικό και μη λεκτικό τρόπο. Δηλαδή, να κάνουν γκριμάτσες, χειρονομίες, να χρησιμοποιούν την ομιλία, να γράφουν, να σχεδιάζουν και να ζωγραφίζουν για να συμμετάσχουν στην εκπαιδευτική δράση. Έπειτα, ο πομπός μπορεί να διαμορφώνει νέα μηνύματα που ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των αποδεκτών-συμμετεχόντων. Οι προσωπικές πεποιθήσεις και οι πολιτισμικές επιρροές που δέχονται οι αποδέκτες τους βοηθούν να συμμετάσχουν στην επικοινωνιακή δράση και να την καταστήσουν αποτελεσματική (West & Turner, 2007).

Έπειτα, διακρίνεται το συστημικό μοντέλο (Ψύλλα, 1991, σελ.109). Η επικοινωνιακή δράση περιέχει το μήνυμα γλωσσικό «Τι μπορείς να κάνεις μ' έναν χειρόμυλο και ένα παραμύθι!», την πηγή «Λαογραφικό και Εθνολογικό Μουσείο Μακεδονίας και Θράκης», τον πομπό «ηλεκτρονικός υπολογιστής και οι εκπαιδευτές Ανθή Θάνου και Γιώργος Ιωάννου», το μέσο που είναι το μέσο κοινωνικής δικτύωσης, το facebook (ΛΕΜΜ-Θ, 2021), στο οποίο διατηρεί το μουσείο την σελίδα του και προωθεί τις δράσεις του, τον δέκτη, που είναι οι μικροί διαδικτυακοί επισκέπτες, εκφράζεται ο σκοπός του μηνύματος, δηλαδή η παροχή γνώσεων, ψυχαγωγίας και η ανάπτυξη πολιτιστικού ενδιαφέροντος μέσα από τα λαογραφικά αποθέματα, ενώ τέλος παρουσιάζεται η διαδικασία της ανάδρασης, αφού οι συμμετέχοντες εκφράζουν την ευχαρίστησή τους ή την δυσαρέσκειά τους, αντιδρούν δηλαδή στο μήνυμα που δέχονται με likes, shares, σχόλια και ανάπτυξη διαλόγου με γραπτό μεταξύ των χρηστών και με προφορικό τρόπο κατά τη διάρκεια της

Απαντήσεις προτεινόμενες – ενδεικτικές. Υπάρχει μόνο ένας καλός τρόπος... ο Δικός σας!

δραστηριότητας. Κατά συνέπεια η επικοινωνία στηρίζεται στην ανάπτυξη σχέσεων ανάμεσα στους συμμετέχοντες –εκπαιδευτές και μικρούς επισκέπτες- το μέσο κοινωνικής δικτύωσης που τους συνδέει (facebook) και το περιβάλλον του μουσείου αλλά και το διαδικτυακό μέσω του οποίου παρουσιάζεται η δράση.

**Πιστεύετε ότι τα μοντέλα επικοινωνίας που χρησιμοποιήσατε εξηγούν επαρκώς τη συγκεκριμένη επικοινωνιακή δράση; Μήπως υπάρχουν στοιχεία που δεν περιγράφονται στα μοντέλα που επιλέξατε;**

Τα μοντέλα επικοινωνίας χρησιμοποιούνται ανάλογα με το σκοπό και την αποστολή της δράσης, τα μέσα που υπάρχουν στη διάθεση των συμμετεχόντων καθώς και το περιβάλλον μέσα στο οποίο διαμορφώνεται η επικοινωνία. Στην εκπαιδευτική δράση έγινε φανερό ότι κατά την επικοινωνία χρησιμοποιούνται παραστατικά μέσα, όπως η φωνή, οι χειρονομίες, οι λέξεις και οι εκφράσεις των συμμετεχόντων, αναπαραστατικά μέσα, όπως εικόνες, ζωγραφιές, φωτογραφίες, καθώς και μηχανικά μέσα, δηλαδή το διαδίκτυο και ο ηλεκτρονικός υπολογιστής ή το κινητό μέσω του οποίου παρακολουθούν τη δράση (Fiske, 2010, σελ. 37). Τα παραπάνω μέσα εμπλέκονται μεταξύ τους για την έκβαση του αποτελέσματος, όμως υπάρχουν και άλλοι περιορισμοί που μπορούν να επηρεάσουν την επικοινωνιακή διαδικασία.

