

# Επιχειρησιακές Επικοινωνίες

**ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ  
ΓΙΑ ΤΟ Β' ΕΞΑΜΗΝΟ**



## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Η ιστορία και η εξέλιξη της επικοινωνίας .....	6
ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ .....	6
ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	6
ΕΙΔΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ .....	7
Η επικοινωνία στις επιχειρήσεις.....	8
Χαρακτηριστικά της Επικοινωνίας .....	8
Ο ρόλος της επικοινωνίας .....	8
Ο ρόλος της επικοινωνίας για την επιχείρηση.....	8
Ο ρόλος της επικοινωνίας για τα στελέχη της επιχείρησης.....	9
Ο ρόλος της επικοινωνίας για τους εργαζόμενους.....	9
Βασικά Στοιχεία Επικοινωνίας .....	10
Η διαδικασία της Διαπροσωπικής Επικοινωνίας .....	10
Επικοινωνία στο πλαίσιο της τυπικής οργάνωσης .....	10
Η από πάνω προς τα κάτω επικοινωνία.....	11
Η από τα κάτω προς τα πάνω επικοινωνία.....	11
Οριζόντια Επικοινωνία .....	11
ΒΑΣΙΚΑ ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ .....	12
Σημαντικότερα Εμπόδια Επικοινωνίας .....	12
Βασικές αρχές αποτελεσματικής επικοινωνίας .....	14
Μετάδοση του μηνύματος - γλώσσα σώματος .....	14
Κατανόηση των διαφορών μεταξύ πομπού και δέκτη .....	15
Βελτίωση του μηνύματος.....	15
Αποτελεσματική ακρόαση.....	16
Ο Προφορικός λόγος .....	17
Η προτεραιότητα του προφορικού λόγου .....	17
Χαρακτηριστικά προφορικού λόγου .....	18
Τα θετικά χαρακτηριστικά του προφορικού λόγου .....	18

Τα μειονεκτήματα του προφορικού λόγου.....	19
ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ .....	20
ΘΕΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	20
ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΣΤΗ ΜΕΤΑΔΟΣΗ ΤΟΥ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ .....	20
ΑΜΕΣΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ ΤΟΥ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ.....	20
ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΚΑΛΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ .....	21
ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΘΕΤΙΚΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΚΛΙΜΑΤΟΣ.....	21
ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΘΕΤΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΚΛΙΜΑΤΟΣ .....	21
ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ .....	21
ΥΠΟΔΟΜΗ ΟΜΑΛΗΣ ΣΥΜΒΙΩΣΗΣ .....	21
ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΤΟΧΩΝ .....	21
ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΝΕΝΟΗΣΗ .....	22
ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΝΤΙΔΡΑΣΗΣ ΤΟΥ ΑΠΟΔΕΚΤΗ.....	22
ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ .....	22
ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΩΝ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΤΟΥ ΣΤΕΛΕΧΟΥΣ.....	22
ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΗΤΗ.....	22
ΕΙΔΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΑΚΡΟΑΤΗ .....	23
ΜΟΡΦΕΣ ΑΝΤΙΔΡΑΣΗΣ ΤΟΥ ΑΠΟΔΕΚΤΗ ΕΝΑΝΤΙ ΤΟΥ ΟΜΙΛΗΤΗ .....	24
ΕΙΔΗ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ .....	25
ΣΥΖΗΤΗΣΗ – ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ .....	25
ΦΗΜΟΛΟΓΙΑ - ΔΙΑΛΟΓΟΣ.....	25
ΣΥΣΚΕΨΗ - ΟΔΗΓΙΑ.....	25
ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ - ΕΝΤΟΛΗ.....	26
ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ - ΟΜΙΛΙΑ .....	26
ΔΙΑΛΕΞΗ - ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ.....	26
ΑΚΡΟΑΣΗ - ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ .....	26
ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ .....	26
Η ξύλινη γλώσσα .....	27

Η ΜΗ ΛΕΚΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	29
Γλώσσα του σώματος.....	29
Το βλέμμα.....	30
Οι χειρονομίες.....	31
Στάση του σώματος.....	31
Συμβολικός χειρισμός του χώρου.....	32
Απόχρωση της φωνής.....	33
Προσωπική παρουσίαση.....	34
Η ΓΡΑΠΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ .....	35
Εισαγωγή.....	35
Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Γραπτού Λόγου.....	35
Μέσα Γραπτής Επικοινωνίας .....	36
Επιστολές.....	36
Έννοια και Ορισμός .....	36
Ποιοτικά κριτήρια της επιστολής.....	37
Εγκύκλιοι .....	38
ΕΙΔΗ ΕΠΙΣΤΟΛΩΝ.....	38
Ευχάριστου περιεχομένου .....	38
Δυσάρεστου περιεχομένου.....	38
Επιστολές που προσπαθούν να πείσουν τον αποδέκτη.....	39
Επιστολές εισπράξεων .....	39
Επιστολές παραπόνων .....	40
Συστατικές Επιστολές.....	40
Έγγραφες Εισηγήσεις .....	40
Υπηρεσιακά και ενημερωτικά Σημειώματα .....	41
Κείμενα που αναφέρονται στην οργάνωση και λειτουργία της επιχείρησης .....	41
Γενικά μέρη μιας επιστολής.....	41
Τα μέρη μιας επιστολής .....	41

Η επικεφαλίδα.....	42
Τίτλος της υπηρεσίας και ημερομηνία .....	42
Η διεύθυνση του παραλήπτη.....	42
Το θέμα.....	42
Η προσφώνηση.....	42
Το κυρίως κείμενο .....	43
Ο τελικός χαιρετισμός .....	43
Το ονοματεπώνυμο και η ιδιότητα αυτού που υπογράφει.....	43
Η χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου .....	44
Γενικά.....	44
Βασικές αρχές επιχειρησιακών ηλεκτρονικών επιστολών .....	44
Το θέμα.....	44
Το κείμενο του ε-mail.....	46
ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟΣΙΟ ΤΟΜΕΑ .....	47
Γενικά.....	47
Διακινούμενα έγγραφα δημοσίου .....	48

## Η ιστορία και η εξέλιξη της επικοινωνίας

Όπως παρουσιάζεται και σε διαφήμιση γνωστής εταιρείας τηλεπικοινωνιών, η επικοινωνία μπορεί να αλλάζει μορφή με πολύ γρήγορους ρυθμούς, λόγω των σύγχρονων τεχνολογιών, αλλά η ουσία της παραμένει αμετάβλητη. Από τα σήματα καπνού και τα ταχυδρομικά περιστέρια, στο γράμμα και στο τηλεγράφημα και από εκεί στη σύγχρονη εποχή, γενικά η εξέλιξη της επικοινωνίας ακολουθεί την ανάπτυξη της ανθρώπινης κοινωνίας και αναφέρεται στις φάσεις εξέλιξής της και στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της κάθε περιόδου

Η ιστορία της επικοινωνίας αρχίζει το 3500 π.Χ. οπότε και αναπτύχθηκε η γλώσσα, ενώ το 1500 π.Χ. οι κάτοικοι της Μέσης Ανατολής ανέπτυξαν τις πρώτες μορφές αλφαβήτου. Έτος σταθμός θεωρείται το 868 μ.Χ. οπότε στην Κίνα τυπώθηκε με ξύλινα στοιχεία το αρχαιότερο γνωστό βιβλίο με τίτλο *The diamond Sutra*

Σημαντικά έτη για την εξέλιξη της επικοινωνίας ήταν το 1450 μ.Χ. όταν ο Γουτεμβέργιος επινόησε την τυπογραφία και το 1876 μ.Χ. όταν ο Alexander Graham Bell εφεύρε το τηλέφωνο. Η συστηματική ενασχόληση με την επικοινωνία άρχισε στα πανεπιστήμια της Βόρειας Αμερικής την περίοδο του μεσοπολέμου και αναπτύχθηκε ιδιαίτερα μετά τον Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο και ειδικά με την επανάσταση του διαδικτύου αλλά και των μέσων μαζικής επικοινωνίας

## ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η επικοινωνία ταυτίζεται με την ανθρώπινη ύπαρξη. Χωρίς αυτήν η ζωή του ανθρώπου θα ήταν τρομερά δύσκολη.

Μεγάλο μέρος της ζωής των ανθρώπων αφιερώνεται στην αμοιβαία ανταλλαγή σκέψεων, ιδεών, επιθυμιών, συναισθημάτων και άλλων πληροφοριών. Στο χώρο των επιχειρήσεων έχει υπολογιστεί ότι τα διοικητικά στελέχη δαπανούν για επικοινωνία περισσότερο από το 70% του χρόνου τους.

Η σωστή λειτουργία των οργανισμών και επιχειρήσεων στηρίζεται στην ικανότητα των στελεχών τους να επικοινωνούν αποτελεσματικά. Συχνά τα πραγματικά αίτια δυσλειτουργιών και συγκρούσεων συνδέονται με την κακή επικοινωνία.

Η αποτελεσματικότητα των τυπικών και άτυπων ομάδων και ιδιαίτερα των ευρύτερων κοινωνικών οργανώσεων είναι συνάρτηση της αποτελεσματικής επικοινωνίας, αφού αυτή προσδιορίζει σ' ένα σημαντικό βαθμό την ανάπτυξη και τη μορφή των ανθρώπινων σχέσεων, της ανθρώπινης συμπεριφοράς και της συνεργασίας.

Βασική προϋπόθεση, για να επικοινωνούμε σωστά, είναι να έχουμε κατανοήσει την έννοια και τη διαδικασία της επικοινωνίας, τα συνήθη λάθη και εμπόδια σε αυτήν και ορισμένες βασικές αρχές που θα πρέπει να ακολουθούμε, όταν επικοινωνούμε.

## ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Σαφής ορισμός της έννοιας δεν υπάρχει. Για κάποιους επικοινωνία είναι η διαδικασία μεταβίβασης ή ανταλλαγής πληροφοριών ή μηνυμάτων μεταξύ των ανθρώπων. Κάποιοι άλλοι τονίζουν τη συμπεριφορική διάσταση της επικοινωνίας. Σύμφωνα με αυτούς, επικοινωνία είναι η διαδικασία με την οποία μεταβιβάζονται ερεθίσματα, με σκοπό να αλλάξουν τη συμπεριφορά του δέκτη.

Δύο ορισμοί της επικοινωνίας, που λίγο - πολύ μπορούν να θεωρηθούν αντιπροσωπευτικοί, είναι οι παρακάτω:

Επικοινωνία είναι η διαδικασία με την οποία μεταβιβάζονται πληροφορίες και νοήματα από έναν άνθρωπο σε άλλον.

Επικοινωνία είναι η διαδικασία με την οποία ένας πομπός Α (άνθρωπος, ομάδα) μεταβιβάζει

πληροφορίες, σκέψεις, ιδέες, συναισθήματα και ενέργεια σε ένα δέκτη Β (άνθρωπος, ομάδα), με στόχο να ενεργήσει πάνω του με τρόπο, ώστε να προκαλέσει σ' αυτόν την εμφάνιση ιδεών, πράξεων, συναισθημάτων, ενέργειας και σε τελική ανάλυση να επηρεάσει την κατάσταση του και τη συμπεριφορά του.

Γίνεται φανερό λοιπόν ότι η επικοινωνία δεν είναι απλή μεταβίβαση πληροφοριών ή νοημάτων. Είναι διαδικασία επαφής, αλληλοκατανόησης και αλληλοεπηρεασμού μεταξύ των ανθρώπων ή των ομάδων.

## **ΕΙΔΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

Στη διαδικασία της επικοινωνίας πρέπει και μπορούν να μετέχουν περισσότερα από ένα πρόσωπα. Από τυπική άποψη η επικοινωνία γίνεται και μεταξύ φυσικών και νομικών προσώπων. Αλλά από ουσιαστική άποψη είναι ευνόητο ότι η επικοινωνία γίνεται μόνο μεταξύ φυσικών προσώπων.

Βασικά η επικοινωνία για την πραγματοποίησή της χρησιμοποιεί:

- α.** την ακοή
- β.** την ομιλία
- γ.** την γραφή
- δ.** την ανάγνωση και
- ε.** την παρατήρηση

## Η επικοινωνία στις επιχειρήσεις

### Χαρακτηριστικά της Επικοινωνίας

Η επιχειρησιακή επικοινωνία αποτελεί τον κύριο παράγοντα ανάπτυξης της επιχειρηματικής δράσης και αποτελείται και διαθέτει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Έχει αμφίδρομο χαρακτήρα
- Είναι μια διανοητική λειτουργία η οποία προσαρμόζεται στην ψυχολογία του ανθρώπου και στα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς του
- Εκδηλώνεται με λόγια, ιδέες, έργα, απόψεις, κινήσεις, αισθήματα και
- Αναπτύσσεται μέσα και έξω από τον οργανισμό

Η επικοινωνία και η μελέτη των προβλημάτων αποτελούν μέσον για την επίτευξη καθορισμένων σκοπών μέσα στο χώρο των επιχειρήσεων καθώς επίσης παίζει βασικό ρόλο στην εξέλιξη των οργανισμών

### Ο ρόλος της επικοινωνίας

Τα διευθυντικά στελέχη της επιχείρησης μέσω της επικοινωνίας, προσπαθούν να θέσουν σε λειτουργία όλες τις δεξιότητες τους για να προγραμματίσουν, οργανώσουν, συντονίσουν, στελεχώσουν, ελέγξουν και διευθύνουν το προσωπικό. Η υλοποίηση των επιχειρησιακών στόχων από την πλευρά του προσωπικού μέσω της αποτελεσματικής δραστηριοποίησης του, αποτελεί μια από τις κυριότερες αρμοδιότητες και ευθύνες των στελεχών που μόνο μέσω της επικοινωνίας μπορεί να πραγματοποιηθεί.

Η επιχείρηση, για να λειτουργήσει και να αναπτυχθεί χρειάζεται πλήθος πληροφοριακού υλικού που μέσω της επικοινωνίας κυκλοφορεί σε όλα τα σημεία της επιχείρησης. Η ορθή επικοινωνία και η καθιέρωση των κανόνων της, μεταξύ των στελεχών και προσωπικού της επιχείρησης υποβοηθάει στη σωστή λήψη των αποφάσεων. Συντελεί στη διαμόρφωση κλίματος συνεργασίας και καλλιέργειας των καλών ανθρώπινων σχέσεων, έτσι ώστε να αποφεύγονται οι συγκρούσεις και οι έντονες αντιπαραθέσεις που πολλές φορές δημιουργούν προβλήματα στην καλή λειτουργία της επιχείρησης.

Κάθε εργαζόμενος σε οποιαδήποτε επιχείρηση αποτελεί ένα σύνδεσμο στο σύμπλεγμα (πλέγμα) πληροφοριών που διακινούνται από και προς το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον. Μία από τις πρωταρχικές ενέργειες αλλά και ευθύνες του κάθε εργαζόμενου είναι να αποστέλλει και να λαμβάνει μηνύματα, τα οποία βοηθούν στην αποτελεσματικότητα της παραγωγικής διαδικασίας

### Ο ρόλος της επικοινωνίας για την επιχείρηση

Ο ρόλος και η σημασία της επικοινωνίας για την επιχείρηση είναι κεφαλαιώδης και κάθε επιχείρηση πρέπει να μελετά και να εξετάζει, συμφώνα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που διαθέτει, τους κατάλληλους τρόπους με τους οποίους μπορεί να εφαρμόσει αποτελεσματικά τις επικοινωνιακές μεθόδους προκειμένου να διασφαλίσει την αποτελεσματική χρησιμοποίησή της, αφού τα κυριότερα οφέλη που προκύπτουν είναι:

- Ισχυροποιείται και βελτιώνεται το καλό όνομα της επιχείρησης
- Διευκολύνεται η ομαλή λειτουργία της επιχείρησης
- Πριμοδοτείται η αναπτυξιακή της πορεία
- Αναπτύσσεται και λειτουργεί ένα λειτουργικό δίκτυο πληροφοριών
- Βελτιώνεται η ικανότητα συνεργασίας και συνύπαρξης

- Καλλιεργείται κλίμα καλών σχέσεων με το εξωτερικό της περιβάλλον
- Διευκολύνεται και ενισχύεται το επιθυμητό επιχειρηματικό κλίμα στο εσωτερικό της περιβάλλον
- Αναπτύσσεται και καλλιεργείται θετικό επικοινωνιακό κλίμα
- Εξυπηρετείται και εκπληρώνεται ο σκοπός της επιχείρησης
- Υλοποιούνται οι στόχοι της επιχείρησης τόσο σε βραχυχρόνιο όσο και μακροχρόνιο επίπεδο
- Επικρατεί κλίμα συνοχής και ενότητας μεταξύ επιχείρησης, στελεχών και εργαζομένων
- Διατηρείται κλίμα σεβασμού στην αξιοπρέπεια και προσωπικότητα του ανθρώπου

### Ο ρόλος της επικοινωνίας για τα στελέχη της επιχείρησης

Ο ρόλος της επικοινωνίας στην επιτυχή άσκηση των αρμοδιοτήτων των στελεχών της επιχείρησης είναι τόσο κυρίαρχος που πιστεύουν ότι δεν είναι δυνατόν να συναντήσουν επιτυχημένο στέλεχος το οποίο να μην διαθέτει ικανότητες αποτελεσματικής χρησιμοποίησης των μεθόδων και τρόπων επικοινωνίας προκειμένου να ασκήσει επιτυχώς τα καθήκοντά του. Τα κυριότερα ωφέληματα του στελέχους από την χρησιμοποίηση της αποτελεσματικής επικοινωνίας είναι τα ακόλουθα:

- Διευκολύνονται και εξυπηρετούνται όλες οι λειτουργίες που επιτελεί το στέλεχος
- Δίδεται η δυνατότητα και η ευχέρεια να υποκινήσει το προσωπικό
- Ενισχύεται και διασφαλίζεται η συνοχή και η αποτελεσματικότητα της "ομάδας των στελεχών" της επιχείρησης
- Δημιουργείται η κατάλληλη υποδομή για να λαμβάνουν περισσότερο ορθολογικές αποφάσεις
- Αναδεικνύονται και ενεργοποιούνται τα ηγετικά προσόντα τους στελέχους και καθίσταται ο "αδιαμφισβήτητος αρχηγός"
- Αναπτύσσονται και καλλιεργούνται οι διαπραγματευτικές ικανότητες του στελέχους
- Επιλύονται προβλήματα που προκύπτουν στο χώρο εργασίας
- Αίρονται συγκρούσεις μεταξύ των εργαζομένων
- Δίδεται η ευκαιρία για προσωπική προβολή και καταξίωση τόσο στο επιχειρησιακό όσο και στο κοινωνικό πεδίο

### Ο ρόλος της επικοινωνίας για τους εργαζόμενους

Ο ρόλος της επικοινωνίας στην υπηρεσιακή, προσωπική και κοινωνική ζωή του εργαζόμενου αποτελεί σημαντικό παράγοντα βελτίωσης και ανάπτυξης των επικοινωνιακών του ικανοτήτων και δεξιοτήτων που απαιτούνται προκειμένου να συμβιώσει και συνεργαστεί αρμονικά με τους προϊστάμενους και συναδέλφους του για να αντεπεξέλθει με το καλύτερο τρόπο στα καθήκοντα που του έχουν ανατεθεί. Κυριότερα θετικά αποτελέσματα για τον ίδιο τον εργαζόμενο είναι τα παρακάτω:

- Διευκολύνεται η συνεργασία και η ανετότερη συμβίωση των εργαζομένων
- Καλλιεργούνται θετικές συμπεριφορές των εργαζομένων
- Βελτιώνεται το επίπεδο συνεννόησης και κατανόησης των εργαζομένων
- Εξυπηρετούνται και υλοποιούνται οι προσωπικοί στόχοι των εργαζομένων

- Βελτιώνεται και αυξάνεται το ποσοτικό και ποιοτικό παραγωγικό αποτέλεσμα του εργαζομένου
- Ανάπτυξη θετικών πρωτοβουλιών και άμιλλας

### Βασικά Στοιχεία Επικοινωνίας

Στην πραγματοποίηση κάθε επικοινωνίας διακρίνουμε τα παρακάτω στοιχεία:

**Την πηγή του μηνύματος**, δηλαδή το δημιουργό μιας ιδέας, ενός νοήματος, που θέλει να το μεταφέρει στον εξωτερικό του κόσμο, σε ένα ή περισσότερους αποδέκτες.

**Το μήνυμα**, δηλαδή την ιδέα ή το πληροφοριακό γενικότερα υλικό, που πρέπει να μεταβιβαστεί.

**Το μέσο**, δηλαδή ο γραπτός ή προφορικός λόγος, η κίνηση κλπ., γενικότερα οι χρησιμοποιούμενοι για την επικοινωνία κώδικες, που μπορεί να είναι η μουσική, η ζωγραφική, μία χειρονομία, ακόμη κι ένας μορφασμός, ένα έντυπο, τα φιλμ, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και κάθε μέσο επικοινωνίας.

Ο προορισμός, δηλαδή ο λήπτης ή οι λήπτες των μηνυμάτων, ορισμένοι ή πιθανοί (π.χ. σε μια διαφήμιση από το ραδιόφωνο ή την τηλεόραση ο αριθμός των ληπτών δεν είναι γνωστός με ακρίβεια).

Το πλαίσιο, δηλαδή οι φυσικές, ψυχολογικές, κοινωνικοπολιτικές, κλπ. συνθήκες, κάτω από τις οποίες, γίνεται η επικοινωνία.