**Αν εσείς σχεδιάζατε τη δράση, θα αξιοποιούσατε διαφορετικό μοντέλο επικοινωνίας; Γιατί;**

Μολονότι τα μοντέλα που χρησιμοποιήθηκαν μπορούν να περιγράψουν και να αναλύσουν την επικοινωνιακή δράση, δεδομένου ότι εν μέσω υγειονομικής πανδημίας η επικοινωνία στηρίζεται στο διαδίκτυο, είναι σημαντικό αυτό να ληφθεί υπόψη ένας καίριος παράγοντας στον οποίο στηρίζεται η εκπαιδευτική δράση αλλά και το αποτέλεσμά της. Η χρήση δηλαδή του αλληλεπιδραστικού μοντέλου θα ήταν ιδιαίτερα σημαντική για την διαμόρφωση και την ανάλυση της επικοινωνίας. Στη προκειμένη περίπτωση οι συμμετέχοντες αλληλεπιδρούν, δηλαδή οι εκπαιδευτές από την πλευρά του μουσείου και οι μικροί επισκέπτες που βρίσκονται στο δικό τους περιβάλλον αλληλοεξαρτώνται μεταξύ τους για την έκβαση της δράσης. Υπάρχει αμφίδρομη σχέση μεταξύ των συμμετεχόντων με τον αποστολέα του μηνύματος μέσω του διαδικτύου, με αποτέλεσμα οι συμμετέχοντες να αποκτούν δύο ρόλους ταυτόχρονα. Αυτό σημαίνει ότι, με το μέσο επικοινωνίας που επιλέχθηκε η

Απαντήσεις προτεινόμενες – ενδεικτικές. Υπάρχει μόνο ένας καλός τρόπος... ο Δικός σας!

επικοινωνία γίνεται πιο προσωπική γι αυτό και είναι υποχρεωτικό όλοι να συμμετέχουν και να παράγουν νοήματα. Οι εκπαιδευτές στέλνουν μηνύματα τα οποία γίνονται αποδεκτά από τους χρήστες της εφαρμογής αφού τους ακούνε και τους βλέπουν ταυτόχρονα μέσα από την χρήση ενός αξιόπιστου μέσου (Saleh, Sahu, Zafar, Berns, 2015, σελ. 3-6).

Ακόμη, στην επικοινωνιακή διαδικασία και με βάση το διαδραστικό μοντέλο ο θόρυβος είναι υπαρκτός, ενώ οι πνευματικοί και ψυχολογικοί παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την επικοινωνία και πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψη. Οι μικροί συμμετέχοντες είναι διαφόρων ηλικιών, έχουν διαφορετικό γνωστικό υπόβαθρο και εμπειρίες, ενώ η συμμετοχή τους μέσω του διαδικτύου μπορεί άλλους να τους ευχαριστεί και άλλους να τους δυσκολεύει επειδή μπορεί να ντρέπονται, να μην ξέρουν να χρησιμοποιούν τον ηλεκτρονικό υπολογιστή, να νιώθουν αρκετά αποστασιοποιημένοι από τον χώρο του μουσείου και τους εκπαιδευτές (Μικρόπουλος, 2011, σελ. 112-118).

## Επίλογος

Οι πολιτιστικοί οργανισμοί φαίνεται πως λαμβάνουν υπόψη τους τις θεωρίες της επικοινωνίας για την παραγωγή τους έργου τους και την ικανοποίηση των επισκεπτών. Ιδιαίτερα στην εποχή της υγειονομικής ύφεσης, κατά την οποία τα πολιτιστικά αγαθά και οι υπηρεσίες περιορίζονται λόγω της αναστολής λειτουργίας των οργανισμών, οι πολιτιστικοί διαχειριστές συνεχίζουν να διατηρούν την αίσθηση του καθήκοντός τους απέναντι στον Πολιτισμό και να διοργανώνουν δράσεις προς όφελος των επισκεπτών, σε νέο βέβαια περιβάλλον, το διαδικτυακό. Κατ'επέκταση οι παράγοντες για την ανάλυση της επικοινωνίας δεν περιορίζονται μόνο στον πομπό και στον δέκτη, αλλά και στα μέσα που χρησιμοποιούνται καθώς και στο νέο περιβάλλον που συνυπάρχουν. Λόγω της εξ'αποστάσεως επικοινωνίας, είναι σημαντικό να εξετάζονται και τεχνικά ζητήματα, η ψυχολογία των συμμετεχόντων και η διάθεση για επικοινωνία, αφού σε περίπτωση μη ενσωμάτωσης στο περιβάλλον και αντίληψης του πολιτιστικού περιεχομένου η εκπαιδευτική δράση δεν θα επιτύχει τον στόχο της. Στην εκπαιδευτική δράση που αναλύσαμε, φαίνεται πως επιτυγχάνεται η διαδραστικότητα, υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ των συμμετεχόντων, αφού το εκπαιδευτικό πρόγραμμα απαιτεί και την συμμετοχή των μικρών επισκεπτών. Ο βαθμός της αλληλεπίδρασης δεν μπορεί να εξεταστεί ως προς το μέγεθός του, διότι δεν είναι γνωστό αν όλοι οι συμμετέχοντες αντιλήφθηκαν στον ίδιο βαθμό το περιεχόμενο της δράσης και τον σκοπό δημιουργίας της, αφού μπορεί να συμμετείχαν για διαφορετικούς λόγους, να έχουν διαφορετική κριτική αντίληψη αλλά και ψυχολογική διάθεση κατά την διεξαγωγή της δραστηριότητας.