Ο σκοπός, δηλαδή το αποτέλεσμα ή την επίδραση την οποία περιμένουμε να πετύχουμε με το μήνυμα.

### Η διαδικασία της Διαπροσωπικής Επικοινωνίας

Τα βασικά λοιπόν στοιχεία της διαδικασίας της επικοινωνίας είναι:

- **Η πηγή** (πομπός),
- **ο κώδικας** του πομπού - κωδικοποίηση,
- το μήνυμα,
- **τα κανάλια** ή δίκτυα μεταβίβασης,
- η σύλληψη (**δέκτης**),
- **ο κώδικας** του δέκτη (αποκωδικοποίηση),
- **η κατανόηση** του μηνύματος ή αποτέλεσμα.

Στα παραπάνω στοιχεία της είναι χρήσιμο να προστεθούν και οι "**θόρυβοι**" που, αν και δεν είναι ένα συστατικό στοιχείο της διαδικασίας, παρεμβαίνει μόνο του, χωρίς τη θέληση του πομπού και του δέκτη και επηρεάζει την αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας, αλλοιώνοντας το μήνυμα ή περιορίζοντας τη δυνατότητα σύλληψης του μηνύματος από τον δέκτη.

### Επικοινωνία στο πλαίσιο της τυπικής οργάνωσης

Η αποτελεσματική υλοποίηση των στόχων μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού προϋποθέτει ένα αποτελεσματικό σύστημα επικοινωνίας. Η συνεργασία, ο συντονισμός και το ευνοϊκό κοινωνικό κλίμα απαιτούν την αμφίδρομη ροή πληροφοριών, από τα ανώτερα προς τα κατώτερα κλιμάκια της διοικητικής ιεραρχίας και αντί-στροφα. Αυτή η ροή, για να είναι αποτελεσματική, απαιτεί κατάλληλες δομές, δίκτυα πληροφοριών και διαδικασίες επικοινωνίας. Συνήθως η επικοινωνία στις επιχειρήσεις διακρίνεται σε "κάθετη" ("από πάνω προς τα κάτω και αντίστροφα") και σε "οριζόντια".

### **Η από πάνω προς τα κάτω επικοινωνία**

Η παραδοσιακή μορφή επικοινωνίας στις επιχειρήσεις και οργανισμούς, η οποία όμως παρατηρείται και σήμερα σε πολλές περιπτώσεις, είναι αυτή που αρχίζει από τα ανώτερα κλιμάκια και καταλήγει στα κατώτερα, χωρίς την αντίστροφη λειτουργία.

Είναι η μεταβίβαση μηνυμάτων με τη μορφή διαταγών, οδηγιών, παρατηρήσεων, ανακοινώσεων κτλ. από τους ανώτερους στους κατώτερους σχετικά με τον ορισμό καθηκόντων, την εκτέλεση τους, τις διαδικασίες, τις πολιτικές κλπ. Αυτή η μορφή επικοινωνίας, αν και απαραίτητη, όταν είναι η μοναδική, αντιστοιχεί σε αυταρχικές οργανώσεις και τα προβλήματά της είναι πολυάριθμα.

Οι υφιστάμενοι δεν έχουν την ευκαιρία να στέλνουν μηνύματα σχετικά με τα προβλήματα της εργασίας τους, να προτείνουν ιδέες για βελτίωση της παραγωγικότητας, να γνωστοποιούν προσωπικές τους ανάγκες, προβλήματα ή παράπονα. Έτσι και οι ίδιοι αισθάνονται δυσαρεστημένοι και η βελτίωση της εργασίας είναι ανέφικτη.

Εκτός όμως από τα παραπάνω, τα μηνύματα που στέλνονται από πάνω προς τα κάτω περνώντας από όλα τα ιεραρχικά επίπεδα αλλοιώνονται σημαντικά και βέβαια γίνονται σε μικρό βαθμό κατανητά από τους αποδέκτες.

### **Η από τα κάτω προς τα πάνω επικοινωνία**

Η ροή των πληροφοριών εδώ ξεκινά από τα κατώτερα επίπεδα και καταλήγει στα ανώτερα. Είναι πάρα πολύ σημαντική και απαραίτητη μορφή επικοινωνίας, γιατί συμπληρώνει την προηγούμενη, αφού δίνει τη δυνατότητα στους υφισταμένους να μεταβιβάζουν αυτά που θέλουν και να αισθάνονται ικανοποίηση, αλλά και στους προϊσταμένους να ελέγχουν την τύχη των δικών τους μηνυμάτων και γενικά να γνωρίζουν καλύτερα την κατάσταση στην οποία προΐστανται.

Βασικοί τρόποι αυτής της επικοινωνίας είναι κυρίως οι τακτικές συναντήσεις προϊσταμένων - υφισταμένων, οι επιστολές, τα κουτιά παραπόνων, προτάσεων ή υποδείξεων, τα διάφορα έντυπα, οι έρευνες γνώμων και ικανοποίησης των εργαζομένων.

Συχνά οι έχοντες την εξουσία στις οργανώσεις αγνοούν τη σπουδαιότητα της ή την επιδιώκουν περιστασιακά. Αυτό είναι σημαντικό λάθος και έχει έντονα αρνητικές συνέπειες στην αποτελεσματική λειτουργία και την ικανοποίηση των μελών της οργάνωσης.

### **Οριζόντια Επικοινωνία**

Εκτός από την ανάπτυξη της **κάθετης επικοινωνίας**, ο αποτελεσματικός συντονισμός και η συνεργασία στην επιχείρηση απαιτεί την ανάπτυξη της **οριζόντιας** επικοινωνίας. Πρόκειται για την επικοινωνία μεταξύ εργαζομένων που βρίσκονται σε διαφορετικά τμήματα της επιχείρησης.

Ο διαχωρισμός της επιχείρησης σε τμήματα και υποτμήματα γίνεται για την επίτευξη καλύτερου συντονισμού, προγραμματισμού, ελέγχου και καθοδήγησης. Όλα τα τμήματα υπάρχουν και λειτουργούν για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης, που είναι κοινοί για όλα. Αυτό, για να συμβεί, προϋποθέτει αναμφισβήτητη την αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ τους.

## ΒΑΣΙΚΑ ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Είναι πολλά τα εμπόδια που παρεμβάλλονται και κάνουν δύσκολη την επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων.

Τα εμπόδια αφορούν όλα της τα στάδια και πηγάζουν τόσο από τον πομπό και το δέκτη όσο και από το περιβάλλον μέσα στο οποίο αυτή πραγματοποιείται. Πράγματι οι άνθρωποι δε διαθέτουν ικανότητες επικοινωνίας είτε ως πομποί είτε ως δέκτες. Αυτό αποτελεί πηγή για μια σειρά εμποδίων (ικανότητα μετάδοσης και σύλληψης μηνύματος, κόπωση, κτλ.) που θα μπορούσαν να ονομαστούν **φυσιολογικά**. Επίσης η ψυχο-συγκινησιακή κατάσταση του ατόμου συχνά δημιουργεί σημαντικά εμπόδια (διάθεση, προκατάληψη, συναισθήματα, κτλ.) τα οποία θα μπορούσαν να ονομαστούν **ψυχοσυγκινησιακά** εμπόδια.

Παράλληλα, το περιβάλλον αποτελεί πολλές φορές σημαντική πηγή εμποδίων (περιβαλλοντικά εμπόδια: δομές, διαδικασίες, τεχνικές, μέσα, κτλ.) τα οποία δυσκολεύουν την επικοινωνία, παρά τη διάθεση και τις ικανότητες των ατόμων να επικοινωνήσουν.

### Σημαντικότερα Εμπόδια Επικοινωνίας

**Ασαφείς στόχοι.** Όπως φαίνεται από τη διαδικασία της επικοινωνίας, το σημείο εκκίνησης της ή ο λόγος για τον οποίο αυτή **επιδιώκεται** είναι η επιθυμία του πομπού να επικοινωνήσει με το δέκτη, για να **πετύχει** κάποιο σκοπό ή στόχο. Για παράδειγμα, ο προϊστάμενος ως πομπός επικοινωνεί με τον υφιστάμενο του (δέκτης) με οδηγίες, παροτρύνσεις, επαίνους κτλ., για να επηρεάσει τη συμπεριφορά του (του δέκτη) και να πετύχει ο ίδιος τους στόχους του. Όταν ο στόχος της επικοινωνίας είτε σε επίπεδο ατόμου είτε σε επίπεδο επιχειρήσεων δεν είναι σαφής και συγκεκριμένος, τότε είναι λογικό να μην είναι αποτελεσματικός. Απαιτείται λοιπόν σαφήνεια στο στόχο.

**Μη σωστά μηνύματα.** Συχνά, από πίεση χρόνου αλλά και για άλλους λόγους (αδιαφορία, ικανότητες κτλ.), ο πομπός δε διαμορφώνει σωστά μηνύματα, δηλαδή δεν εμπεριέχουν ακριβώς αυτό που επιθυμεί να μεταβιβάσει ή είναι δύσκολο να κατανοηθούν από το δέκτη. Συνήθη προβλήματα που παρουσιάζονται στα μηνύματα είναι η ασάφεια, η μη ακρίβεια, η έλλειψη πληρότητας, περιεκτικότητας, συντομίας και ορθότητας και γενικά η κακή τους κωδικοποίηση. Έτσι το ίδιο το μήνυμα συχνά εμποδίζει την αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων. Την ευθύνη αυτού βέβαια έχει ο πομπός, ο οποίος το διαμορφώνει.

**Κακή επιλογή χρόνου και χώρου.** Ο πομπός συνήθως είναι αυτός που καθορίζει το χρόνο και το χώρο της επικοινωνίας. Η κακή επιλογή και των δύο μειώνει σημαντικά την αποτελεσματικότητά της επικοινωνίας. Για παράδειγμα κανείς προϊστάμενος δε θα ακούσει αποτελεσματικά τον υφιστάμενο του, όταν προσπαθεί να του εξηγήσει ένα προσωπικό του πρόβλημα, τη στιγμή που ο πρώτος καθυστερημένος τρέχει στο διάδρομο να προλάβει τη σύσκεψη του Διοικητικού Συμβουλίου.

**Κακή επιλογή τρόπου και μέσου.** Εμπόδιο στην αποτελεσματική επικοινωνία αποτελούν οι κακές επιλογές του πομπού σε ό,τι αφορά τον τρόπο (γραφτή, προφορική, οπτική) και τα μέσα (λόγος, τόνος, σώμα, τηλέφωνο κτλ.). Για κάθε στόχο, μήνυμα, συνθήκες κτλ. επικοινωνίας υπάρχουν εναλλακτικοί τρόποι και μέσα. Όταν δεν επιλέγονται οι πλέον αποτελεσματικοί, η επικοινωνία δυσχεραίνεται.

**Έλλειψη ενδιαφέροντος / απροσεξία.** Συχνά παρατηρείται έλλειψη ενδιαφέρο-ντος, διάθεσης, αλλά και ικανοτήτων του δέκτη να συγκεντρώνει την προσοχή του στο μήνυμα που του μεταβιβάζει ο πομπός. Πολλές φορές την ώρα της μεταβίβα-σης του μηνύματος από τον πομπό ο δέκτης κάνει ή σκέπτεται άλλα πράγματα, ονειροπολεί, ετοιμάζει τη δική του απάντηση - μήνυμα στον πομπό, μιλά ή ασχο-λείται με στιδήποτε άλλο, εκτός από το να καταβάλει προσπάθεια να συλλάβει, να επεξεργασθεί και να ερμηνεύσει σωστά το μήνυμα που του στέλνουν. Αυτό έχει συνέπεια να μη συλλαμβάνεται ή να συλλαμβάνεται λανθασμένα ένα μέρος του μηνύματος και να αλλοιώνεται το περιεχόμενο του. Συγχρόνως αποθαρρύνει τον πομπό να εκφραστεί και να συνεχίσει την επικοινωνία.

**Βιαστικά συμπεράσματα.** Αρκετές φορές το άτομο ως δέκτης έχει την τάση, από έλλειψη υπομονής και πίεση χρόνου, να βγάζει βιαστικά συμπεράσματα σε ό,τι αφορά το νόημα του μηνύματος που του μεταβιβάζεται, πριν ακόμη ο πομπός ολοκληρώσει τη μετάδοσή του. Έτσι, με τις πρώτες λέξεις ή φράσεις ο δέκτης εκτιμά λανθασμένα συνήθως το νόημα του μηνύματος και σταματά να συλλαμβάνει και να επεξεργάζεται το υπόλοιπο ή ακόμη σπεύδει να διακόψει τον πομπό - ομιλητή. Αυτή η ενέργεια γίνεται εμπόδιο στην αποτελεσματική επικοινωνία, ιδιαίτερα στο χώρο των επιχειρήσεων όπου η πίεση του χρόνου συνήθως είναι σημαντική.

**Προδιάθεση / προκατάληψη.** Κάθε άνθρωπος χαρακτηρίζεται λίγο ή πολύ από προδιαθέσεις και προκαταλήψεις έναντι άλλων ανθρώπων. Έτσι, όταν λειτουργεί ως δέκτης, τα μηνύματα που συλλαμβάνει περνούν μέσα από το φίλτρο των προδιαθέσεων και προκαταλήψεών του. Αυτό έχει συνέπεια να μη δίνεται προσοχή στο πραγματικό νόημα του μηνύματος, αλλά να διαστρεβλώνεται, σύμ-φωνα με την προκατάληψη που έχει ο δέκτης προς τον πομπό. Για παράδειγμα, συχνά βελτιωτικές προτάσεις των εργαζομένων για την αύξηση της αποτελεσμα-τικότητας της επιχείρησης δεν κατανοούνται σωστά από τη διοίκηση και απορ-ρίπτονται, γιατί η τελευταία έχει την προκατάληψη ότι οι εργαζόμενοι πάντα διεκδικούν σε βάρος της επιχείρησης.

**Υπερευαισθησία.** Ένα σημαντικό εμπόδιο είναι η υπερευαισθησία που χαρακτηρίζει κάποια άτομα ως προς ορισμένες λέξεις, φράσεις ή γεγονότα. Αυτό τα κάνει να συγκεντρώνουν την προσοχή τους κυρίως σ' αυτά τα σημεία του μηνύ-ματος και να μη δίνουν προσοχή ή σημασία στα υπόλοιπα, χάνοντας έτσι ένα σημαντικό μέρος του νοήματος.

**Διαφορετικές αντιλήψεις.** Κάθε άνθρωπος βλέπει τον κόσμο (αυτά που υπάρχουν έξω και γύρω από τον ίδιο) και τον εαυτό του με ένα συγκεκριμένο προσω-πικό τρόπο. Η αντίληψή του αυτή διαμορφώνεται, ανάλογα με τις εμπειρίες, τις γνώσεις, τις αξίες, τις ανάγκες και επιθυμίες. Έτσι κάθε άνθρωπος αποτελεί μια ξεχωριστή προσωπικότητα με αντίληψη διαφορετική απ' αυτή των άλλων, που αποτελεί όμως φίλτρο για την αξιολόγηση και την ερμηνεία των μηνυμάτων που δέχεται. Συνεπώς, οι διαφορετικές αντιλήψεις των ανθρώπων οδηγούν σε δια-φορετικές αξιολογήσεις και ερμηνείες των ίδιων μηνυμάτων, με συνέπεια να δημιουργούνται σημαντικά εμπόδια στην επικοινωνία.

**Σχέσεις μεταξύ πομπού και δέκτη.** Οι ανθρώπινες σχέσεις, οι σχέσεις εξουσίας, η κοινωνική και διοικητική θέση καθώς και οι σχέσεις συμφερόντων δυσχεραί-νουν την επικοινωνία. Όταν οι ανθρώπινες σχέσεις είναι κακές, η επικοινωνία είναι δύσκολη (και το αντίθετο βέβαια σε κάποιο βαθμό). Όταν η εξουσία ασκεί-ται αυταρχικά, η αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας μειώνεται. Όταν η δια-φορετική κοινωνική και διοικητική θέση δεν επιτρέπει την ισότιμη και ελεύθερη έκφραση, η επικοινωνία ασφαλώς περιορίζεται. Τέλος, όταν μεταξύ πομπού και δέκτη

αναπτύσσεται σχέση έντονου ανταγωνισμού ή πόλωση συμφερόντων, η επικοινωνία περιορίζεται.

**Δομές / διαδικασίες.** Συχνά εμπόδια αποτελεσματικής επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων στις επιχειρήσεις και οργανισμούς αποτελούν οι οργανωτικές δομές και οι διαδικασίες που εφαρμόζονται. Η στεγανοποίηση των διάφορων τμημάτων, τα πολυάριθμα ιεραρχικά επίπεδα, οι περίπλοκες και χρονοβόρες διαδικασίες ροής των πληροφοριών, οι ανελαστικοί γραπτοί και άγραφοι κανόνες και κανονισμοί επικοινωνίας (συμβούλια, επιτροπές, συναντήσεις, ακρόασεις, έγγραφα, κλπ.) δε διευκολύνουν τους ανθρώπους να επικοινωνούν αποτελεσματικά.

**Υπερφόρτωση.** Ο μεγάλος όγκος πληροφοριών που δέχεται καθημερινά κάθε άνθρωπος σε συνδυασμό με το χρόνο και τις ικανότητες σύλληψης, ερμηνείας και αξιοποίησής τους συχνά αποτελεί εμπόδιο στην επικοινωνία. Συνήθεις συνέπειες του εμποδίου αυτού είναι:

- Η αδυναμία του ανθρώπου να συλλάβει και να επεξεργαστεί ένα μέρος αυτών,
- η λανθασμένη επεξεργασία,
- η καθυστερημένη επεξεργασία,
- η επιλεκτική σύλληψη και
- η αποφυγή πληροφοριών.

**Οι κώδικες.** Οι κώδικες που χρησιμοποιούν οι άνθρωποι για να επικοινωνήσουν αποτελούν ένα παράγοντα - κλειδί για την αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας. Τα πιθανά προβλήματα που δημιουργούν εντοπίζονται σε δύο περιπτώσεις.

Όταν οι συνομιλητές δε χρησιμοποιούν τους ίδιους ακριβώς κώδικες, δηλαδή λέξεις, σύμβολα, κινήσεις κτλ. Για παράδειγμα, ο κώδικας που χρησιμοποιούν οι στρατιωτικοί στη δουλειά τους είναι αρκετά διαφορετικός από αυτόν που χρησιμοποιούν οι γιατροί. Πολλές λέξεις, πολλά σύμβολα ή κινήσεις είναι άγνωστες ή ακατανόητες στους μη στρατιωτικούς. Το ίδιο μπορεί να συμβεί ακόμη και μεταξύ των εργαζομένων σε διαφορετικά τμήματα της επιχείρησης

Πολλές φορές οι συνομιλητές χρησιμοποιούν τις ίδιες ακριβώς λέξεις, όμως η σημασία τους για τον καθένα είναι διαφορετική. Για παράδειγμα, οι λέξεις "εθνική αντίσταση" δε σημαίνουν ακριβώς το ίδιο πράγμα για τους ανθρώπους που την έζησαν και τη δημιούργησαν και γι' αυτούς που τη διάβασαν στα ιστορικά βιβλία. Επίσης ο όρος "κέρδος" δε σημαίνει το ίδιο ακριβώς πράγμα για τον επιχειρηματία, τον επαγγελματία manager και τον εργάτη.

Ο κώδικας κάθε ανθρώπου διαμορφώνεται κυρίως από τις γνώσεις του, τις εμπειρίες του και την προσωπικότητά του. Η αποτελεσματική επικοινωνία απαιτεί τη συνειδητοποίηση από τους συνομιλητές των διαφορών που υπάρχουν σε επίπεδο κωδίκων, Η προσπάθεια τους για την ελαχιστοποίηση αυτών είναι αναγκαία για την επίτευξη των στόχων της επικοινωνίας.

### Βασικές αρχές αποτελεσματικής επικοινωνίας

Οι βασικές αρχές αποτελεσματικής επικοινωνίας ταξινομούνται σε τρεις κατηγορίες θεμάτων:

- α) Εκείνα που αφορούν τον πομπό και την αποτελεσματική μετάδοση του μηνύματος.
- β) Εκείνα που αφορούν το δέκτη και την αποτελεσματική μετάδοση του μηνύματος.
- γ) Εκείνα που αφορούν το δέκτη και την αποτελεσματική ακρόαση του μηνύματος.

### Μετάδοση του μηνύματος - γλώσσα σώματος

Αντίθετα με αυτό που υποστηρίζεται από τους μη ειδικούς, ότι δηλαδή τα λόγια είναι αυτά που

προσδιορίζουν το αποτέλε-σμα, ερευνητικές εργασίες υποστηρίζουν ότι ο πιο κρίσιμος παράγο-ντας στην προ-φορική επικοινωνία είναι "η γλώσσα του σώματος" και στη συνέχεια ο τόνος, η ένταση και το χρώμα της φωνής. Το πιο σημαντικό δεν είναι τι λέμε αλλά πώς το λέμε. Τα λόγια παίζουν μικρό ρόλο σε σχέση με τη φωνή και το σώμα, τόσο στη σημασία που θέλουν να εκφρά-σουν όσο και στη σύλληψη, ερμηνεία, κατανόηση και επηρεασμό του δέκτη.

Η "γλώσσα του σώματος" είναι όλες οι στάσεις και οι κινήσεις του σώματος, οι χειρονομίες, οι εκφράσεις και οι κινήσεις του προσώπου και των ματιών κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας. Οι άνθρωποι συνειδητά ή αυθόρμητα, όταν επικοινωνούν, χρησιμοποιούν αρκετά το σώμα τους, για να δώσουν σημασία στα λόγια, να μεταβιβάσουν πληροφορίες, όπως τα συναισθήματα, που δε μεταβιβάζονται με τα λόγια. Η σημασία των λέξεων μπορεί να διαφοροποιείται όχι μόνο με το χρώμα, την ένταση και τον τόνο της φωνής, αλλά και με τις εκφράσεις του σώματος.

Η "γλώσσα του σώματος" συνήθως είναι πιο ειλικρινής από τη "γλώσσα του λόγου", αφού το άτομο μπορεί να ελέγχει πολύ καλύτερα τα λόγια του από ό,τι την έκφραση του σώματος του. Επίσης αξίζει να αναφερθεί ότι πολλές εκφράσεις του σώματος (π.χ. χαμόγελο, έκφραση λύπης, κτλ.) έχουν διαπολιτισμική σημασία, με την έννοια ότι σημαίνουν τα ίδια πράγματα σε διαφορε-τικές χώρες και πολιτι-σμούς.

### **Κατανόηση των διαφορών μεταξύ πομπού και δέκτη**

Όπως έχει αναφερθεί, η διαφορά της προσωπικότητας των ανθρώπων τους κάνει να βλέπουν το γύρω τους κόσμο διαφορετικά. Απαιτείται λοιπόν ο πομπός να προσπαθεί να κατανοήσει τον τρόπο με τον οποίο ο δέκτης αντιλαμβάνεται το γύρω κόσμο του, τις ανάγκες του, τις προσδοκίες του, τις γνώσεις του, την ψυχολο-γική και φυσιολογική του κατάσταση. Η ίδια προσπάθεια απαι-τείται και από την πλευρά του δέκτη. Έτσι, ο πομπός γνωρίζει καλύτερα τι μπορεί ο δέκτης να αντι-ληφθεί απ' όσα επιθυμεί να του μεταβιβάσει.

Οι διαφορετικοί κώδικες συχνά είναι η κύρια αιτία της κακής επικοινωνίας μεταξύ των ανθρίο-πων. Η προσπάθεια να επικοινωνούμε με τον ίδιο κώδικα, δηλαδή να μιλάμε την ίδια γλώσσα, αποτελεί βασική παράμετρο βελτίωσης της επι-κοινωνίας. Η χρησιμοποίηση απλής γλώσσας και λέξεων που αφήνουν ελάχιστα περιθώρια διαφορετικής ερμηνείας βελτιώνουν αναμφισβήτητα την επικοινωνία.

### **Βελτίωση του μηνύματος**

**Σαφήνεια -ακρίβεια.** Κάθε μήνυμα, για να γίνει εύκολα αντιληπτό και κατα-νοητό από το δέκτη, πρέπει να διακρίνεται από τη μέγιστη δυνατή σαφήνεια. Αυτή εξαρτάται τόσο από το χρησιμο-ποιούμενο κώδικα όσο και από τη δομή του. Οι πληροφορίες που περιέχει θα πρέπει να είναι ακριβείς και λέξεις, όπως "αρκετά" "σύντομα" κ.ά., θα πρέπει να αποφεύγονται. Επίσης προτά-σεις πολυσύνθετες και αφηρημένες κάνουν δυσκολονόητο το μήνυμα και έχουν αρνητική χρησι-μότητα. Οι Αμερικανικοί Οργανισμοί χρησιμοποιούν χαρακτηριστικά την ένδειξη KISS (Keep it simple stupid), για να δηλώσουν την ασάφεια των μηνυμάτων.

**Πληρότητα.** Το μήνυμα πρέπει να περιέχει όλες εκείνες τις πληροφορίες που είναι αναγκαίες, για να γίνει κατανοητό από το δέκτη αυτό που θέλουμε να του μεταβιβάσουμε. Όταν οι πληρο-φορίες είναι ελλιπείς, ο δέκτης έχοντας την τάση να συμπληρώνει από μόνος του τα πληροφο-ριακά κενά μπορεί, χωρίς να το θέλει, να διαστρεβλώσει το νόημα του μηνύματος. Επίσης, ο δέκτης πρέπει να έχει την υπο-μονή να πάρει ολόκληρο το μήνυμα. Πολλές φορές οι άνθρωποι δεν περιμένουν ολόκληρο το μήνυμα, αλλά σπεύδουν να βγάλουν συμπεράσματα μόνον από ένα πρώτο μέρος του.

**Περιεκτικότητα-συντομία.** Η περιεκτικότητα και η συντομία του μηνύματος αυξάνει τις δυνατό-τητες σύλληψής του από το δέκτη και βέβαια μειώνει το κόστος της επικοινωνίας. Οι φλυαρίες

και οι επαναλήψεις κουράζουν το δέκτη και επι-δρούν αρνητικά στη διάθεσή του για επικοινωνία. Συχνό είναι το φαινόμενο να γράφουμε πολλές σελίδες ή να μιλάμε πολύ ώρα, για να πούμε πράγματα που μπο-ρούν να διατυπωθούν με δύο προτάσεις. Είναι χρήσιμο να δίνεται το περιεχόμενο του μηνύματος με όσο λιγότερες λέξεις γίνεται. Βέβαια η περιεκτικότητα δε θα πρέπει να λειτουργεί σε βάρος της πληρότητας.

### **Αποτελεσματική ακρόαση**

**Παθητική ακρόαση.** Τα χαρακτηριστικά της είναι η σωστή σύλληψη, επεξεργασία και ερμηνεία από το δέκτη των μηνυμάτων που του στέλνει ο πομπός. Η επιτυ-χημένη παθητική ακρόαση απαιτεί τις παρακάτω βασικές ενέργειες:

Εξάλειψη των θορύβων με την ευρεία έννοια και των ενοχλήσεων που εμποδί-ζουν τον πομπό να εκφραστεί και προκαλούν αλλοιώσεις και παρερμηνείες στο μήνυμα.

Συγκέντρωση της προσοχής του δέκτη, για να συλλάβει συνολικά το μήνυμα και να αποφύγει τα βιαστικά συμπεράσματα, πριν ακόμη ολοκληρωθεί το μήνυμα.

Οπτική επαφή και νεύματα, ώστε να αντιλαμβάνεται ο πομπός ότι ο δέκτης τον παρακολουθεί και ότι έχει συγκεντρωμένη την προσοχή του σ' αυτόν (τον πομπό).

Έλεγχο των προκαταλήψεων του δέκτη και της πιθανής ευαισθησίας του στις λέξεις ή τα χαρακτηριστικά του πομπού, ώ α τ ε να γίνεται κατανοητό το πραγμα-τικό νόημα του μηνύματος.

**Ενεργητική ακρόαση.** Η ενεργητική ακρόαση χαρακτηρίζεται από την προσπά-θεια του δέκτη να βοηθήσει τον πομπό να εκφράσει και να μεταβιβάσει με σωστό τρόπο αυτό που επιθυμεί. Επίσης η ενεργητική ακρόαση περιλαμβάνει την προσπά-θεια του δέκτη να κατανοήσει και να αισθανθεί το μήνυμα. Οι βασικές ενέργειες της ενεργητικής ακρόασης είναι:

**Ερωτήσεις.** Με τις ερωτήσεις ο δέκτης μπορεί να βοηθήσει τον πομπό να γίνει σαφής, κατανοητός και πλήρης.

**Ενθάρρυνση** του πομπού να εκφράσει άνετα αυτό που επιθυμεί. Αυτή επιτυγχά-νεται με το καλό κλίμα επικοινωνίας που μπορεί να δημιουργήσει ο δέκτης.

**Έλεγχο** από το δέκτη αν έχει συλλάβει και κατανοήσει σωστά το μήνυμα, ο οποίος γίνεται με ερωτήσεις που εκφράζουν με άλλα λόγια το μήνυμα.

**Ενσυναίσθηση,** που σημαίνει ότι ο δέκτης ακούει και κατανοεί από τη θέση του πομπού όσα ο τελευταίος του μεταβιβάζει, δηλαδή, μπαίνει ο ίδιος στη θέση του πομπού. Ταυτόχρονα δείχνει στον τελευταίο ότι ακούει από τη θέση του. Ενσυναίσθηση δε σημαίνει ούτε συμπαθώ ούτε συμπάσχω. Είναι όμως ενέργεια ιδιαί-τερα σημαντική για την αποτελεσματικότητα της ακρόασης, αφού ο δέκτης μπαίνοντας στη θέση του πομπού μπορεί να κατανοεί καλύτερα όσα ο τε-λευ-ταίος θέλει να του μεταβιβάσει.

## Ο Προφορικός λόγος

### Η προτεραιότητα του προφορικού λόγου

Η σύγχρονη γλωσσολογία αντιτίθεται στην άποψη πολλών παραδοσιακών γραμματικών ότι ο προφορικός λόγος είναι κατώτερος από τον γραπτό. Χωρίς να υποτιμά τον γραπτό λόγο, υποστηρίζει ότι ο προφορικός είναι πρωταρχικός και ότι η γραφή είναι επί της ουσίας μια αναπαράσταση της προφορικής ομιλίας με διαφορετικό μέσο. Η αρχή αυτή της προτεραιότητας του προφορικού λόγου στηρίζεται από τα ακόλουθα επιχειρήματα:

**Ιστορική προτεραιότητα:** Ο προφορικός λόγος προηγείται ιστορικά του γραπτού.

Οι ανθρώπινες κοινωνίες επικοινωνούσαν προφορικά πολλές χιλιετίες πριν από την ανακάλυψη της γραφής. Έτσι, ενώ δε γνωρίζουμε κανένα σύστημα γραφής με ιστορία παλαιότερη από έξι χιλιάδες χρόνια περίπου, δεν γνωρίζουμε καμία φυλή ανθρώπων που να έχει επιβιώσει χωρίς την ικανότητα προφορικής ομιλίας. Οι άνθρωποι που δεν γνωρίζουν γραφή είναι αγράμματοι, αλλά όχι άγλωσσοι.

**Βιολογική προτεραιότητα:** Ο προφορικός λόγος προηγείται βιολογικά του γραπτού. Το παιδί κατακτά αρχικά τη γλώσσα στην προφορική της μορφή, ενώ μαθαίνει να γράφει πολύ αργότερα στο πλαίσιο της σχολικής εκπαίδευσης. Φαίνεται, επομένως, ότι οι άνθρωποι είναι γενετικά προγραμματισμένοι όχι μόνο να κατακτήσουν μια γλώσσα αλλά ακόμα να παράγουν και να αναγνωρίζουν τους γλωσσικούς φθόγγους. Τα μωρά από τους πρώτους κιάλας μήνες της ζωής τους έχουν την ικανότητα να παράγουν γλωσσικούς ήχους, ενώ έχει αποδειχτεί πειραματικά ότι μπορούν και να διακρίνουν τους γλωσσικούς από τους μη γλωσσικούς ήχους

**Λειτουργική προτεραιότητα:** Ο προφορικός λόγος είναι πολύ ευρύτερα διαδεδομένος από τον γραπτό. Ο τελευταίος χρησιμοποιείται στις περιπτώσεις εκείνες που είναι αδύνατη η άμεση επικοινωνία με τη χρήση του προφορικού καθώς και για την καταγραφή και αποθήκευση των πληροφοριών (αρχεία, επίσημα έγγραφα, επιστημονική γνώση). Η γραφή, μάλιστα, εφευρέθηκε γι' αυτόν ακριβώς το λόγο, για τη διατήρηση και διάδοση σημαντικών πληροφοριών -σε μια εποχή που η καταγραφή του προφορικού λόγου μέσω μαγνητοφώνου δεν ήταν ακόμα γνωστή- και σε αυτήν της την ικανότητα οφείλεται ένα μέρος από το κύρος με το οποίο περιεβλήθη σε πολλούς πολιτισμούς. Ωστόσο, ακόμα και σήμερα υπάρχουν κοινωνίες που επικοινωνούν αποκλειστικά μέσω του προφορικού λόγου και δεν έχουν αναπτύξει σύστημα γραφής. Επίσης, σε όλες τις κοινωνίες υπάρχει ένα ποσοστό αναλφάβητων που στηρίζονται αποκλειστικά στον προφορικό λόγο προκειμένου να επικοινωνήσουν.

Παράλληλα, σήμερα, με την ανάπτυξη της πληροφορικής και την εξάπλωση των Η/Υ δημιουργείται ένα νέο είδος λόγου, το οποίο έχει μεν γραπτή μορφή αλλά παρουσιάζει τα χαρακτηριστικά του προφορικού λόγου (αποσπασματικότητα, ελλειπτικότητα, λάθη). Πρόκειται για τη γλώσσα των ηλεκτρονικών μηνυμάτων (email, sms) που αποτελεί αντικείμενο πολλών σύγχρονων μελετών.

**Δομική προτεραιότητα:** Όλα τα συστήματα γραφής βασίζονται εμφανώς σε μονάδες του προφορικού λόγου. Τα αλφαβητικά συστήματα στηρίζονται στους «φθόγγους», τα συλλαβικά στις «συλλαβές» και τα ιδεογραφικά στις «λέξεις». Αφού τα επίπεδα των φθόγγων, των συλλαβών και των λέξεων, υπάρχουν ήδη στον προφορικό λόγο, προκύπτει ότι κάθε είδος συστήματος γραφής προήλθε από ένα διαφορετικό επίπεδο του προφορικού λόγου.

## Χαρακτηριστικά προφορικού λόγου

Στον προφορικό λόγο, οι συμμετέχοντες/ουσες συνήθως βρίσκονται στον ίδιο χώρο και χρόνο έτσι ώστε να συνεισφέρουν από κοινού στον λόγο. Επίσης, συχνά στηρίζονται σε κοινές γνώσεις και εμπειρίες τους για την ερμηνεία όσων λέγονται, οπότε δεν χρειάζεται να δίνουν πολλές πληροφορίες που είναι ήδη γνωστές.

Στον προφορικό λόγο, οι συνομιλητές/τριες έχουν κατά κανόνα ακουστική ή/και οπτική επαφή. Μπορούν έτσι ο/η καθένας/καθεμία να αντιδράσουν άμεσα σε όσα λέει ο/η άλλος/η και να ζητήσουν διευκρινίσεις.

Ο προφορικός λόγος παράγεται «αυθόρμητα», διαμορφώνεται δηλαδή τη στιγμή που εκφωνείται υπό την πίεση του χρόνου και του/της ακροατή/τριας. Γι' αυτό παρουσιάζει διακοπές, επικαλύψεις μεταξύ των συνομιλητών/τριών, δισταγμούς, (αυτο)διορθώσεις, συντακτικά ατελείς και ανολοκλήρωτες προτάσεις, παρατακτική σύνδεση, ενεργητική σύνταξη, επαναλήψεις, επανεκκινήσεις και γενικευτικούς όρους.

Περιλαμβάνει πολλές συντακτικά ατελείς προτάσεις ή ακολουθίες ανολοκλήρωτων φράσεων: *κυρία Μ., θα 'θελα/ εεσείς τη γνώμη σας*

Χρησιμοποιεί ευρύτατα την παράταξη και την ασύνδετη συμπάρθεση προτάσεων

Βρίθεται από επαναλήψεις συντακτικών δομών: *Ντάξει, όχι καταλαβαίνω ε καταλαβαίνω και τη συγκίνησή σας, γιατί ειν' ένα βιβλίο συ- συγκινητικό*

Προτιμά την ενεργητική σύνταξη και αποφεύγει την παθητική

Προτιμά πολλές φορές την προτασιακή δομή *θέμα-σχόλιο* (θέμα μιας πρότασης είναι το αντικείμενο του ενδιαφέροντός της και το σημείο εκκίνησής της σε αντιδιαστολή προς το *σχόλιο*, που είναι το συστατικό της πρότασης που "λέει κάτι" για το "θέμα") και όχι τη δομή *υποκείμενο-κατηγόρημα*: *η καρέκλα/ να την βάλεις στη θέση της (αντί την καρέκλα να την βάλεις στη θέση της ή να βάλεις την καρέκλα στη θέση της)*

Περιλαμβάνει πολλές επανεκκινήσεις, που βελτιώνουν προηγούμενες διατυπώσεις: *Την/ δε/ την/ τα τέλη του '50 και τ- τα '60 είναι είναι μια εποχή που δεν τη γνωρίζετε καθόλου*

Χαρακτηρίζεται από αφθονία λέξεων ασαφούς σημασίας (γενικευτικών όρων): *πράγμα, μέρος, κάποια, κάτι, διάφορα, πολύ κ.ά.*

Είναι διάσπαρτος από "πραγματολογικά μόρια": *λίγο, λιγάκι, έτσι, ας πούμε, που λένε, ξέρω 'γω, νομίζω, εε, αα κ.ά.*

## Τα θετικά χαρακτηριστικά του προφορικού λόγου

Ο προφορικός λόγος είναι λόγος ζωντανός και αυθόρμητος· ικανοποιεί με αποτελεσματικότητα τις πλείστες καθημερινές ανάγκες επικοινωνίας των ανθρώπων και διακρίνεται για την αμεσότητά του, εφόσον η επικοινωνία πραγματώνεται μεταξύ ατόμων που συνομιλούν σε πραγματικό χρόνο.

Η αμεσότητα, άλλωστε, του προφορικού λόγου πιστοποιεί κατά τρόπο σαφή τις εκφραστικές δυνατότητες του ατόμου, μιας και δεν προσφέρει περιθώρια προετοιμασίας ή σχεδιασμού, όπως αυτά δίνονται άπλετα στο γραπτό λόγο.

Ο προφορικός λόγος είναι σαφώς πιο παραστατικός και προσφέρει στον ομιλητή τη δυνατότητα να ενισχύει τη νοηματική αξία των λέξεών του με τη χρήση παραγλωσσικών στοιχείων, όπως είναι οι εκφράσεις του προσώπου και οι χειρονομίες. Είναι ιδιαίτερο προνόμιο του προφορικού λόγου πως με τον επιτονισμό και μόνο της φωνής μια απλή λέξη ή έκφραση μπορεί να λάβει πλήθος νοηματικών προεκτάσεων, πλουτίζοντας έτσι το λόγο με τρόπους που δεν είναι εφικτοί στο γραπτό κείμενο. Όλο το φάσμα των συναισθημάτων μπορούν να περάσουν στην ομιλία του ατόμου ακριβώς μέσω του επιτονισμού, χωρίς να απαιτείται η ρητή λεκτική δήλωσή τους.

Ο ομιλητής έχει το σαφές πλεονέκτημα να ελέγχει το επίπεδο κατανόησης των λεγομένων του τη στιγμή ακριβώς που τα εκφέρει, κι αυτό του επιτρέπει να επανέρχεται με διευκρινίσεις και περαιτέρω συμπληρωματικά στοιχεία, προκειμένου να διασφαλίσει πως ο συνομιλητής του έχει κατανοήσει πλήρως το μεταδιδόμενο μήνυμα. Ενώ, ακόμη κι αν ο ίδιος δεν αντιληφθεί κάποια πιθανή παρανόηση ή ασάφεια, υπάρχει πάντοτε η δυνατότητα του συνομιλητή να εκφράσει τις απορίες του ή να θελήσει να επιβεβαιώσει πως έχει αντιληφθεί ορθά όσα έχει ακούσει μέχρι εκείνη τη στιγμή.

Όπως είναι προφανές, τέτοιου είδους άμεση αλληλεπίδραση μπορεί να υπάρξει μόνο στο πλαίσιο μιας προφορικής -συνήθως- συνομιλίας ή τώρα πια ακόμη κι αν η συνομιλία διεξάγεται με την ανταλλαγή γραπτών μηνυμάτων, οπότε η γραπτή επικοινωνία προσεγγίζει ως ένα βαθμό την προφορική, σε ό,τι αφορά τουλάχιστον τη δυνατότητα παροχής διευκρινίσεων.

Η αμεσότητα του προφορικού λόγου επιτρέπει την ουσιαστικότερη γνωριμία μεταξύ των ατόμων, και άρα την ανάπτυξη της κοινωνικότητας, μιας και παρέχει τη δυνατότητα μιας απρόσκοπτης και ταχύτερης επικοινωνιακής επαφής.

Παρά το γεγονός, άλλωστε, πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούν το γραπτό λόγο για την επίτευξη μιας ανάλογης επικοινωνίας, δεν μπορούν να προσφέρουν εντούτοις το σαφές κέρδος της δια ζώσης επαφής, της μη λεκτικής επικοινωνίας που διασφαλίζει η οπτική επαφή των ατόμων, αλλά και όλων εκείνων των παραγλωσσικών στοιχείων που χρωματίζουν την ομιλία του ατόμου, φανερώνοντας πάντοτε πολύ περισσότερα απ' όσα οι λέξεις που χρησιμοποιεί.

Ο προφορικός λόγος συνιστά μορφή φυσικής έκφρασης και είναι γι' αυτό κτήμα όλων των ανθρώπων είτε έχουν παρακολουθήσει συστηματικές σπουδές είτε όχι. Σε αντίθεση, λοιπόν, με το γραπτό λόγο που προϋποθέτει ένα ικανοποιητικό επίπεδο σπουδών για την αποτελεσματική του χρήση, ο προφορικός λόγος εξυπηρετεί τις καθημερινές επικοινωνιακές ανάγκες ακόμη και αναλφάβητων ατόμων.

Ο προφορικός λόγος διακρίνεται συνήθως για την απλότητα και τη σαφήνιά του, εφόσον δύσκολα αφήνει περιθώρια για πολύπλοκες συντακτικές δομές, όπως αυτές του γραπτού λόγου.