## Βιβλιογραφία

- Αθανασοπούλου, Α., 2003, Ευαισθητοποίηση και συμμετοχή του κοινού, στο Πολιτιστική επικοινωνία, τομ. Β', Πάτρα, ΕΑΠ.
- Γκαντζιάς, Γ. (2020). Πολιτιστική Πολιτική, Χορηγία και Εταιρική κοινωνική ευθύνη. Εκδ. Παπασωτηρίου, Αθήνα.
- Carrozzino, M., Bergamasco, M., 2010, Beyond virtual museums: Experiencing immersive virtual reality in real museums, διαθέσιμο στο: [https://www.researchgate.net/publication/224817664\\_Beyond\\_virtual\\_museums\\_Experiencing\\_immersive\\_virtual\\_reality\\_in\\_real\\_museums](https://www.researchgate.net/publication/224817664_Beyond_virtual_museums_Experiencing_immersive_virtual_reality_in_real_museums), ανακτήθηκε: 17/11/20
- Carey, J. W. (2009). Communication as culture: Essays on media and society (Revised)\*. New York, London: Routledge (το κεφάλαιο 1: A cultural approach to communication, σελ. 11–28).
- Eco, U., (1999), Η σημειολογία στην Καθημερινή ζωή. Μαλλιάρης Παιδεία: Θεσσαλονίκη.
- Fiske, J. (2010). Εισαγωγή στην επικοινωνία.\* Αθήνα: Αιγόκερως.
- Hooper-Greenhill, E. (1999). Σκέψεις για τη μουσειακή εκπαίδευση και επικοινωνία στη μεταμοντέρνα εποχή\*. Αρχαιολογία και Τέχνες, 72, 47–49.
- Kotler, N. & Kotler, P. (1998). Museum Strategy and Marketing. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- McMillan, S. J. (2002). A four-part model of cyber-interactivity. Some cyber-places are more interactive than others\*. New Media & Society, 4(2), 271–291
- Καστόρας Στ. ,(2002) ,πολιτιστική επικοινωνία :αρχές και μέθοδοι επικοινωνίας, Πάτρα, ΕΑΠ.
- Κωνσταντοπούλου, Χ. (2012). Κοινωνιολογία της καθημερινότητας (εισαγωγή στην κοινωνιολογία της καθημερινής ζωής)\*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση (Παράρτημα 11: Βασικά μοντέλα επικοινωνίας, σελ. 317–333).
- Μπαντιμαρούδης, Φ. (2011). Πολιτιστική Επικοινωνία. Οργανισμοί, θεωρίες, μέσα, Εκδόσεις Κριτική: Αθήνα.
- Λαογραφικό και Εθνολογικό Μουσείο Μακεδονίας και Θράκης, διαθέσιμο στο: <http://www.lemmth.gr/welcome> , ανακτήθηκε 26/10/21

Απαντήσεις προτεινόμενες – ενδεικτικές. Υπάρχει μόνο ένας καλός τρόπος... ο Δικός σας!

- Μικρόπουλος, Τ., Κιουλάνης, Σ., Μουζάκης, Χ., Μπέλλου, Ι., Παπαχρήστος, Ν., Φραγκάκη, Μ., Χαλκίδης, Α., (2011), Αξιοποίηση των ΤΠΕ στην εκπαίδευση. Μείζον πρόγραμμα Επιμόρφωσης Εκπαιδευτικών, Αθήνα: Παιδαγωγικό Ινστιτούτο.
- Οικονόμου, Μ., 2003, Μουσείο, Αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός;, Αθήνα, Κριτική.
- Σηφάκη Ειρήνη, Πολιτιστικό μάρκετινγκ και νέες τεχνολογίες στην υπηρεσία των πολιτιστικών οργανισμών, Παράλληλα κείμενα, 2014, Πατρα, Εαπ.
- Saleh, Σ., Sahu, Μ., Zafar, Ζ., Berns, Κ., 2015, A multimodal nonverbal – human robot communication sustem, διαθέσιμο στο: <https://www.semanticscholar.org/paper/A-Multimodal-Nonverbal-Human-Robot-Communication-Saleh-Sahu/d665213b59f2460faf171d3b03ecd9c96d606883> , ανακτήθηκε 18/11/20
- Ψύλλα, Μ. (1991). Η επικοινωνία σαν κοινωνική διεργασία. Στο Επιστημονική Επετηρίδα Χαροκόπειου Ανωτάτης Σχολής Οικιακής Οικονομίας (σσ. 106-111). Αθήνα: Χαροκόπειος Ανώτατη Σχολή Οικιακής Οικονομίας.
- West, R., & Turner, L. H. (2007). Introducing communication theory: analysis and application (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Würtz, Elizabeth (2006). Intercultural communication on web sites: A cross-cultural analysis of web sites from high-context cultures and low-context cultures. Journal of Computer-Mediated Communication, 11(1): 274-299.