### Τα μειονεκτήματα του προφορικού λόγου

Ένα βασικό μειονέκτημα του προφορικού λόγου προκύπτει από την αμεσότητα έκφρασής του, που δεν επιτρέπει πάντοτε τη σχετική προετοιμασία, και αφορά την προχειρότητά του. Παρατηρούνται, έτσι, ασυνταξίες, αστοχίες στην επιλογή λέξεων λόγω βιασύνης, νοηματικά κενά λόγω της αδυναμίας του ομιλητή να ελέγξει αν ολοκλήρωσε τη νοηματική αλληλουχία των λεγομένων του, άσκοπα γεμίσματα του λόγου για να καλυφθεί ο χρόνος σκέψης, παύσεις, αλλά και ελλιπής συχνά τεκμηρίωση, εφόσον ο ομιλητής δεν έχει τον αναγκαίο χρόνο να οργανώσει με πληρότητα το λόγο του.

Η προχειρότητα του προφορικού λόγου, αν και είναι εύλογη και συνήθως συγχωρητέα, τον καθιστά εντούτοις περισσότερο ανεπίσημο και γι' αυτό αποφεύγεται η απροσχεδίαστη χρήση του σε επίσημες ή μεγάλης βαρύτητας εκδηλώσεις, όπως είναι για παράδειγμα οι πολιτικές ομιλίες.

## ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

**Δημόσιες ομιλίες**, είναι οι ομιλίες που απευθύνονται σε ανοιχτό ακροατήριο (public speaking) και αποτελούν μια μορφή μαζικής επικοινωνίας. Αποτελούν κατά κύριο λόγο ένα μονόλογο όπου ένα πρόσωπο απευθύνεται σε μία ομάδα ακροατών και του μεταφέρει ιδέες. Υπάρχει και η περίπτωση ένας αριθμός ομιλητών να απευθύνεται σε συγκεκριμένο ακροατήριο μεταφέροντάς τους ιδέες ή απόψεις. Οι μορφές αυτές προφορικής επικοινωνίας είναι γνωστές με τον όρο «συμπόσια».

**Προγραμματισμένες υπηρεσιακές συσκέψεις**, επίσημες μορφές ομαδικής επικοινωνίας όπου αναφέρεται στις τυπικές μορφές λειτουργίας των συλλογικών οργάνων.

**Συσκέψεις της ομάδας διοικήσεως**, “ομάδα διοικήσεως (management group) είναι το σύνολο των ανώτερων και ενδιάμεσων στελεχών των οργανισμών τα οποία βρίσκονται στο επίπεδο λήψης των αποφάσεων και είναι αρμόδια για τον καθορισμό της πολιτικής και την άσκηση του management group στα πλαίσια των οργανισμών”. Μέσω των συσκέψεων προλαμβάνονται σοβαρά οικονομικά, οργανωτικά και άλλων προβλημάτων.

**Συγκεντρώσεις σε κλειστούς χώρους**, είναι μια μορφή εσωτερικής προφορικής επικοινωνίας. Οι συγκεντρώσεις αυτές γίνονται για την εμφύχωση και ανύψωση του ηθικού του προσωπικού, για την αντιμετώπιση απρόοπτων περιστατικών, για την ανακοίνωση προαγωγής προσώπων σε υψηλές θέσεις ή και για αλλαγές πολιτικών μέτρων. Συμμετέχει μεγάλος αριθμός ατόμων όπου μπορεί να προκαλέσει διακοπή της συγκεντρώσεως είτε λόγω της αντίθετης άποψης του θέματος, είτε λόγω σύγκρουσης με τον ομιλητή.

**Τηλεφωνική επικοινωνία**, είναι η επικοινωνία που γίνεται με τη χρήση μηχανικών μέσων π.χ. τηλέφωνα, η χρήση μηχανικών μέσων οφείλεται στην απόσταση που μεσολαβεί. Αυτού του είδους η επικοινωνία ανήκει στην μηχανική επικοινωνία και παρά του ότι η τηλεφωνική επικοινωνία ανήκει στον προφορικό λόγο δεν υπάρχει αμεσότητα λόγω της αποστάσεως και των μηχανικών μέσων

## ΘΕΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

### ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΣΤΗ ΜΕΤΑΔΟΣΗ ΤΟΥ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ

Ο προφορικός λόγος διαθέτει ταχύτητα στη μετάδοση του μηνύματος από τον αποστολέα στον αποδέκτη. Όταν πρόκειται για την αποστολή άμεσων μηνυμάτων αποτελεί τον καταλληλότερο τρόπο μεταφοράς του επικοινωνιακού υλικού που απαιτείται για την διευκόλυνση της εργασιακής ροής. Με τον συνδυασμό της άτυπης επικοινωνίας μια πληροφορία που ορίζεται ως επείγουσα μπορεί να αποσταλεί σε ελάχιστο χρόνο στα ανώτερα στρώματα

### ΑΜΕΣΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ ΤΟΥ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ

Ο προφορικός λόγος δίνει την δυνατότητα ανταλλαγής απόψεων και την άμεση διόρθωση του μηνύματος αν διαπιστωθεί ότι υπάρχουν λανθασμένα στοιχεία. Αυτό, έχει ως αποτέλεσμα την ομαλή ροή της εργασίας και δημιουργεί σχέσεις εργασίας μεταξύ αποστολέα και αποδέκτη. Με την άμεση διόρθωση του μηνύματος καλλιεργείται το ομαδικό πνεύμα αφού στελέχη και εργαζόμενοι συμμετέχουν στη διόρθωση του περιεχομένου του μηνύματος

### **ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΚΑΛΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ**

Η καλλιέργεια καλών ανθρώπινων σχέσεων οφείλεται στον προφορικό λόγο καθώς αναπτύσσονται καλές σχέσεις μεταξύ επιχείρησης-στελεχών-εργαζομένων οι οποίες προκαλούν σεβασμό στη αξιοπρέπεια, την προσωπικότητα και την μοναδικότητα του εργαζομένου καθώς και στην ανάπτυξη της επιχείρησης μέσα από άνετο και ανθρώπινο εργασιακό περιβάλλον. Ο προφορικός λόγος αποτελεί μέσο για την καλλιέργεια των σχέσεων και δημιουργούνται "δυνατοί" δεσμοί ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης

### **ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΘΕΤΙΚΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΚΛΙΜΑΤΟΣ**

Θεωρείται απαραίτητη για την ομαλή ροή των μηνυμάτων που διακινούνται εντός και εκτός της επιχείρησης καθώς το τελικό αποτέλεσμα εξαρτάται από την διακίνηση της πληροφορίας αφού η συμβολή του προφορικού λόγου είναι τεράστια.

### **ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΘΕΤΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΚΛΙΜΑΤΟΣ**

Το επιχειρησιακό κλίμα που δημιουργείται από την επιχείρηση και τα στελέχη της για το περιουσιακό αγαθό αποτελούν οι εργαζόμενοι και τους σχετικούς τρόπους που χρησιμοποιούν το ανθρώπινο δυναμικό ώστε να υλοποιήσουν τους στόχους που έχουν τεθεί, ο τρόπος που έχει καθιερώσει η επιχείρηση στην διακίνηση της πληροφορίας, οι μέθοδοι και οι πρακτικές που εφαρμόζουν τα στελέχη προκειμένου να λαμβάνονται σχετικές αποφάσεις, ο βαθμός συμμετοχικότητας που έχει καλλιεργηθεί στις ομάδες εργασίας, αποτελούν επιχειρησιακά δεδομένα τα οποία η προφορική επικοινωνία έχει την δυνατότητα να αναπτύξει και να καλλιεργήσει σε βαθμό που ο κάθε εργαζόμενος να συμμετέχει ενεργά και με όλες του τις δυνάμεις στο παραγωγικό αποτέλεσμα.

### **ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Η ενίσχυση της συνεργασίας ενισχύει το παραγωγικό αποτέλεσμα λόγω των σχέσεων που δημιουργούνται ανάμεσα στους εργαζομένους. Σήμερα, η ομαλή εργασιακή ροή εξαρτάται από τις αντιλήψεις, νοοτροπίες και γνώσεις που προκύπτουν από την ικανότητα συνεργασίας των εργαζομένων όπου μέσω της συνεργασίας αυτής και της προσπάθειας που γίνεται δημιουργείται κλίμα αλληλοκατανόησης και αλληλοβοήθειας.

### **ΥΠΟΔΟΜΗ ΟΜΑΛΗΣ ΣΥΜΒΙΩΣΗΣ**

Κάθε εργαζόμενος πρέπει υποχρεωτικά να συμβιώσει μέσα στο εργασιακό περιβάλλον ούτως ώστε να φέρουν εις πέρας τις εργασίες που τους έχουν ανατεθεί. Μέσω του προφορικού λόγου δημιουργείται η υποδομή για ομαλή συμβίωση των ανθρώπων με διαφορετικές συμπεριφορές οι οποίες δυσκολεύουν την συνύπαρξη των εργαζομένων στο ίδιο εργασιακό περιβάλλον, εάν εξελιχθούν αρνητικά. Αντίθετα, ο αποτελεσματικός προφορικός λόγος δημιουργεί δυνατότητα σωστής συνεργασίας και συμβίωσης παρά τις διαφορές που έχει ο καθένας λόγω της μοναδικότητάς του και τα προσωπικά του χαρακτηριστικά γνωρίσματα.

### **ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΤΟΧΩΝ**

Κύρια υποχρέωση των εργαζομένων είναι η υλοποίηση των στόχων τόσο σε προσωπικό επίπεδο όσο και ομαδικό. Όταν ο προφορικός λόγος χρησιμοποιείται σωστά δίδεται η δυνατότητα συχνής επαφής στελεχών και εργαζομένων ώστε να υλοποιούνται οι στόχοι της επιχείρησης οι οποίοι

απαιτούν κοινή προσπάθεια, συνεννόηση αποστολέα-αποδέκτη, συντονισμό ενεργειών, σε τέτοιο επίπεδο που ο προφορικός λόγος ο οποίος με την αμεσότητα που διαθέτει μπορεί να ολοκληρωθεί επιτυχώς

### **ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΝΕΝΟΗΣΗ**

Για την καλή συνεννόηση και κατανόηση μεταξύ στελεχών -εργαζομένων, εργαζόμενων-εργαζόμενων, απαραίτητη προϋπόθεση είναι να αναπτυχθούν οι καλές διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ τους. Κύριο παράγοντα αποτελεί η ομιλία κοινής γλώσσας, ώστε να μπορεί να κατανοηθεί το περιεχόμενο του μηνύματος και να υπάρχει συνεννόηση μεταξύ τους

### **ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΝΤΙΔΡΑΣΗΣ ΤΟΥ ΑΠΟΔΕΚΤΗ**

Η διαπροσωπική σχέση που αναπτύσσεται στον προφορικό λόγο, μεταξύ αποστολέα και αποδέκτη παρέχει στον αποστολέα την ευκαιρία να ελέγξει τη αντίδραση που προκάλεσε το μήνυμα που απέστειλε στον αποδέκτη. Τούτο βέβαια αποτελεί το υπόβαθρο για την εκτίμηση εκ μέρους του στελέχους για το βαθμό ανταπόκρισης του εργαζόμενου στο περιεχόμενο του μηνύματος. Κατόπιν τούτου έχει την ευχέρεια μέσω της συνεργασίας και της πολύτιμης ανταλλαγής σκέψεων και ιδεών που θα αναπτυχθούν και από τα δύο μέρη, ή να τροποποιήσει το μήνυμα που απέστειλε, ή να το ακυρώσει, ή να επιμείνει για την υλοποίηση του αναλύοντας εμπειριστατωμένα τα θετικά αποτελέσματα που θα προκύψουν από την θετική αντίδραση του αποδέκτη

### **ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

Ο προφορικός λόγος συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στην επιτυχή άσκηση των διοικητικών δραστηριοτήτων των στελεχών. Αυτές οι δραστηριότητες συμπεριλαμβάνουν ενέργειες που αφορούν τον προγραμματισμό εργασιών σε βραχυχρόνιο και μακροχρόνιο επίπεδο, την διεύθυνση του ανθρώπινου δυναμικού που αποτελεί τον τομέα που ευθύνεται για τον σχεδιασμό των τρόπων και τεχνικών που αποβλέπουν στη μεγαλύτερη δραστηριοποίηση των στελεχών για την υλοποίηση των στόχων που κάθε φορά θέτουν στους εργαζόμενους, τον συντονισμό της εργασίας που εκτελείται από

τους εργαζομένους, τον έλεγχο της εργασίας που σε περίπτωση που διαπιστώνουν απόκλιση στην ορθή πορεία των εργασιών που ανατίθενται στους εργαζομένους να χαράσσουν διορθωτικές κινήσεις.

### **ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΩΝ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΤΟΥ ΣΤΕΛΕΧΟΥΣ**

Αναδεικνύονται οι διοικητικές ικανότητες των στελεχών με την σωστή χρησιμοποίηση του προφορικού λόγου. Αφού μέσω αυτού το στέλεχος μπορεί να ανταλλάξει απόψεις, αντιλήψεις, γνώμες και να έχει περισσότερο ορθολογικό και αντικειμενικό τρόπο σκέψης για τις αποφάσεις που συνεχώς λαμβάνει. Επίσης, αναδύεται η ηγετική προσωπικότητα του στελέχους το οποίο καθοδηγεί και κατευθύνει τους εργαζόμενους για την επίτευξη του καλύτερου παραγωγικού αποτελέσματος, "παρασύροντας τους " να επιδείξουν ενθουσιασμό, ζήλο και αυταπάρνηση προκειμένου να επιτύχει τους στόχους τους οποίους αυτός θέτει, χωρίς να εκφράζονται αντιρρήσεις και έντονες διαφοροποιήσεις ως προς την ορθότητα των αποφάσεών του.

### **ΤΑ ΠΡΟΣΩΝΤΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΗΤΗ**

Στην περίπτωση της δημόσιας ομιλίας ο ομιλητής πρέπει να συνδυάζει ορισμένα προσόντα και ικανότητες οι οποίες αποτελούν προϋποθέσεις για την παρουσίαση ή μεταφορά ιδεών με τρόπο σαφή, ορθό και πειστικό. Οι ιδιότητες τις οποίες πρέπει να συνδυάζει ο ομιλητής στην περίπτωση του προφορικού λόγου και κυρίως στην περίπτωση της δημόσιας ομιλίας αναλύονται παρακάτω: **Το κύρος του ομιλητή**, παίζει σημαντικό ρόλο στη διαδικασία αποτελεσματικής εξέλιξης της επικοινωνίας, αυτό σημαίνει ότι ο ομιλητής πρέπει να κατέχει το θέμα για το οποίο ομιλεί, να έχει τη θέληση να μεταφέρει το πραγματικό και το πλήρες μήνυμα και να προσπαθεί να επικοινωνήσει ψυχικά με το ακροατήριο. Τα ειδικότερα στοιχεία τα οποία συνθέτουν την ικανότητα για επικοινωνία είναι η αντικειμενικότητα, η συσχέτιση τις ιδέας με το ακροατήριο και η αυτοπεποίθηση

**Ικανότητα προφορικής παρουσίασης**, ενισχύει την αυτοπεποίθηση η οποία εξαρτάται από πολλούς παράγοντες όπως (1) ο κατάλληλος σχεδιασμός της επικοινωνίας, (2) η ικανότητα έκφρασης και καθορισμού του κατά περίπτωση κατάλληλου τρόπου διεξαγωγής τη επικοινωνίας.

*Βασικές κατευθύνσεις εφαρμογής του προφορικού λόγου:*

Να μην υπερτονίζονται η σημασία των καταστάσεων ή των δεδομένων και να μην χρησιμοποιούνται υπερβολικές τακτικές για την προώθηση κάποιας πρότασης

Να τους κατέχει πνεύμα μετριοφροσύνης

Να υπάρχει εξαρχής ένα γενικό πλάνο του θέματος

Να μην γίνεται χρήση εξειδικευμένων όρων ή λέξεων με διφορούμενη σημασία

Να είναι σε θέση να παρουσιάσουν αιτούμενα στοιχεία και να στηρίξουν την σχετική άποψη ή πρόταση

Ενσωμάτωση ενδεχομένων απαντήσεων για τυχόν παρατηρήσεις ή αντιρρήσεις στο πρόγραμμα της παρουσίασης

Χρήση γραφικών και οπτικοακουστικών μέσων για την διευκόλυνση της παρουσίασης

Παρουσίαση όλων των σχετικών πλευρών του θέματος

Τρόποι με τους οποίους θα εξασφαλιστούν κάποιες σημαντικές ανταποκρίσεις από τα πρόσωπα στα οποία απευθύνονται

*Ικανοποιητικό σύστημα εφαρμογής της επικοινωνίας*, αφορά στην πλήρη γνώση του μηνύματος και στην αποτελεσματική χρήση της τεχνικής και των μεθόδων μετάδοσης του και αναφέρεται:

- Στην έκταση της παρουσίασης
- Στο γενικό περίγραμμα της παρουσίασης και
- Την παρουσίαση καθ' εαυτή

*Ικανότητα αξιολόγησης της επικοινωνίας*, η ικανότητα αυτή αφορά στην δυνατότητα ορθής αξιολόγησης των αντιδράσεων του ακροατηρίου για την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων ως προς την αποδοχή ή απόρριψη των σχετικών προτάσεων ή επιβεβαίωσης των θετικών. Ο ομιλητής πρέπει να φροντίζει, να βελτιώνεται ο τρόπος παρουσίασης των απόψεων ή προτάσεων καθώς να δέχεται κάθε επικοινωνιακή πρόταση από μέρους του ακροατηρίου

### **ΕΙΔΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΑΚΡΟΑΤΗ**

Στο προφορικό λόγο υπάρχουν στοιχεία που προσδιορίζουν τη δυνατότητα του ακροατή για την αποδοχή του μηνύματος, αυτά είναι:

*Ικανότητα για αποδοχή μιας ιδέας*, η ικανότητα αυτή αντικατοπτρίζει τις ψυχολογικές και γλωσσολογικές δυνατότητες του αποδέκτη να δεκτή μια ιδέα, άποψη ή εισήγηση και συνεπώς να πειστεί για ανάπτυξη ανάλογης συμπεριφοράς.

*Ικανότητα για ανταπόκριση*, δηλαδή η ικανότητα του ακροατή να ανταποκρίνεται σε εισηγήσεις ή προτάσεις και να προχωρεί σε μια επιθυμητή αντίδραση η οποία αποτελεί και το στοιχείο ολοκλήρωσης της επικοινωνίας ανεξάρτητα αν αυτό αποβλέπει στην αλλαγή της συμπεριφοράς. "Πέραν αυτό ο βαθμός ικανότητας του αποδέκτη για αποδοχή μιας επικοινωνίας επηρεάζεται και από το επίπεδο των γνώσεων του σε σχέση με το αντικείμενο της επικοινωνίας όπως επίσης και από τις ειδικότερες διαθέσεις του έναντι του μηνύματος και του αποστολέα"

#### **ΜΟΡΦΕΣ ΑΝΤΙΔΡΑΣΗΣ ΤΟΥ ΑΠΟΔΕΚΤΗ ΕΝΑΝΤΙ ΤΟΥ ΟΜΙΛΗΤΗ**

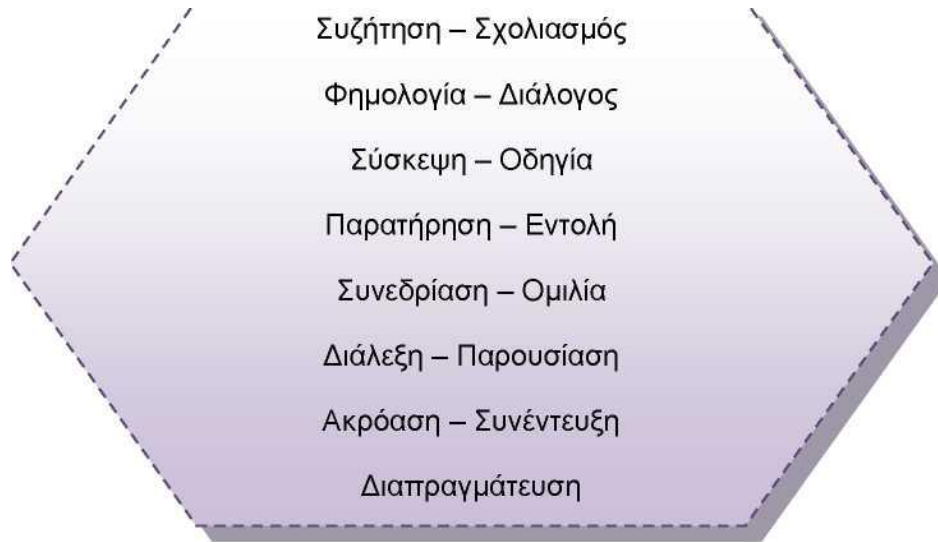
Κάποιες φορές ο αποδέκτης αντιδρά έναντι του ομιλητή στο θέμα του προφορικού λόγου. Η αντίδραση του εκδηλώνεται με μία από τις παρακάτω μορφές:

**Προσαρμογή**, όταν ένα άτομο δέχεται την επικοινωνία ενός άλλου, γιατί δεν μπορεί να αντικρούσει με επιχειρήματα τις απόψεις του ή γιατί, νομίζει ότι με αυτό τον τρόπο θα εξασφαλίσει μία ευνοϊκή εξέλιξη των πραγμάτων. Όταν ο φορέας ασκεί μεγάλη επίδραση στο επίπεδο λήψεων των αποφάσεων ή στον τρόπο χρήσεως των αμοιβών ή των ποινών τότε εκδηλώνεται η προσαρμογή.

**Ταύτιση**, όταν ένα άτομο υιοθετεί τις ιδέες, συμπεριφορές, απόψεις ενός άλλου ανθρώπου ή μιας ομάδας με αιτία την στενή υπηρεσιακή ή κοινωνική σχέση με το συγκεκριμένο άτομο ή ομάδα-φορέα του μηνύματος.

**Εσωτερίκευση**, όταν ένα άτομο δέχεται την επικοινωνία γιατί αισθάνεται ότι οι διατυπωμένες θέσεις ή απόψεις είναι σύμφωνες με τις δικές του αξίες. Η εξωτερίκευση αναπτύσσεται σε περιπτώσεις όπου το άτομο που στέλνει το μήνυμα έχει υψηλό βαθμό αξιοπιστίας ή όταν μέσω της επικοινωνίας ενεργοποιεί τις αξίες του αποδέκτη

## ΕΙΔΗ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



### ΣΥΖΗΤΗΣΗ – ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ

“Συζήτηση είναι η άτυπη προφορική ανταλλαγή απόψεων, αντιλήψεων, διαθέσεων, έκθεση γεγονότων και καταστάσεων, η οποία αναπτύσσεται μεταξύ των εργαζομένων και περιεχόμενο μπορεί να έχει θέματα υπηρεσιακού ή προσωπικού χαρακτήρα, ή θέματα ειδικότερου ενδιαφέροντος”.

Σχολιασμός είναι η άτυπη προφορική ανταλλαγή απόψεων που γίνεται μεταξύ των εργαζομένων, οι οποίοι δεν έχουν ευθύνη και αρμοδιότητα γι’ αυτά που εκθέτουν, όμως τα αποτυπώνουν χωρίς αντικειμενική κρίση προσπαθώντας να επηρεάσουν συμπεριφορές και να δημιουργήσουν εντυπώσεις καθώς και να δρομολογήσουν εξελίξεις που θα εξυπηρετήσουν συγκεκριμένα συμφέροντα.

### ΦΗΜΟΛΟΓΙΑ - ΔΙΑΛΟΓΟΣ

Φημολογία είναι η άτυπη προφορική διαδικασία η οποία στηρίζεται στην διάδοση ψευδών ή διαστρεβλωμένων σκόπιμα γεγονότων από εργαζόμενους οι οποίοι υποκινούνται από ταπεινά και συμφεροντολογικά κριτήρια.

Διάλογος είναι η τυπική προφορική ανταλλαγή αντιλήψεων, γνώσεων, απόψεων μέσα από ερωτήσεις και απαντήσεις όπου πομπός - δέκτης σέβονται και ακολουθούν για να οδηγηθούν σε αξιόπιστα συμπεράσματα.

### ΣΥΣΚΕΨΗ - ΟΔΗΓΙΑ

Μια τυπική προφορική επικοινωνιακή διαδικασία της οποίας τα στελέχη προκειμένου να συντονίσουν, ελέγξουν και κατευθύνουν το έργο τους καλούν σε συγκέντρωση τους άμεσους συνεργάτες είναι η σύσκεψη.

Οδηγία, τρόπος με την οποία δίνονται πληροφορίες και επεξηγήσεις από τα στελέχη στους εργαζόμενους με σκοπό να υλοποιηθεί ο στόχος του μηνύματος.

### **ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ - ΕΝΤΟΛΗ**

Η παρατήρηση γίνεται προκειμένου να "συμμορφωθεί" ο εργαζόμενος για την λανθασμένη του ενέργεια.

Η εντολή ανήκει στη τυπική προφορική επικοινωνιακή διαδικασία και είναι ο τρόπος με τον οποίο το στέλεχος της επιχείρησης επιβάλλει να πραγματοποιηθεί η εργασία, χωρίς ο εργαζόμενος να μπορεί πολλές φορές να εκφράσει τις αντιθέσεις του.

### **ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ - ΟΜΙΛΙΑ**

Συνεδρίαση είναι η τυπική προφορική επικοινωνιακή διαδικασία όπου όλα τα συλλογικά όργανα της επιχείρησης συναντιούνται με σκοπό να αποφασίσουν για θέματα που απασχολούν την επιχείρηση.

Η ομιλία αποτελεί μια τυπική προφορική επικοινωνιακή διαδικασία όπου ο αποστολέας του μηνύματος προσπαθεί να μεταφέρει πληροφορίες ενημερωτικού, εορταστικού, ψυχαγωγικού, επιστημονικού χαρακτήρα, σε μία ομάδα ακροατών.

### **ΔΙΑΛΕΞΗ - ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ**

Με την διάλεξη ο αποστολέας του μηνύματος θέλει να παρουσιάσει σε άτομα με κοινά επιστημονικά γνωρίσματα εξειδικευμένα θέματα αμοιβαίου ενδιαφέροντος.

Σε μια παρουσίαση ο αποστολέας αναλύει λεπτομερώς ένα θέμα με πειστικό τρόπο και κατάλληλο εξοπλισμό, που ο ίδιος το έχει μελετήσει και επεξεργαστεί, σε ακροατές.

### **ΑΚΡΟΑΣΗ - ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ**

"Ακρόαση καλείται η τυπική προφορική επικοινωνιακή διαδικασία της οποίας ο ακροάζων σε ιδιαίτερη συνάντηση με τον εργαζόμενο προσπαθεί να εντοπίσει το πρόβλημα που έχει δημιουργηθεί ή το ιδιαίτερο θέμα που τον απασχολεί, προκειμένου να δώσει την κατάλληλη λύση, μετά από αντικειμενική αξιολόγηση των δεδομένων τόσο αυτών που αναφέρει ο ακροαζόμενος όσο και αυτών που το στέλεχος ήδη έχει συλλέξει ή θα συλλέξει".

Στη συνέντευξη ο συνεντευξιάζων προσπαθεί να συλλέξει μέσω σχεδιασμένων ερωτήσεων μετρήσιμα και αξιολογήσιμα στοιχεία και γενικές πληροφορίες από τον συνεντευξιαζόμενο προκειμένου να εξαγάγει χρήσιμα συμπεράσματα.

### **ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ**

Διαπραγμάτευση είναι η τυπική προφορική επικοινωνιακή διαδικασία μέσω κοινής αποδεκτής συμφωνίας και όρους, τα εμπλεκόμενα μέρη της οποία προσπαθούν να συμφωνήσουν παρόλο τα συγκρουόμενα συμφέροντά τους, να διεκδικήσει ο καθένας χωριστά για την επιχείρηση που εκπροσωπεί τα κατά το δυνατόν μεγαλύτερα οφέλη.

## Η ξύλινη γλώσσα

Ξύλινη γλώσσα ονομάζεται ένας τρόπος έκφρασης βασισμένος σε κωδικοποιημένες και τυποποιημένες εκφράσεις, κοινοτοπιών, κυρίως αναφερόμενος σχετικά με τη γλώσσα των πολιτικών. Η έκφραση «ξύλινη γλώσσα» στα ελληνικά δημιουργήθηκε στις τελευταίες δεκαετίες του δεύτερου μισού του 20ού αιώνα, ως γλωσσικό δάνειο από τη γαλλική φράση «langue de bois», φράση που χρησιμοποιείται συνήθως με αναφορές στη γλώσσα που χρησιμοποιούσαν τα κομμουνιστικά καθεστώτα αλλά και τα αντίστοιχα κόμματα στην Ευρώπη. Με τη σειρά της η γαλλική φράση «langue de bois» άρχισε να χρησιμοποιείται τη δεκαετία του 1980, με βάση αντίστοιχη πολωνική έκφραση που προϋπήρχε στη Ρωσία.

Για τη χρήση της στη Ρωσική γλώσσα, αναφέρεται ότι η επέμβαση των πολιτικών είχε σαν αποτέλεσμα την ξύλινη γλώσσα, η οποία αναφέρεται ως «φτωχή και πρωτόγονη γραφειοκρατική γλώσσα», μέρος της ρητορικής του καθεστώτος κατά τον 20ό αιώνα. Στη γαλλική γλώσσα, η έκφραση αυτή παρουσιάζεται και αναλύεται σε αρκετά λεξικά αλλά και σε πολλές εργασίες και βιβλία. Εκεί αναφέρεται ως μια γλώσσα κωδικοποιημένη, με στερεότυπα και καθορισμένες μορφές, που χρησιμοποιείται κυρίως στην πολιτική, ως μέσο άσκησης προπαγάνδας. Ο Γ. Μπαμπινιώτης, το 2000, ανέφερε ότι το γλωσσικό ύφος που χαρακτηρίζουμε ξύλινη γλώσσα ως «άκαμπτο, ξηρό, απαρέγκλιτο και υποταγμένο λόγο» και σημείωσε ότι αυτό που τη χαρακτηρίζει δεν είναι η μορφή, όπως το λεξιλόγιο και η σύνταξή της, αλλά οι προθέσεις του πολιτικού λόγου, που εκφέρεται μέσα από προδιαγεγραμμένα οχήματα. Σε ένα σύντομο ορισμό ως επίλογο στους διάφορους ορισμούς που κατέγραψε, ο Ζιλ Γκουιγιερόν (Gilles Guilleron) αναφέρει για την ξύλινη γλώσσα ότι είναι «στρατηγήματα για να πει κανείς χωρίς να πει ή, καλύτερα, να πει για να μην πει τίποτα».

Με δέκα απλές φράσεις που παρουσιάζει ο Ηλίας Αναγνωστόπουλος από την «Επιθεώρηση Πολιτικά» μπορεί κανείς επιλέγοντας στην τύχη τις φράσεις από τον παρακάτω πίνακα, από τη στήλη Α στη Β μετά στη Γ, στη Δ και ξανά στην Α, να βγάλει έναν ολόκληρο λόγο χωρίς όμως να λέει απολύτως τίποτα συγκεκριμένο. Δοκιμάστε το!

<b>A</b> Κυρίες και κύριοι	<b>B</b> η πραγμάτωση των στόχων που έχουμε θέσει	<b>Γ</b> μας επιβάλλει να αναλύσουμε πολύ προσεκτικά και συνειδητά	<b>Δ</b> τις υπάρχουσες οικονομικές συνθήκες και τα θεσμικά πλαίσια
Από την άλλη πλευρά	η έκταση και η μέθοδος διαμόρφωσης των στελεχών	παίζουν σημαντικό ρόλο για να καθορίσουμε	τους άξονες μιας μελλοντικής πορείας.
Και ταυτόχρονα	η σταθερή άνοδος στην ποιότητα και την ποσότητα των προσπαθειών μας	μας υποχρεώνει να προσδιορίσουμε και να καθορίσουμε	ένα γενικότερο σύστημα πλατιάς συμμετοχής
Δεν πρέπει όμως να μας διαφεύγει ότι	η παρούσα δομή του συστήματος αυτού	μας βοηθάει να προετοιμάσουμε και να αφομοιώσουμε	τις νέες τάσεις και κατευθύνσεις απέναντι στην πρόκληση των καιρών.
Κατά τον τρόπο αυτό	ένα νέο μοντέλο πολύπλευρης δράσης	εγγυάται την ευρύτερη δυνατή απήχηση ώστε να επεξεργαστούμε	τις νέες συνιστώσες και συντεταγμένες
Η καθημερινή πρακτική έχει αποδείξει ότι	η ανάπτυξη της ποικιλόμορφης δραστηριότητάς μας	συμβάλλει με τρόπο αποφασιστικό στο να σηματοδοτήσει	τις βάσεις μιας προοδευτικής μετεξέλιξης
Περιττεύει να υπογραμμίσω τη σημασία αυτών των στοιχείων γιατί	η αδιάκοπη προσήλωσή μας στην πρακτική της τεκμηρίωσης και ενημέρωσης	βοηθάει αποφασιστικά στην προσπάθεια να στερειώσουμε	ένα δυναμικό σύστημα αντιμετώπισης των νέων μεγάλων απαιτήσεων του καιρού μας
Η πολύμορφη και πλούσια εμπειρία αλλά και	το δυνάμωμα και η επέκταση των δομών	μας δίνουν σε μεγάλο βαθμό την ευχέρεια να εκτιμήσουμε	τις καλύτερες δυνατές συνθήκες για την επιτάχυνση του έργου μας
Η επιμέλεια της οργάνωσης και προπάντων	η πλατιά συμμετοχή των λαϊκών μαζών στις σχετικές επεξεργασίες	αποτελούν μια πολύ σημαντική βάση για	ένα καινούργιο μοντέλο ανάπτυξης
Τα ιδεολογικά κριτήρια όταν συνδυαστούν και	με το ξεκίνημα μιας αποφασιστικής καμπάνιας	εγκαινιάζουν μία διεργασία που συμβάλλει στο να τελειοποιήσουμε	τις διάφορες μορφές ενίσχυσης της επιρροής μας



## Η ΜΗ ΛΕΚΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Ο άνθρωπος χρησιμοποίησε διάφορους τρόπους και μέσα, πριν ακόμη από το λόγο και την έναρξη γλώσσα, για να κατορθώσει να επικοινωνήσει με τα άλλα μέλη της ομάδας του ή και τα μέλη άλλων ομάδων, για να κατορθώσει δηλαδή να συστήσει κάποια σχέση μεταξύ τους, να συνδεθεί με αυτούς και να αντιμετωπίσει έτσι τα διάφορα προβλήματά του. Μετά τους πρωτόγονους και ενστικτώδεις τρόπους επικοινωνίας, τις κραυγές, τους γρυλισμούς, άρχισε να χρησιμοποιεί τα πρώτα πρωτόγονα και απλά μέσα, για να κάνει πληρέστερη, ασφαλέστερη και με διάρκεια, την επικοινωνιακή του προσπάθεια. Με πέτρες και άλλα υλικά, με φωτιές, με χαράγματα και χρώματα. Και ενώ από τότε, αρχίζει μια εντυπωσιακή πορεία τεχνικής εξέλιξης στα μέσα επικοινωνίας, με τα μέσα της γραφής, την έντυπη γραφή (Τυπογραφία) και την έντυπη εικόνα, ως τη σημερινή εποχή της ηλεκτρονικής γραφής στις οθόνες των Υπολογιστών, των ηλεκτρονικών έντυπων και της ηλεκτρονικής εικόνας, δεν έπαψαν τα πρώτα εκείνα πρωτόγονα μέσα και οι ενστικτώδεις τρόποι επικοινωνίας να χρησιμοποιούνται, ούτε έχουν παραμεριστεί από την νεότερη εξελιγμένη ανθρωπότητα. Οι άνθρωποι και σήμερα κραυγάζουν από χαρά ή λύπη, επικοινωνούν με το σώμα τους, χειρονομούν, αγκαλιάζουν, επικοινωνούν και χωρίς μέσα και χωρίς λόγια...

### Γλώσσα του σώματος.

Η Επικοινωνία με το σώμα ανήκει σ' αυτούς, τους πρωτόγονους και ενστικτώδεις επικοινωνιακούς τρόπους, η οποία εξακολουθεί να λειτουργεί, να εφαρμόζεται και να ικανοποιεί βασικές ανάγκες και σκοπούς των ανθρώπων, καθώς άλλωστε, όλων σχεδόν των όντων, τα οποία για τη συντήρηση και την αναπαραγωγή τους έχουν ανάγκη να έρχονται σε επαφή με άτομα του είδους τους που έχουν διαφορετικό φύλο.

Όμως η γλώσσα του σώματος δεν περιορίζεται μόνο να λειτουργήσει στη διαδικασία της φυσιολογικής επιλογής ατόμων του άλλου φύλου. Χρησιμοποιήθηκε και χρησιμοποιείται πάντα και για διάφορους άλλους επικοινωνιακούς σκοπούς, με σκοπό την ικανοποίηση προσωπικών αναγκών αλλά και κοινωνικών θεσμών και συνηθειών. Ας δούμε μερικά παραδείγματα:

α) Από τους πρωτόγονους ως τους αναπτυγμένους και πολιτισμένους ανθρώπους της σύγχρονης κοινωνίας, τα σώματα των ανθρώπων και μόνο με την παρουσία τους στέλνουν «μηνύματα» στα άτομα του άλλου φύλου. Τα «μηνύματα αυτά απευθύνονταν και απευθύνονται στα άτομα αυτά, ώστε να τα πείσουν για μια φυσιολογική σχέση, για τη συγκρότηση του «ζευγαριού» που με τον τρόπο αυτό θα πετύχαινε τη γέννηση του νέου ανθρώπου, του παιδιού τους.

β) Η γλώσσα του σώματος, από την πρωτόγονη ακόμη εποχή, χρειάστηκε να εμπλουτιστεί και με άλλα στοιχεία και κυρίως με υλικά μέσα. Ρούχα, χρώματα, στολίδια, διακοσμητικά αντικείμενα και κοσμήματα άρχισαν να αλλάζουν την εμφάνιση του σώματος, σκεπάζοντας διάφορες περιοχές του και στολίζοντας το κεφάλι, τα χέρια, το σώμα. Στην Ινδία, ακόμη και σήμερα, οι παντρεμένες γυναίκες έχουν στο μέτωπό τους μια βούλα, με κατάλληλο χρώμα, ενώ διαφορετικά βάφονται οι μη παντρεμένες.

γ) Οι σημερινές γυναίκες δεν βάφονται για να ενισχύσουν απλώς την ενστικτώδη ανάγκη της πρόκλησης του άνδρα. Συχνά η βαφή του προσώπου τους εντάσσεται στη φροντίδα τους για μια

«καλύτερη εμφάνιση» και μια περισσότερο δυναμική παρουσία που ικανοποιεί και τη δική τους διάθεση αλλά και πείθει για τη δυναμικό- τητά και την απόδοσή στην εργασία τους.

δ) Στην κατηγορία του εμπλουτισμού της γλώσσας του σώματος, εντάσσονται και τα ρούχα, τα οποία ανάλογα με τις εποχές και τις συνήθειες (μόδες) αλλάζουν διαστάσεις, ραφές, υφάσματα, χρώματα κτλ. Συνδυάζονται μάλιστα με τα χρώματα του καλλωπισμού του προσώπου και τα ποικίλλα αρώματα, ώστε να συμπληρωθεί η «εμφάνιση και παρουσία» στη σύγχρονη κοινωνία και των γυναικών και των ανδρών. Αλλά στη γλώσσα του σώματος συμμετέχουν και άλλα στοιχεία.

### **Το βλέμμα.**

Στη «γλώσσα» του σώματος θα μπορούσαμε να πούμε πως υπάρχουν πολλές «διάλεκτοι». Όπως σε μια κοινωνία υπάρχει μια κυρίαρχη, βασική γλώσσα και διακρίνονται και άλλες διάφορες, με παραλλαγές λέξεων και εκφράσεων, έτσι και στη γλώσσα του σώματος θα μπορούσαμε να διακρίνουμε τις ιδιαίτερες «γλώσσες» του βλέμματος και των χειρών.

Τα μάτια βέβαια δε μιλάνε με τις λέξεις και τους ήχους του στόματος. Μιλάνε όμως με την έκφρασή τους, με το κοίταγμά τους, με το βλέμμα τους. Τα μάτια μιλάνε, αφού η κάθε «ματιά» τους μπορεί να στείλει διάφορα «μηνύματα» και μάλιστα με σαφήνεια και δύναμη, με ποικίλλα περιεχόμενα, με διάφορες προτάσεις, με διάφορες προσκλήσεις και προκλήσεις... Το βλέμμα λοιπόν, η ματιά, το κοίταγμα, δεν είναι μόνο ο τρόπος οπτικής αντίληψης που κυριαρχεί στην ανθρώπινη ζωή αλλά και ένας ιδιαίτερος τρόπος επικοινωνίας, αφού με το βλέμμα κάθε άνθρωπος, όπως και πολλά ζώα, μπορεί να στέλνει μηνύματα, να επικοινωνεί με τους άλλους ανθρώπους, και με πολλά ζώα, και να τους απευθύνει συγκεκριμένες προτάσεις, προσκλήσεις κτ. Έτσι, το βλέμμα συμμετέχει στην καθημερινή ανθρώπινη δραστηριότητα με ένα ιδιαίτερο σημαντικό ρόλο, αφού από τα αποτελέσματα της επικοινωνιακής του δράσης, εξαρτάται η επιτυχία των σκοπών του ανθρώπου, η ίδια η ζωή του.

Γνωρίζουμε πολύ καλά από την καθημερινή μας ζωή, πόσο σημαντικό είναι το βλέμμα που δεχόμαστε από τον συνομιλητή μας, κάθε φορά που χρειάζεται να σταθούμε «πρόσωπο με πρόσωπο», για να του μιλήσουμε, για να τον αντιμετωπίσουμε, να τον πείσουμε, να τον αποτρέψουμε κλπ. Έτσι, είναι διαφορετική η Επικοινωνία μας αυτή, όταν ο συνομιλητής μας: α) Μας βλέπει ή δεν μας βλέπει, β) Μας βλέπει συνέχεια ή βλέπει και αλλού, γ) Μας βλέπει αντιδρώντας με κάποιο τρόπο, με μορφασμούς, κινήσεις, χειρονομίες, δ) Μας βλέπει ψυχρά, χωρίς να αντιδρά, ε) Μας βλέπει συγκατανεύοντας, δηλαδή συμφωνώντας από την πρώτη μας φράση.

Σε κάθε μια από αυτές τις περιπτώσεις επηρεάζεται και η δική μας συμπεριφορά ανάλογα και το αποτέλεσμα της Επικοινωνίας μας γίνεται αβέβαιο ή απροσδόκητο. Ας δούμε όμως μερικές συγκεκριμένες περιπτώσεις στις οποίες ένα βλέμμα «μιλάει, και με τη δική του «γλώσσα», στέλνει «μηνύματα» διαφορετικά κάθε φορά, αλλά σαφή, πλήρη, κατανοητά.

α) Το βλέμμα που μιλάει για τη χαρά, είναι το ευτυχισμένο, χαρούμενο βλέμμα, β) Το βλέμμα που μιλάει για την αγάπη και τον έρωτα, είναι το βλέμμα του αγαπημένου και του ερωτευμένου.

γ) Το βλέμμα που μιλάει για τον πόνο, είναι το πονεμένο βλέμμα κτλ.

Υπάρχουν βέβαια και τα βλέμματα που δε λένε τίποτα. Τα αδιάφορα, τα απλανή, τα αφηρημένα... Αλλά τότε σημαίνει ότι ο άνθρωπος που βρίσκεται πίσω από αυτά δεν θέλει να ιδεί, και δεν θέλει να επικοινωνήσει...

### **Οι χειρονομίες.**

Η γλώσσα του σώματος είναι μια γλώσσα πανανθρώπινη. Όσο κι αν κάποιες κινήσεις ή χειρονομίες κατανοούνται και ερμηνεύονται με άλλη σημασία σε διάφορες χώρες, όπως π.χ. η «ανοιχτή παλάμη» (μούντζα), η υπόκλιση κτλ. γενικά όμως η γλώσσα του σώματος γίνεται κατανοητή από τους ανθρώπους διαφορετικών χωρών, φυλών, θρησκειών, πολιτισμών...

Είναι χαρακτηριστική η εξέλιξη της χειρονομίας, δηλαδή η κίνηση του χεριού, για να μεταδώσει ένα μήνυμα. Η προβολή του δείκτη προς μία διεύθυνση σημαίνει υπόδειξη της διεύθυνσης, ώστε να κινηθεί ο θεατής προς αυτήν ή απλά να κοιτάξει προς αυτήν. Η υπόδειξη αυτή από τον τροχονόμο γίνεται με προτεταμένο ολόκληρο το χέρι και σημαίνει «υποχρεωτική κίνηση προς τη διεύθυνση αυτή». Είναι δηλαδή ένα μήνυμα που απαιτεί υποχρεωτική ενέργεια από τον θεατή-οδηγό ή πεζό. Αλλά με τις χειρονομίες έχουν δημιουργηθεί και ολόκληρες γλώσσες, όπως π.χ. η «γλώσσα των κωφαλάλων», με την οποία επικοινωνούν οι συνάνθρωποί μας με προβλήματα ακοής. Γλώσσα με χειρονομίες είναι και αυτή που χρησιμοποιούν διάφορες ομάδες ατόμων, με σκοπό να επικοινωνήσουν μεταξύ τους, χωρίς να μπορούν άλλοι θεατές να αντιληφθούν το περιεχόμενο μήνυμα αυτών των χειρονομιών. Τέτοιες συνεννοήσεις γίνονται π.χ. μεταξύ συνωμοτών, κατασκόπων, επαναστατών αλλά και ανάμεσα σε μέλη διάφορων συμμοριών.

### **Στάση του σώματος.**

Αλλά κι ολόκληρο το σώμα, ως σύνολο, μπορεί να εκφράσει διάφορα μηνύματα. Ένα σώμα άκαμπτο και ακίνητο σημαίνει συνήθως αδιαφορία, απομάκρυνση, έλλειψη ενδιαφέροντος, όπως π.χ. ένα άτομο ακίνητο μέσα στην υπερδραστήρια ομάδα. Μπορεί όμως να σημαίνει και «ένταση προσοχής», δηλαδή την ιδιαίτερη πνευματική κατάσταση ενός ατόμου έτοιμου να αποδεχτεί τα μηνύματα που απευθύνονται σε αυτόν ή σε κάποιο στοιχείο που του προκάλεσε την προσοχή. Τέτοια είναι και η στάση της «προσοχής» στις ομάδες των παρατασσόμενων μαθητών, των γυμναζόμενων, των στρατιωτών κτλ.

Αλλά και η στάση του σώματος στη διάρκεια μιας επικοινωνιακής διαδικασίας μπορεί να σημαίνει ιδιαίτερα «μηνύματα». Η κλίση του σώματος προς το συνομιλητή, σημαίνει ενδιαφέρον και ένταση προσοχής, ενώ η κλίση του σώματος προς τα πίσω, δείχνει απομάκρυνση, έλλειψη ενδιαφέροντος και προσοχής, ακόμη και φόβο ή αποστροφή. Όμως, ας τονίσουμε εδώ ιδιαίτερα, την υπέροχη εξέλιξη των εκφραστικών κινήσεων του σώματος, του >ν χειρονομιών και των στάσεων του σώματος στο χορό. Και στους λαϊκούς-τοπικούς χορούς και στον κλασικό χορό, η επικοινωνιακή δυνατότητα των κινήσεων του σώματος, του σώματος που χορεύει, επιτρέπει την έκφραση μιας ατελείωτης σειράς «μηνυμάτων», με ποικίλο περιεχόμενο, με την έκφραση διαθέσεων, ιδεών, προτάσεων κτλ. Ας θυμηθούμε τους «ηρωικούς» χορούς της Κρήτης, της Στερεάς Ελλάδας και του Πόντου, τους «χαρούμενους» της Ιωνίας και των νησιών του Αιγαίου, τους «νοσταλγικούς» Ηπειρώτικους κτλ. Αλλά και τους κλασικούς χορούς, με τα περίφημα χοροδράματα της «Λίμνης των Κύκνων», του «Ρωμαίου και της Ιουλιέτας» κτλ. τα γεμάτα ευαισθησία, τρυφερότητα, ομορφιά και νεανική φλόγα.

### Συμβολικός χειρισμός του χώρου.

Στην επιτυχία της Επικοινωνίας συμμετέχει και ο χώρος. Η επιλογή του χώρου όπου θα πραγματοποιηθεί, αποτελεί μια από τις προϋποθέσεις τις οποίες οφείλει να λάβει υπόψη του ο αποστολέας-πομπός, ώστε ανάλογα να πράξει για να εξασφαλίσει τα αποτελέσματα που επιθυμεί, να επιτύχει το στόχο που έχει υπολογίσει να επιτύχει. Αλλά ο χώρος, πέρα από τον επηρεασμό του μηνύματος, μπορεί να επηρεάσει και ολόκληρη την επικοινωνιακή διαδικασία, αφού μπορεί να προσθέσει ή να αφαιρέσει στο κύριο μήνυμα και το δικό του ιδιαίτερο μήνυμα με την επιλογή των διαστάσεων και της ταυτότητάς του. Ουσιαστικά πρόκειται για μια μετατροπή του χώρου σε «σύμβολο» ή «συντελεστή επικοινωνίας», ο οποίος μπορεί να εκφράζει με τα χαρακτηριστικά του διάφορα μηνύματα και σημασίες.

Ο χώρος έχει τη δική του ταυτότητα. Στο ύπαιθρο, ο φυσικός χώρος διακρίνεται από τη θέση του. Παράλιος, μεσογειακός, ορεινός, πεδινός, κτλ. Ο δομημένος χώρος αποκτά την ταυτότητα με την οποία χτίστηκε ή την ταυτότητα που του δίνει η τελευταία χρήση του. Π.χ. μια εκκλησία, ένα σχολείο, ένα εργαστήριο, που λειτουργούν όπως χτίστηκαν αλλά και ένα πολιτιστικό κέντρο στο χώρο ενός εργοστασίου, όπως π.χ. το Πολιτιστικό Κέντρο στο παλιό εργοστάσιο του Φωταερίου, στην Αθήνα, και ο «Μύλος», ο Χώρος Ψυχαγωγίας στη θέση του παλιού αλευρόμυλου στη Θεσσαλονίκη.

Κάθε επικοινωνιακή δραστηριότητα επηρεάζεται λυιπόν, άλλοτε λίγο και άλλοτε περισσότερο, από τον χώρο στον οποίο πραγματοποιείται αφού η ταυτότητα του χώρου και η σημασία του προστίθενται στο μήνυμα της Επικοινωνίας αυτής. Π.χ.

α) Σε μια εκκλησία, η οποιαδήποτε επικοινωνία των πιστών γίνεται χαμηλόφωνα, σχεδόν στο αυτί και ενώ η ψυχολογική κατάσταση των επικοινωνούντων είναι επηρεασμένη από τα στοιχεία του χώρου, τις κατασκευές, τις εικόνες, τα θυμιάματα, τις ψαλμωδίες κτλ. Η Επικοινωνία στην εκκλησία γίνεται με διαμορφωμένη σε κάποιο βαθμό ψυχολογική κατάσταση.

β) Σε ένα κέντρο διασκέδασης, οι επικοινωνούντες, δέχονται την επίδραση του χώρου, με τα φώτα, τις κατασκευές, τα χρώματα, τις μουσικές και με διαμορφωμένη από τα στοιχεία αυτά ψυχολογική διάθεση μπορούν ή δεν μπορούν να επικοινωνήσουν.

γ) Στην παραλία, με τη θάλασσα να περιμένει, με τον ήλιο να καίει, με την άμμο να ζεματάει, με το αναψυκτικό να περιμένει, η Επικοινωνία δεν μπορεί παρά να επηρεάζεται ανάλογα. Με τους έντονους ερεθισμούς του περιβάλλοντος, το οποιοδήποτε μήνυμα κινδυνεύει να μη γίνει καθόλου αντιληπτό ή απορρίπτεται από τον αποδέκτη, αφού δεν μπορεί καν να το προσέξει.

Ενδεικτικός όμως είναι ο χειρισμός του χώρου, στις κοινωνικές και τις ιεραρχικές επικοινωνιακές διαδικασίες, αφού με αυτόν επιδιώκεται κάθε φορά ένας ιδιαίτερος συμβολισμός, όπως με τις θέσεις των ιερών στην εκκλησία, τη σκηνή των ηθοποιών στο θέατρο, τις εξέδρες των επισήμων στις παρελάσεις, τις θέσεις των ομιλητών στις συγκεντρώσεις κτλ.



*Παρατηρήστε αυτή την εικόνα που δείχνει τα ταμεία μιας τράπεζας*

*Συγκρίνετε τη με την εικόνα μιας παλαιότερης εποχής από τράπεζα*

### Απόχρωση της φωνής.

Συντελεστής της επιτυχίας στην επικοινωνιακή διαδικασία, όταν αυτή γίνεται με λόγο προφορικό, είτε πραγματοποιείται «πρόσωπο με πρόσωπο», είτε μεταδίδεται με μηχανικό μέσο (μεγάφωνο, ραδιόφωνο, τηλεόραση κλπ.), είναι και η απόχρωση της φωνής με την οποία εκφωνείται ο λόγος αυτός. Η απόχρωση της φωνής μπορεί να επηρεάσει τη δύναμη του μηνύματος που περιέχει ο λόγος αυτός, αφού μπορεί να του προσδώσει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τα οποία προστίθενται στα χαρακτηριστικά του μηνύματος και το διαφοροποιούν ανάλογα. Έτσι, ένα απλό κείμενο που αφορά σε μια δραστηριότητα συνηθισμένη, μπορεί να εκφωνηθεί με τόνο θριαμβικό και να αφήσει την εντύπωση ενός σπουδαίου μηνύματος για μια σπουδαία δραστηριότητα. Ή αντίθετα, ένα σημαντικό μήνυμα, όταν εκφωνείται με τόνο φωνής χαμηλό και ουδέτερο, μειώνει κατά κανόνα την εντύπωση την οποία δέχεται ο ακροατής, μειώνει το ενδιαφέρον και την προσοχή του και έτσι το αρχικό μήνυμα κινδυνεύει να μη γίνει αντιληπτό ή να γίνει αντιληπτό με μειωμένο περιεχόμενο. Χαρακτηριστικά είναι τα παραδείγματα του δελτίου ειδήσεων των διαφόρων τηλεοπτικών καναλιών αλλά και των ραδιοφωνικών σταθμών, στα οποία η κατά κανόνα υψηλή ένταση της φωνής και η προσπάθεια εντυπωσιασμού με την επιλογή της κατάλληλης απόχρωσης, επιδιώκουν την πρόκληση της προσοχής των ακροατών-θεατών ακόμη και στα πιο ασήμαντα γεγονότα, ώστε να διατηρήσουν και με τον τρόπο αυτό την ακροαματικότητα τους.

Η απόχρωση της φωνής παίζει σημαντικό ρόλο και στις απλές καθημερινές επικοινωνιακές δραστηριότητες και στην αντίληψη του όποιου μηνύματος και της σημασίας του. Μια σημαντική φράση, όταν λέγεται χαμηλόφωνα, κινδυνεύει να μην ακουστεί, να μη γίνει αντιληπτή, αφού η χαμηλόφωνη και ήπια εκφώνησή της, μειώνει την προσοχή του ακροατή και κάνει αμφίβολη την αντίληψη και της φράσης και του περιεχομένου της. Όμως και η αντίθετη περίπτωση, δηλαδή η υψηλόφωνη και έντονη εκφώνηση, ενώ κατά κανόνα προκαλεί την αύξηση της προσοχής του ακροατή και συνεπώς εξασφαλίζει την αντίληψη του μηνύματος, μπορεί να κουράσει, όταν είναι συνεχής και επίμονη. Τότε μειώνει την προσοχή του άρα και την αντιληπτική του ικανότητα. Π.χ. ένας λόγος που εκφωνείται δυνατά, έντονα, θριαμβικά, είναι συνήθως ένας λόγος που σύντομα

κουράζει τους ακροατές του, μειώνει την προσοχή τους και κάνει αμφίβολη την αντίληψη και την κατανόησή του.

### Προσωπική παρουσίαση.

Ακόμη ένας συντελεστής στην επιτυχία της επικοινωνιακής διαδικασίας είναι η προσωπική παρουσίαση. «Το πρόσωπο είναι σπαθί», λέει η λαϊκή παροιμία, και σημαίνει ότι ένα οποιοδήποτε μήνυμα που παρουσιάζεται αυτοπροσώπως είναι δυνατό, «σαν το σπαθί»... Αλλά η προσωπική Επικοινωνία, για να είναι πραγματικά δυνατή και αποτελεσματική, εκτός από τα κύρια στοιχεία που χρειάζεται να εξασφαλίσει και που αναλύσαμε στα προηγούμενα κεφάλαια, χρειάζεται να συμπληρώνεται και από την ποιότητα της παρουσίας αυτής. Ένα καθαρό, φροντισμένο και χαμογελαστό άτομο, ντυμένο με ρούχα καθαρά και κομψά, με εμφάνιση ευχάριστη, προδιαθέτει θετικά και μπορεί να μεταδώσει ένα μήνυμα με μεγαλύτερη πιθανότητα επιτυχίας και αποτελεσματικότητας. Αντίθετα ένα οποιοδήποτε μήνυμα, ανεξάρτητα από το περιεχόμενο και τη σημασία του, κινδυνεύει να μη γίνει αντιληπτό, αν αυτός που το μεταφέρει ή το εκφωνεί, έχει μια αρνητική παρουσία, δηλαδή είναι βρώμικος, αφρόντιστος, με ρούχα σκισμένα, με εμφάνιση που προδιαθέτει αρνητικά, που μειώνει το ενδιαφέρον του ακροατή-συνομιλητή, μειώνει την προσοχή του και κάνει αμφίβολη την αντίληψη του μηνύματος και του περιεχομένου του.

Ανάλογη είναι και η σημασία της στολής, που χρησιμοποιείται και στη δική μας κοινωνία, όπως και σε όλες τις σύγχρονες κοινωνίες και που χρησιμοποιήθηκε σχεδόν από την αρχή της συγκρότησης των προηγμένων κοινωνιών και των κρατών. Η στολή, η ειδική ενδυμασία με το καθορισμένο σχέδιο, ύφασμα, χρώμα κτλ. και με ορισμένα διακριτικά σύμβολα, είναι αυτή που φορούν υποχρεωτικά όσοι ανήκουν σε μια υπηρεσία, οργανισμό, ή ειδική ομάδα, για να κάνουν αποτελεσματικότερη την άσκηση της υπηρεσίας και του έργου τους. Ταυτόχρονα, να μεταδώσουν έτσι και το «μήνυμα» της εξουσίας που διαθέτουν και στο όνομα της οποίας ενεργούν. Οι στρατιωτικοί, οι γιατροί, οι νοσοκόμοι, οι ιερείς, οι αστυνομικοί κτλ. Αν ένας τροχονόμος εμφανιστεί στο σταυροδρόμι χωρίς τη στολή του, είναι αμφίβολο αν οι οδηγοί θα του δώσουν σημασία... Θα τον αγνοήσουν ή θα τον θεωρήσουν άρρωστο... Με τη στολή του τροχονόμου καθένας γίνεται σεβαστός, από το σύνολο των οδηγών και των πεζών...



## Η ΓΡΑΠΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

### Εισαγωγή

*"Με τον όρο γραπτό λόγο εννοούμε τη μορφή της επικοινωνίας, η οποία διεξάγεται μέσα από γραπτά κείμενα. Η μορφή αυτή της επικοινωνίας, αποτελεί την κυριότερη μορφή επικοινωνίας, λόγω της φύσεως της γραφειοκρατικής οργανώσεως της οποίας κύριο χαρακτηριστικό είναι η τήρηση γραπτών κειμένων, τα οποία αποτελούν και την μνήμη των οργανισμών".*

Η πιο χαρακτηριστική μορφή του έγγραφου λόγου είναι τα έγγραφα που ανταλλάσσονται καθημερινά μεταξύ των διαφόρων οργανισμών και έχουν την μορφή των επιστολών. Ο γραπτός λόγος αποτελεί ένα τυπικό επικοινωνιακό κρίκο μέσου του οποίου ειδικά για τις σχέσεις της επιχείρησης με το εξωτερικό περιβάλλον, διευκολύνονται διαδικασίες, ενδυναμώνονται δεσμοί, διατυπώνονται και αποτυπώνονται θέσεις που καθιερώνουν την παρουσία της επιχείρησης στο επιχειρηματικό παιχνίδι της αγοράς. Ταυτόχρονα αποτελεί τυπικό εργαλείο αποτύπωσης της θέλησης της επιχείρησης και των στόχων που βάζει, για να εξυπνήσει το λόγο δημιουργίας και επιτυχή εξέλιξη της.

Είναι επίσης συνδεδεμένη με την επιχείρηση και παρά την πίεση της αγοράς και της επιχειρηματικής δραστηριότητας για υπερίσχυση του προφορικού λόγου, η αξία του γραπτού παραμένει αναλλοίωτα ισχυρή

### Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Γραπτού Λόγου

ΓΡΑΠΤΟΣ ΛΟΓΟΣ	
ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
Είναι χρονοβόρος και κοστίζει	Αποτελεσματικότερος για γεγονότα και γνώμες
Αναπληροφόρηση ή δεν υπάρχει ή καθυστερεί	Αποτελεσματικότερη για δύσκολα ή περίπλοκα μηνύματα
Στερείται μη λεκτικών μηνυμάτων, τα οποία βοηθούν την αλληλεπίδραση	Μπορεί να ξαναελεγχθεί
Μερικά άτομα δεν διαβάζουν ή δεν τους αρέσει το διάβασμα	Μπορεί να γραφτεί και να διαβαστεί από τα άτομα όταν έχουν «καλή διάθεση»

<b>Ουδέποτε μπορούμε να είμαστε σίγουροι ότι το μήνυμα έχει διαβαστεί</b>	Χρήσιμος, όταν τα γραπτά στοιχεία θα πρέπει να αρχειοθετηθούν
<b>Στερείται συναισθηματικότητας και ζεστασιάς</b>	Τα λάθη μπορούν να διορθωθούν, προτού μεταβιβαστεί το μήνυμα

### Μέσα Γραπτής Επικοινωνίας

Τα μέσα της γραπτής επικοινωνίας διακρίνονται σε τρεις ειδικότερες κατηγορίες:

- Τα κείμενα τα οποία απευθύνονται γενικά σε πρόσωπα.
- Τα κείμενα τα οποία αναφέρονται στο νομικό πλαίσιο μέσα στο οποίο κινείται η επιχείρηση, και
- Τα κείμενα τα οποία αφορούν γενικά την οργάνωση και λειτουργία της επιχείρησης.

#### **Στη πρώτη κατηγορία ανήκουν:**

- α) Οι επιστολές
- β) Τα υπομνήματα και
- γ) Οι αναφορές και εκθέσεις.

#### **Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν:**

- α) Οι πάσης φύσεως προτάσεις
- β) Οι συμφωνίες(συμβάσεις) και
- γ) Η έκδοση εντολών.

#### **Στη τρίτη κατηγορία ανήκουν:**

- α) Τα διάφορα εγχειρίδια (κανονισμοί)
- β) Τα έντυπα και
- γ) Οι οδηγίες

### Επιστολές

#### **Έννοια και Ορισμός**

*Οι επιστολές είναι το γραπτό κείμενο το οποίο:*

- α) Απευθύνεται σε πρόσωπα
- β) Καλύπτει ένα μεγάλο φάσμα επιδιώξεων και
- γ) Μπορεί να χρησιμοποιηθεί τόσο στις σχέσεις μέσα στον οργανισμό όσο και για τις σχέσεις εκτός του οργανισμού.

*Τα βασικά χαρακτηριστικά της επιστολής είναι:*

- Ο προσωπικός χαρακτήρας
- Η ικανότητα μπορεί να καλύπτει ένα μεγάλο πλαίσιο σκοπών και
- Η δυνατότητα να χρησιμοποιείται αυτή για τις σχέσεις μέσα και έξω από τον οργανισμό.

## Ποιοτικά κριτήρια της επιστολής

### Επιστολές με μη τυποποιημένα μέρη

Βασικό μειονέκτημα των επιστολών αυτών είναι ότι προϋποθέτουν έμπειρο προσωπικό για την σύνταξη τους και δημιουργούν υψηλό κόστος συντάξεως αλλά και γιατί χρειάζονται περισσότερο χρόνο για το σχεδιασμό τη σύνταξη τη δακτυλογράφηση τη διεκπεραίωση κλπ.

### Επιστολές με τυποποιημένα μέρη

Το είδος αυτό των επιστολών έχει ένα μέρος του κειμένου του τυποποιημένο, επειδή μπορεί και καλύπτει ένα μεγάλο κύκλο περιπτώσεων συμπληρώνεται δε το τμήμα αυτό με το υπόλοιπο μέρος της επιστολής που είναι ελεύθερης περιγραφής και επιδιώκεται μ' αυτό να προσαρμοστεί η επιστολή στην ειδική περίπτωση που αναφέρεται

Οι επιστολές του είδους αυτού χρειάζονται λιγότερο χρόνο σύνταξης δακτυλογράφησης κλπ. με αποτέλεσμα να περιορίσουν το κατά μονάδα κόστος των σε σχέση με τις επιστολές με ελεύθερη περιγραφή.

Το πιθανότερο μειονέκτημα του είδους αυτού των επιστολών είναι τα τυποποιημένα μέρη να μην καλύπτουν ακριβώς τις ειδικές περιπτώσεις στις οποίες αναφέρεται η επιστολή.

Άλλο μειονέκτημα πιθανόν να είναι τα τυποποιημένα μέρη να μην έχουν συνταχθεί με προσοχή από έμπειρο και ικανό υπάλληλο με αποτέλεσμα να προκαλούν σύγχυση ως προς το ακριβές νόημα του περιεχομένου στον αποδέκτη.

### Πλήρως τυποποιημένες επιστολές.

Οι επιστολές αυτές χρησιμοποιούνται για την αντιμετώπιση ορισμένων γενικότερου ενδιαφέροντος περιπτώσεων. Παίρνουν τη μορφή έντυπου προσχεδιασμένου κατά τέτοιο τρόπο ώστε να μπορούν ν' αντιμετωπισθούν περιπτώσεις με το αυτό αντικείμενο που επαναλαμβάνεται συχνά.

Οι τυποποιημένες επιστολές προσφέρονται συνήθως σε περιπτώσεις παροχής πληροφοριών αποστολής υπομνημάτων για εξόφληση ληξιπρόθεσμων λογαριασμών κλπ.

Ο τύπος αυτός των επιστολών έχει το βασικό πλεονέκτημα ότι εξασφαλίζει ταχύτητα στη σύνταξη και διεκπεραίωση και οικονομία στην αναπαραγωγή, και διανομή εφ' όσον βέβαια είναι σωστά σχεδιασμένος. Το μειονέκτημα των επιστολών αυτών είναι ότι εξαφανίζεται ο προσωπικός χαρακτήρας των και αν δεν έχουν σχεδιασθεί και σωστά προκαλούνται δυσκολίες στην επικοινωνία.



### Εγκύκλιοι

Τέλος ένα ιδιαίτερο είδος επιστολής είναι οι εγκύκλιοι που απευθύνονται σ' ένα μεγάλο αριθμό αποδεκτών για ένα κοινό θέμα, είτε μέσα στην επιχείρηση είτε έξω απ' αυτή. Οι εγκύκλιοι είναι στη βάση τους τυποποιημένες επιστολές που σκοπό έχουν στη κάλυψη ενός ή περισσότερων θεμάτων που αφορούν ένα μεγάλο αριθμό προσώπων. Ο σχεδιασμός μιας εγκυκλίου είναι δύσκολος και πρέπει να μην γίνεται συχνή χρήση αυτών.

Τα μειονεκτήματα που παρουσιάζει είναι ότι:

Εξαφανίζεται ο προσωπικός χαρακτήρας εφ' όσον σε αυτή υποβάλλονται τα άτομα σε ενιαία και ομοιόμορφη μεταχείριση.

Ακόμη είναι δύσκολο να έχεις πλήρη ανταπόκριση από το σύνολο των ληπτών της εγκυκλίου. Είτε λόγω διαφοράς μορφωτικού επιπέδου, είτε λόγω διαφοράς ενδιαφέροντος. Γενικά χρειάζεται μεγάλη και σοβαρή μελέτη στο σχεδιασμό του κειμένου μιας εγκυκλίου για να μπορούμε να περιμένουμε το επιθυμητό απ' αυτή αποτέλεσμα. Στην αντίθετη περίπτωση είναι πιθανόν να έχουμε διαφορετικές ή και αντίθετες αντιδράσεις απ' τους αποδέκτες των εγκυκλίων ή και να συναντήσει την αδιαφορία τους θέματα που μπορούν να προκαλέσουν την αποστολή μιας εγκυκλίου είναι π. χ. ανακοινώσεις για την ίδρυση εμπορικού οίκου τουριστικής επιχείρησης

### ΕΙΔΗ ΕΠΙΣΤΟΛΩΝ

#### Ευχάριστου περιεχομένου

Οι περισσότερες από τις επιστολές αυτές σημαίνουν συγκατάθεση, π.χ. ευνοϊκές απαντήσεις, εγκρίσεις πιστώσεων προσαρμογές σύμφωνα με τις απαιτήσεις του αποδέκτη, κλπ. Επειδή στις περιπτώσεις ικανοποιούμε απαιτήσεις του αποδέκτη, είναι φυσικό η πρώτη πρόταση να αναφέρεται στην κύρια ιδέα της επιστολής που είναι η αποδοχή της πρότασης ή η διατύπωση γενικότερα της ευχάριστης είδησης, γιατί είναι εκείνο που θέλει να πληροφορηθεί περισσότερο ο αποδέκτης. Κατόπιν δίνονται οι πληροφορίες που χρειάζονται με τη σειρά.

Αυτές οι επιστολές κλείνουν με μια μικρή πρόταση που υπενθυμίζει τα οφέλη που προκύπτουν απ' τα ευχάριστα νέα.

#### Δυσάρεστου περιεχομένου

Πρόκειται για επιστολές που είμαστε υποχρεωμένοι να πούμε συνήθως στον αποδέκτη «όχι» ή «ναι μεν αλλά», γι' αυτό χρειάζεται περισσότερη προσοχή και σκέψη στη διατύπωση. Υπάρχει ο κίνδυνος να διαταραχθούν από την απάντηση οι σχέσεις της επιχείρησης με τον πελάτη και αυτό το στοιχείο πρέπει να το λάβουμε υπ' όψη μας. Στην αρχή πρέπει να ξέρουμε ότι όταν αρνιόμαστε κάτι σε κάποιον, αυτό νομίζει ότι έχει κάθε λόγο να αισθάνεται απογοήτευση εκτός αν ικανοποιηθεί απ' την εξήγηση των λόγων που προκάλεσαν την άρνηση.

Κλείνουμε την επιστολή με ορισμένα ευνοϊκά για τον αποδέκτη στοιχεία που θα δείχνουν την πρόθεση και επιθυμία μας να διατηρήσουμε τον αποδέκτη φίλο και πελάτη. Αν είναι δυνατό, αποφεύγουμε τη ρητή άρνηση και αφήνουμε αυτό να φανεί από το γενικό περιεχόμενο της επιστολής.

### **Επιστολές που προσπαθούν να πείσουν τον αποδέκτη**

Τρίτη κατηγορία επιστολών είναι εκείνες με τις οποίες προσπαθούμε να πετύχουμε το επιθυμητό αποτέλεσμα με την ανάπτυξη των ωφελειών που θα προκύψουν για τον αποδέκτη. Αρχίζουμε συνήθως το κείμενο της επιστολής με κάτι για το οποίο είμαστε βέβαιοι ότι ο αποδέκτης θέλει ή έχει ανάγκη και είναι προς το συμφέρον του να το μάθει. Αναπτύσσοντας λοιπόν τα οφέλη που θα έχει από την αποδοχή της πρότασης, προσπαθούμε συνέχεια να εντοπίσουμε τις πιθανές αντιδράσεις του αποδέκτη και να τις εξουδετερώσουμε με λογικά επιχειρήματα.

Το κύριο πρόβλημα στις επιστολές αυτού του είδους είναι η προσαρμογή του περιεχομένου στα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα, τον τρόπο σκέψης και τη νοοτροπία του κάθε αποδέκτη. Γι' αυτό και είναι δύσκολη η χρησιμοποίηση τυποποιημένων ή μερικώς τυποποιημένων επιστολών.

### **Επιστολές εισπράξεων**

Αποτελούν αναγκαίο κακό, εφ' όσον δεν μπορούμε να κάνουμε όλες τις πωλήσεις τους μετρητοίς. Κατ' αρχήν στις επιστολές αυτού του είδους, δεν πρέπει κανείς να παίρνει απολογητικό ύφος. Εκείνο που προσπαθούμε να συνδυάσουμε είναι η έγκαιρη είσπραξη αυτών που μας χρωστούν και να διατηρήσουμε τις ευνοϊκές διαθέσεις του πελάτη προς της επιχείρηση. Ποιος από τους δύο αυτούς παράγοντες είναι ο πιο σημαντικός, εξαρτάται από την κάθε περίπτωση. Γι' αυτό κάθε πελάτης χρειάζεται ειδική προσωπική μεταχείριση.

Στις περιπτώσεις αυτές χρησιμοποιούμε μια σειρά υπομνήσεων που πρέπει να διακρίνονται:

- Για την καταλληλότητα του χρόνου που γίνονται.
- Για την περιοδικότητά τους
- Για την σταδιακή αύξηση της πίεσης

Για την κατάλληλη προσαρμογή και την ελαστικότητα στην περίπτωση που αναφέρονται.

Τα συνηθισμένα στάδια εισπράξεων των οφειλών είναι:

**Ειδοποίηση.** Λίγες μέρες πριν από την προθεσμία εξόφλησης της οφειλής. Στο στάδιο αυτό, αποφεύγουμε τη χρήση προσωπικής φύσεως επιστολών που μπορούν να θίξουν τον πελάτη. Το πιο συνηθισμένο μέσο είναι η αποστολή ενός πίνακα που περιέχει τις οφειλές και το χρόνο λήξης της προθεσμίας.

**Υπόμνηση.** Εφ' όσον η ειδοποίηση δεν προκάλεσε κανένα αποτέλεσμα συνήθως δεχόμαστε ότι ο πελάτης πιθανόν να ξέχασε την οφειλή του. Η υπόμνηση έχει κατά κανόνα τυποποιημένη μορφή, μπορεί δε να έχει μία από τις παρακάτω μορφές:

**Ακριβές αντίγραφο** της αρχικής ειδοποίησης που σφραγίζουμε με την ένδειξη «Δεύτερη ειδοποίηση» ή με στερεότυπες φράσεις, όπως π.χ. «Μην καθυστερείτε περισσότερο», κλπ.

- **Σύντομη επιστολή**
- **Υπόμνηση με την ευκαιρία επικοινωνίας για άλλο θέμα**

**Εξέταση των λόγων που προκάλεσαν την καθυστέρηση**, εφ' όσον ιδίως πρόκειται για

πελάτη που συνδεόμαστε και με μακροχρόνια και καλή συνεργασία.

- **Έκκληση** που πρέπει να

**α)** έχει προσωπικό χαρακτήρα

**β)** περιορίζεται σε ένα ή το πολύ δύο σημεία

**γ)** τονίζει τις ωφέλειες του πελάτη από την τακτοποίηση της θέσης του

**δ)** προσπαθεί να διατηρήσει όσο μπορεί τις καλές διαθέσεις, απέναντι του οφειλέτη.

- **Αυστηρή προειδοποίηση και καθορισμός τελευταίας προθεσμίας.**

Αν και στην περίπτωση αυτή η επιστολή μας δε βρει ανταπόκριση, τότε κάνουμε χρήση δικαστικών μέσων εξαναγκασμού του οφειλέτη για την εξόφληση του λογαριασμού του.

### **Επιστολές παραπόνων**

Πρόκειται για τις επιστολές με δυσάρεστα για τον αποδέκτη του περιεχόμενα. Γι' αυτό όταν εμείς στέλνουμε τέτοιες επιστολές πρέπει να τηρούμε την τακτική που πρέπει, για ανάλογες περιπτώσεις, όταν αντίθετα δεχόμαστε τέτοιου είδους επιστολές είναι μια ευκαιρία για να επιδείξουμε καλή θέληση από μέρους μας.

Και αν μεν τα παράπονα είναι αβάσιμα, προσπαθούμε με τρόπο λεπτό, χωρίς να θίγουμε τον παραπονούμενο πελάτη μας να αποδείξουμε το αβάσιμο των παραπόνων του, αν δε πρόκειται για βάσιμα παράπονα, η αναγνώρισή τους και η προσπάθεια επανόρθωσης του σφάλματος ή της παράλειψης αποτελεί και μια ευκαιρία για επίδειξη προθυμίας, εξυπηρέτησης, καλής θέλησης και επιθυμίας για βελτίωση.

Η έκφραση ευχαριστιών στον πελάτη για την επισήμανση μιας ατέλειας ή παράλειψης μπορεί να καταχωρηθεί στο ενεργητικό μας. Ποτέ σ' αυτές τις επιστολές δεν πρέπει να δώσουμε τον τόνο της αντιδικίας με τον παραπονούμενο. Αντίθετα, πρέπει να επισημαίνουμε το γεγονός ότι πρόθεση και αποστολή μας είναι η δική του εξυπηρέτηση.

### **Συστατικές Επιστολές**

Σ' αυτές γράφεται το όνομα αυτού που φέρει την επιστολή.

Περιγράφουν θετικά στοιχεία του προσώπου με κάθε λεπτομέρεια, τα ιδιαίτερα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα του, την προηγούμενη - αν είχε-προϋπηρεσία του, το ζήλο που έδειξε, κλπ.

### **Έγγραφες Εισηγήσεις**

Είναι εσωτερικά συνήθως έγγραφα με τα οποία εξετάζονται ορισμένα θέματα, και γίνονται αιτιολογικές προτάσεις πάνω σ' αυτά. Για το λόγο αυτό, αναλύονται οι παράγοντες που επηρεάζουν το θέμα, βγαίνουν συμπεράσματα και διατυπώνονται σχετικές προτάσεις και απόψεις από τα αρμόδια κλιμάκια κατά περίπτωση. Οι έγγραφες εισηγήσεις συντάσσονται είτε με πρωτοβουλία σε κάθε περίπτωση του αρμόδιου υπηρεσιακού οργάνου, είτε κατόπιν εντολής του ιεραρχικά προϊσταμένου κλιμακίου και αποβλέπουν στο να διευκολύνουν τα ανώτερα κλιμάκια στη λήψη των σχετικών αποφάσεων.

Οι εισηγήσεις πρέπει να είναι γραμμένες με τέτοιο τρόπο που να επιτρέπει τη γρήγορα

κατανόηση του θέματος και η λήψη των κατάλληλων στην κάθε περίπτωση αποφάσεων. Επίσης, είναι σκόπιμη η τυποποίηση των εγγράφων εισηγήσεων, ιδίως όταν πρόκειται για θέατα που είναι πολύπλοκα και εμφανίζονται τακτικά.

### **Υπηρεσιακά και ενημερωτικά Σημειώματα**

Αποτελούν μορφή εγγράφου εσωτερικής φύσεως, που αναφέρονται στα τρέχοντα υπηρεσιακά θέματα, συνήθως προσωρινού ενδιαφέροντος ή δευτερεύουσας σημασίας.

Τα υπηρεσιακά σημειώματα διαβιβάζουν θέματα ή ζητούν πληροφορίες από άλλα τμήματα της επιχείρησης ή της υπηρεσίας.

Τα ενημερωτικά σημειώματα χρησιμεύουν για ενημέρωση των αμέσων προϊσταμένων ή άλλων ανώτερων κλιμακίων μέσα στην ίδια υπηρεσιακή μονάδα.

### **Κείμενα που αναφέρονται στην οργάνωση και λειτουργία της επιχείρησης**

Τέτοια κείμενα μπορούν να είναι εγχειρίδια γραφείου, κανονισμοί λειτουργίας, οδηγίες, κλπ. Με τα εγχειρίδια ενημερώνονται οι υπάλληλοι πάνω στις συνθήκες εργασίας, τις αρχές, οι οποίες ρυθμίζουν αυτής και τις αρμοδιότητες κάθε τομέα, καθώς και κάθε υπαλλήλου.

Οι πληροφορίες που δίνονται αφορούν διαδικασίες, αρμοδιότητες, διαρθρώσεις υπηρεσιών, οδηγίες χειρισμού μηχανημάτων, κλπ.

Κατά τη σύνταξη των εγχειριδίων αυτών έχει ιδιαίτερη σημασία η ακριβής και σαφής διατύπωση των κειμένων. Η περιγραφή των καθηκόντων και διαδικασιών και οι παρεχόμενες πληροφορίες κάθε μορφής, πρέπει να είναι πλήρεις και να μην αφήνουν περιθώρια αμφισβητήσεων που μπορούν να προκαλέσουν συγχύσεις στην εργασία και να επιδράσουν δυσμενώς στην απόδοση του προσωπικού.

Οι κανονισμοί λειτουργίας περιέχουν τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα του προσωπικού και καθορίζουν τη θέση της επιχείρησης έναντι των υπαλλήλων. Οι οδηγίες δίνονται συνήθως με μορφή εγκυκλίων και μπορούν να είναι ειδικές ή γενικής φύσεως

## **Γενικά μέρη μιας επιστολής**

### **Τα μέρη μιας επιστολής**

Αν και υπάρχει ομοιομορφία στον τρόπο τοποθέτησης των διαφόρων στοιχείων μιας επιστολής μεταξύ Υπηρεσιών και Οργανισμών τόσο του ιδιωτικού όσο και του δημοσίου τομέα, παρ' όλα αυτά, μπορούμε να διακρίνουμε ορισμένα σταθερά μέρη με μερικές μεταξύ αυτών μικρές παραλλαγές.

Με την επιφύλαξη αυτή τα κύρια μέρη μιας επιστολής είναι:

- Η επικεφαλίδα
- Ο τίτλος της Υπηρεσίας και η ημερομηνία σύνταξής της
- Η διεύθυνση του παραλήπτη
- Το θέμα
- Η προσφώνηση
- Το κυρίως κείμενο

- Το χαιρετιστήριο κλείσιμο
- Ο χώρος υπογραφής
- Το ονοματεπώνυμο και
- Η ιδιότητα αυτού που υπογράφει.

### **Η επικεφαλίδα**

Σύμφωνα με τις σύγχρονες απόψεις, η επικεφαλίδα δεν πρέπει να πιάνει χώρο περισσότερο από δύο (2) εκατοστά στην κορυφή του φύλλου. Χρησιμοποιεί δε, κατάλληλο λεξιλόγιο και σχέδια ώστε να μεταφέρει στον αποδέκτη τις πληροφορίες που χρειάζεται και να δημιουργεί ευνοϊκή διάθεση για την επιχείρηση την οποία εκπροσωπεί. Η επικεφαλίδα περιέχει ακόμη την επωνυμία και τη διεύθυνση της επιχείρησης με τον τίτλο της, το εμπορικό σήμα της επιχείρησης, το ειδικό σύνθημα, αριθμούς τηλεφώνου και φαξ, καθώς και την ιστοσελίδα της εταιρείας

### **Τίτλος της υπηρεσίας και ημερομηνία**

Ο τίτλος της υπηρεσίας αποτελεί το πρώτο μετά την επικεφαλίδα μέρος της επιστολής και περιέχει κυρίως το όνομα της υπηρεσίας από την οποία αποστέλλεται, π.χ. ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ ή ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ, κλπ., καθώς και την ημερομηνία, ΠΡΕΠΕΙ να σημειωθεί ότι σε όσες περιπτώσεις, αυτός που υπογράφει της επιστολή είναι πρόσωπο διαφορετικό από τον συντάκτη της επιστολής, τότε κάτω από τον τίτλο της υπηρεσίας γράφεται το όνομα του συντάκτη.

Αν πάρουμε υπόψη μας ότι ο τίτλος της υπηρεσίας αποτελεί το πρώτο μέρος της επιστολής, αυτός προσδιορίζει και τα σχετικά περιθώρια, τόσο από την κορυφή όσο και από τις πλευρές. Η ημερομηνία μπορεί να μπει στο αριστερό μέρος του επιστολικού χαρτιού με κεφαλαία γράμματα, όπως ακόμα είναι δυνατόν να μπει και στην άκρη δεξιά.

### **Η διεύθυνση του παραλήπτη.**

Αυτή περιλαμβάνει τον τίτλο, το όνομα και τη διεύθυνση του αποδέκτη, καθώς και συντετηγμένο τίτλο αν υπάρχει και γράφεται στο αριστερό μέρος, κάτω από την ημερομηνία ή στο πάνω δεξιά μέρος, κάτω από την επωνυμία ή την ημερομηνία (στ β' περίπτωση).

### **Το θέμα**

Αποτελεί, την περίληψη του περιεχομένου της επιστολής. Μπαίνει κάτω από τον τίτλο της υπηρεσίας που στέλνει την επιστολή. Είναι απαραίτητο για την άμεση ενημέρωση του αποδέκτη για το περιεχόμενο της επιστολής και ιδίως όταν αυτή είναι μακροσκελής. Το γράψιμο του θέματος χρειάζεται ακόμη για να βοηθήσει τον αρμόδιο υπάλληλο στην ανεύρεση της αλληλογραφίας, που μπορεί να υπάρχει στο αρχείο και να είναι σχετική με το θέμα, στο οποίο αναφέρεται η επιστολή.

### **Η προσφώνηση**

Μπαίνει στο αριστερό μέρος της επιστολής και σε απόσταση διπλού διαστήματος

κάτω από τη διεύθυνση του αποδέκτη εφ' όσον κι αυτή βρίσκεται στη θέση αυτή. Η προσφώνηση χρωματίζει την επιστολή. Δίνει το επιθυμητό ή μη φιλικό ύφος. Προσδιορίζει τον επίσημο ή μη χαρακτήρα του εγγράφου. Χρειάζεται λοιπόν, προσοχή στο σημείο αυτό, γιατί η προσφώνηση πρέπει να βρίσκεται σε αρμονία με το ύφος και το περιεχόμενο του κυρίως κειμένου που ακολουθεί. Οι λέξεις που θα χρησιμοποιηθούν, πρέπει να ανταποκρίνονται προς την ιδιότητα του παραλήπτη και να είναι ανάλογες του βαθμού των φιλικών, ενδεχομένως, σχέσεων που μας συνδέουν με αυτόν.

Για τον σκοπό αυτό, χρησιμοποιούμε συνήθως τις λέξεις «Κύριε», «Αγαπητέ κύριε», «Αξιότιμε κύριε», κλπ., με το όνομα ενδεχομένως του παραλήπτη.

Αν απευθυνόμαστε σε επιχείρηση ή ομάδα προσώπων, τότε χρησιμοποιούμε συνήθως την προσφώνηση «Κύριοι».

### **Το κυρίως κείμενο**

Αρχίζει σε απόσταση διπλού διαστήματος κάτω από την προσφώνηση. Συνήθως χρησιμοποιείται απλό διάστημα για το μέσα σε κάθε παράγραφο περιλαμβανόμενο κείμενο και διπλό για τις μεταξύ των παραγράφων αποστάσεις. Σε πολύ σύντομες επιστολές χρησιμοποιείται διπλό διάστημα για το μέσα στην παράγραφο περιλαμβανόμενο κείμενο και τριπλά για τις μεταξύ των παραγράφων αποστάσεις.

Ο αριθμός των παραγράφων επηρεάζει και την όλη δομή της επιστολής. Δεν πρέπει πάντως να μας διαφεύγει το γεγονός ότι οι σύντομοι παράγραφοι κάνουν πιο εύκολη τη μελέτη της επιστολής και ότι ο αριθμός τους εξαρτάται και από τα βασικά σημεία του κειμένου.

### **Ο τελικός χαιρετισμός**

Ανάλογη με την προσφώνηση είναι και η σπουδαιότητα του τελικού χαιρετισμού, που αποτελεί και το κλείσιμο της επιστολής. Οι πιο συνηθισμένες μορφές τελικού χαιρετισμού είναι: «Με τιμή», «Δικός σας», «Ειλικρινά δικός σας», κλπ. Και η μορφή του τελικού χαιρετισμού εξαρτάται από την ιδιότητα του αποδέκτη και από το βαθμό της γνωριμίας μ' αυτούς.

Ο τελικός χαιρετισμός ακολουθεί σε απόσταση διπλού διαστήματος από την τελευταία γραμμή του κυρίως κειμένου. Μπορεί να αρχίζει από το κέντρο της σελίδας ή από το ύψος της γραμμής που αρχίζει η έντυπη επικεφαλίδα ή τέλος από το σημείο που τελειώνει το κυρίως κείμενο (το πιο συνηθισμένο).

### **Το ονοματεπώνυμο και η ιδιότητα αυτού που υπογράφει.**

Μετά το κλείσιμο και σε απόσταση τεσσάρων διαστημάτων γράφεται με κεφαλαία γράμματα, συνήθως το όνομα και η ιδιότητα του αποστολέα, πάνω δε από το όνομα παίνει η υπογραφή του. Αυτό είναι απαραίτητο στις εμπορικές επιστολές. Σε ορισμένες περιπτώσεις, κάτω από το χαιρετιστήριο κλείσιμο μπαίνει με κεφαλαία γράμματα η επωνυμία της επιχείρησης και ακολουθεί η αναγραφή του ονόματος και η ιδιότητα του αποστολέα.

## Η χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

### Γενικά

Πολλοί θα αναρωτιούνται αν είναι σημαντική ή όχι η σωστή χρήση του e-mail στην καθημερινότητα μας.

Η απάντηση είναι **ΝΑΙ** διότι το e-mail (Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο) μας δίνει την δυνατότητα σε ελάχιστα λεπτά να επικοινωνούμε γρήγορα με οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη. Η σωστή και αποδοτική χρήση ένα e-mail είναι το βασικό κομμάτι marketing και ανάπτυξης πολλών επιχειρήσεων.

Παρακάτω θα αναλύσουμε μερικά πράγματα για το πώς είναι σωστό να χρησιμοποιείτε το e-mail σας από την αρχή έως το τέλος

### Βασικές αρχές επιχειρησιακών ηλεκτρονικών επιστολών

- Έχουμε e-mail το οποίο προσδιορίζει αυτό που κάνουμε ώστε να δίνει στον παραλήπτη αμέσως ποιος επικοινωνεί μαζί του.

Σωστό → [kataskeuesalouminiou@yahoo.gr](mailto:kataskeuesalouminiou@yahoo.gr)

Λάθος → [antonis563@yahoo.gr](mailto:antonis563@yahoo.gr)

Το όνομα που θα επιλέξουμε θα πρέπει να δίνει «στίγμα» του αντικειμένου μας . Εάν πρόκειται για προσωπικό e-mail τότε τοποθετούμε το όνομα μας (πχ [giannis.anagnostou@gmail.com](mailto:giannis.anagnostou@gmail.com))

- Γράφουμε με ΕΛΛΗΝΙΚΟΥΣ χαρακτήρες και όχι με greeklish . Οι Ελληνικοί χαρακτήρες είναι ευανάγνωστοι και βοηθούν τον συνομιλητή μας να διαβάσει εύκολα και γρήγορα το μήνυμα μας.
- Τοποθετούμε τίτλο θέματος σωστό που να δίνει μια mini περιγραφή που απευθυνόμαστε

### Παράδειγμα

Σωστό → Οικονομική Προσφορά προς κ.Παναγόπουλο

Λάθος → Η prosfora sas

- Γράφουμε με Ελληνικούς χαρακτήρες το μήνυμα μας το οποίο προσπαθούμε όσο είναι δυνατό να είναι αναλυτικό με πλήρη νόημα σε αυτό που λέμε χωρίς να κουράζει τον συνομιλητή μας. Εάν χρειάζεται τοποθετούμε συνημμένα και εικόνες ώστε να δείξουμε ακόμα περισσότερο αυτό που επιθυμούμε

### Το θέμα

Χρησιμοποιούμε λέξεις-κλειδιά στη γραμμή θέματος, που υποδεικνύουν ακριβώς αυτό που γράφουμε με λίγα λόγια. Αυτό βοηθά να βεβαιωθούμε ότι οι αναγνώστες μας δεν παραβλέπουν το μήνυμα μας επειδή η γραμμή θέματος λείπει, είναι πολύ ασαφής ή υποδεικνύει ότι το μήνυμα μας δεν είναι σημαντικό.

Θέματα όπως "Γρήγορη ερώτηση", "Σχετικά με αυτά που λέγαμε", "Ψιι!" ή "SOS

ΚΑΙΓΟΜΑΙ" είναι πολύ αόριστα ή ανάρμοστα για να είναι χρήσιμα.

"Πρόγραμμα, Λίστα Επισκεπτών, Αιτήσεις και Επισκόπηση Συνάντησης για τις 12 Μαρτίου", από την άλλη πλευρά, είναι συντριπτικά πολύ μεγάλο και καλύπτει αρκετά θέματα. "Συνάντηση για επισκευή υπολογιστή στις 12 Μαρτίου", ωστόσο είναι σύντομο και επί του σημείου. Ειδοποιεί τον παραλήπτη μας για ένα μόνο κύριο θέμα και μια συγκεκριμένη ημερομηνία.

### ΕΠΙΛΕΓΟΥΜΕ ΜΙΑ ΤΥΠΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΟΣΕΙΡΑ

Οι περισσότερες υπηρεσίες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, παρέχουν τη δυνατότητα να γράφουμε χρησιμοποιώντας μια ποικιλία γραμματοσειρών και στυλ κειμένου. Για ένα επίσημο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, ωστόσο, κρατάμε τα πράγματα συντηρητικά, με γραμματοσειρές όπως Times New Roman και Arial. Αποφεύγουμε διακοσμητικές γραμματοσειρές όπως Comic Sans ή *Miama Nuera*.

Γράφουμε το email μας σε ένα ευανάγνωστο μέγεθος γραμματοσειράς, π.χ. 12 στιγμών. Αποφεύγουμε τα ειδικά στυλ όπως πλάγια γραφή, επισημάνσεις ή πολύχρωμες γραμματοσειρές, εκτός αν δικαιολογούνται από το περιεχόμενο και το σκοπό του μηνύματος. Δεν χρησιμοποιούμε μόνο κεφαλαία, μιας και αυτά κάνουν να φαίνεται σαν να φωνάζουμε στον παραλήπτη.

Προσπαθούμε να κοιτάμε τα e-mail μας **όσο πιο συχνά γίνεται μέσα στην ημέρα**. Εταιρείες ολόκληρες βασίζονται και παράγουν έργο καθημερινά από την άμεση ανταλλαγή e-mail με πελάτες και συνεργάτες .

Κοιτάμε ανα διαστήματα τα e-mail μας για να έχουμε πλήρη εικόνα .

**ΑΠΑΝΤΑΜΕ** σε **ΟΛΑ** τα e-mail που μας στέλνουν ακόμα και αν συμφωνούμε ή διαφωνούμε με κάτι ή αν όντως ήρθε αυτό που περιμέναμε.

Το να απαντάμε στα e-mail του συνομιλητή μας δείχνει 2 πράγματα : **α) σεβασμό στο πρόσωπο του και στην συνομιλία μαζί του , β) Δίνετε αυτομάτως «στίγμα» ότι λάβατε αυτό που σας έστειλε για να γνωρίζει**

### Παράδειγμα

Δέχεστε ένα βιογραφικό σημείωμα για την επιχείρησή σας. Η σωστή κίνηση που πρέπει να κάνετε είναι να απαντήσετε με την φράση «*λάβαμε το βιογραφικό σας και θα σας ενημερώσουμε όταν υπάρξει ενδιαφέρον ή ελεύθερη θέση*».

Το 90% των επιχειρήσεων δεν απαντούν καθόλου.

Δέχεστε μια εικόνα ή μια σημείωση από κάποιο φίλο ή συνεργάτη σας. Η σωστή κίνηση που πρέπει να κάνετε είναι να απαντήσετε με την φράση «*Το έλαβα όλα είναι εντάξει σε ευχαριστώ πολύ*» Το 50% των ανθρώπων δεν απαντούν καθόλου ή μετά από κάποιες ημέρες τηλεφωνούν με απορία στον συνομιλητή τους γιατί δεν έχουν λάβει e-mail τους ή γιατί κάτι δεν καταλαβαίνουν. Εάν είχαν απαντήσει κατά την λήψη του e-mail θα είχαν σε ελάχιστα λεπτά την διευκρίνιση που αναζητούν χωρίς να χρειαστεί να καθυστερήσουν.

## Το κείμενο του e-mail

### ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕ ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΥΣ

Ξεκινάμε πάντα ένα επίσημο e-mail με έναν χαιρετισμό. Απευθυνόμενοι στον παραλήπτη με το όνομα (αν μας είναι γνωστό) προτιμάται. Συμπεριλαμβάνουμε τον τίτλο του ατόμου (κύριε, κυρία, δις, κ.λπ.) με το επώνυμό τους, ακολουθούμενο από κόμμα ή τελεία. Μπορούμε να συμπεριλάβουμε πριν από το χαιρετισμό με "Αξιότιμε ..." αν θέλουμε.

Εάν δεν γνωρίζουμε το όνομα του ατόμου στο οποίο γράφουμε, χρησιμοποιούμε ένα χαιρετισμό όπως "Αγαπητέ κύριε / κυρία", "Αξιότιμε κύριε ή κυρία".

Δεν χρησιμοποιούμε "Γεια σας", "Γεια", "Γεια χαρά νταν", ή άλλους άτυπους χαιρετισμούς

### Συστάσεις

Αν γράφουμε σε κάποιον για πρώτη φορά, ή κάποιον τον οποίο δε γνωρίζουμε προσωπικά, όπως ένα καινούριο πελάτη, ένα καινούριο εργοδότη, κάποιο καινούριο συνεργάτη, συστηνόμαστε και αναφέρουμε για πιο λόγο αποστέλλουμε το μήνυμά μας.

Για παράδειγμα, γράφοντας για πρώτη φορά σε έναν καινούριο συνεργάτη με τον οποίο θέλουμε να φτιάξουμε μια ιστοσελίδα, μπορούμε να πούμε «Ονομάζομαι Γιώργος Παπαδόπουλος και σας αποστέλω αυτό το μήνυμα για να σας επισημάνω μερικά πράγματα που θα ήθελα στην ιστοσελίδα μου».

### ΔΙΝΟΥΜΕ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΠΙΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ

Μόλις συστηθούμε και αναφέρουμε το γενικό λόγο που γράφουμε το μήνυμά μας, μπορεί να ακολουθήσει το σώμα του μηνύματός μας. Βάζουμε το πιο σημαντικό περιεχόμενο κοντά στην κορυφή. Αυτό σέβεται τον χρόνο του παραλήπτη μας και καθιστά σαφέστατα τον σκοπό του μηνύματος.

Σε συνέχεια του προηγούμενου παραδείγματος, μπορούμε να συνεχίσουμε λέγοντας: «Τα βασικότερα στοιχεία που θέλω να φαίνονται στην επικοινωνία μου είναι τα social media και η παραπομπή σε αυτά. [...]»

### Μπαίνουμε στο θέμα

Για ένα επίσημο e-mail, είναι αποδεκτό να είμαστε άμεσοι, εφόσον είμαστε ευγενικοί. Οι υπερβολές θα κουράσουν τον αναγνώστη και θα δυσκολευτεί να καταλάβει τι θέλουμε ή τι χρειαζόμαστε από αυτόν.

Για παράδειγμα, όταν γράφουμε σε έναν συνεργάτη για αλλαγές που μπορεί να θέλουμε στην ιστοσελίδα μας, δεν είναι καλό να σπαταλάμε χώρο με περιττές λεπτομέρειες:

*"Καλημέρα, είμαι ο Γιώργος που φτιάχνουμε την ιστοσελίδα για τις ηλεκτρονικές πωλήσεις. Καλά εντάξει το καινούριο design είναι απίστευτο, το έχω ερωτευτεί και λέω συνεχίζουμε με χίλια. Λοιπόν όσον αφορά κάποιες μικροαλλαγές που θέλω [...]"*

Αντίθετα, θα ήταν πολύ σαφέστερο να γράψουμε κάτι όπως: *"Καλημέρα. Είμαι ο Γιώργος που έχετε αναλάβει την κατασκευή του e-shop μας και θα ήθελα να επισημάνω κάποιες μικρές αλλαγές."*

### ΚΡΑΤΑΜΕ ΤΟ ΚΕΙΜΕΝΟ ΟΣΟ ΠΙΟ ΣΥΝΤΟΜΟ ΓΙΝΕΤΑΙ

Δεν υπάρχει κάποιο συγκεκριμένο μέγεθος το οποίο πρέπει να έχει το μήνυμά μας. Ωστόσο, θα ήταν καλό να κρατήσουμε το μήνυμά μας όσο το μέγεθος της οθόνης. Με άλλα λόγια, να μην χρειάζεται κάποιος να κάνει scroll για να διαβάσει όλο το μήνυμά μας. Αν το μήνυμά μας είναι αρκετά μεγάλο, καλό θα ήταν να το χωρίσουμε σε παραγράφους ανάλογα με το περιεχόμενό του.

### **ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕ ΕΠΙΣΗΜΗ ΓΛΩΣΣΑ**

Δεδομένου ότι τα επίσημα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι γραμμένα για επαγγελματικά ζητήματα, θέλουμε να δώσουμε μια καλή εντύπωση, χρησιμοποιώντας πλήρεις προτάσεις και ευγενική διατύπωση. Αποφύγετε πράγματα όπως αργκό, emoticons, βρισιές, αστεία κ.τ.λ.

### **Κλείσιμο e-mail**

Όπως και με τους αρχικούς χαιρετισμούς, υπάρχει μια ποικιλία στο πως μπορούμε να κλείσουμε ένα επίσημο μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Βεβαιωνόμαστε ότι έχουμε περιλάβει το πλήρες όνομά μας και τον τίτλο εργασίας μας ή άλλη υπογραφή (αν έχουμε). Παραδείγματα δυνητικών κλεισίματος περιλαμβάνουν τα "Με εκτίμηση," "Με σεβασμό" κλπ

### **Συνημμένα**

Αν χρειαστεί το μήνυμά μας να περιλαμβάνει κάποιο συνημμένο αρχείο, βεβαιωνόμαστε ότι το έχουμε αναφέρει στο κυρίως μέρος του κειμένου, ούτως ώστε ο παραλήπτης μας να γνωρίζει ότι υπάρχει κάποιο συνημμένο αρχείο σε περίπτωση που δεν το έχει δει. Επίσης, αρκετά σημαντικό είναι να κρατάμε το μέγεθος των αρχείων που θέλουμε χαμηλό και τον τύπο των αρχείων από τους κοινούς. Για παράδειγμα, καλύτερα να στείλουμε ένα αρχείο φωτογραφίας παρά ένα αρχείο αρχιτεκτονικού προγράμματος. Τέλος καλό θα ήταν, τα συνημμένα αρχεία μας να τα στέλνουμε μέσω κάποιου file transfer (sendspace.com) ή μέσω συνδέσμου από κάποιο προσωπικό μας cloud server (Dropbox, Onedrive, Google Drive).

## **ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟΣΙΟ ΤΟΜΕΑ**

### **Γενικά**

Σύμφωνα με την παρ. 1 του άρθρου 10 του ν.3979/2011, (Α'138), τα φυσικά πρόσωπα και τα ΝΠΙΔ έχουν δικαίωμα να επικοινωνούν και να συναλλάσσονται με τους φορείς του δημόσιου τομέα με χρήση Τ.Π.Ε. Επίσης σύμφωνα με την παρ. 1 του άρθρου 4 του ίδιου ως άνω νόμου, οι φορείς του δημόσιου τομέα διακινούν ή ανταλλάσσουν με χρήση Τ.Π.Ε., έγγραφα και δεδομένα στο πλαίσιο της άσκησης των αρμοδιοτήτων τους και για την εκπλήρωση αυτών, υπό την προϋπόθεση ότι τηρούνται οι όροι ασφαλείας στο επίπεδο που κάθε φορά επιβάλλεται από τη φύση των διακινούμενων εγγράφων.

Όπως προκύπτει από το ισχύον θεσμικό πλαίσιο οι δημόσιες υπηρεσίες και οι φορείς του δημόσιου τομέα μπορούν να διακινούν έγγραφα και κάθε είδους χρήσιμο, για την

προώθηση των διοικητικών υποθέσεων, πληροφοριακό υλικό, με χρήση ΤΠΕ, τόσο όταν επικοινωνούν με εξωτερικούς αποδέκτες, δηλ. με άλλες υπηρεσίες και φορείς του δημόσιου τομέα ή με πολίτες, όσο και όταν επικοινωνούν με εσωτερικούς αποδέκτες, δηλ. είτε με άλλη υπηρεσιακή μονάδα εντός του ίδιου φορέα, είτε με την ιεραρχία τους.

### **Διακινούμενα έγγραφα δημοσίου**

Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία τα έγγραφα που μπορούν να διακινούνται με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο είναι τα εξής:

Μεταξύ δημοσίων υπηρεσιών, μπορούν να διακινούνται τα πιο κάτω έγγραφα:

1. Εγκύκλιοι
2. Οδηγίες
3. Ερωτήματα
4. Απαντήσεις
5. Υπηρεσιακά Σημειώματα
6. Αιτήσεις
7. Έγγραφες Εισηγήσεις
8. Γνωμοδοτήσεις
9. Εκθέσεις
10. Πρακτικά
11. Μελέτες
12. Στατιστικά Στοιχεία

13. Με το άρθρο 10 παρ. 6 του Ν. 3230/2004 (Α' 44) προστέθηκαν στα ανωτέρω έγγραφα και οι αιτήσεις, προσφορές και δικαιολογητικά συμμετοχής στις διαδικασίες πρόσληψης προσωπικού με οποιαδήποτε σχέση, στους διαγωνισμούς ή διαδικασίες ανάθεσης δημοσίων έργων, μελετών, προμηθειών, παροχής υπηρεσιών ή σε άλλους διαγωνισμούς οι οποίοι πραγματοποιούνται βάσει προκήρυξης. Η διακίνηση των πιο πάνω εγγράφων δεν επιτρέπεται με ηλεκτρονικά μέσα μόνο στην περίπτωση που αυτό ορίζεται από ειδικές διατάξεις ή την οικεία προκήρυξη ή πρόσκληση συμμετοχής με βάση ειδική αιτιολογία.

Μεταξύ Δημοσίων Υπηρεσιών και Πολίτη μπορούν να διακινούνται έγγραφα που αφορούν σε:

Αιτήσεις Παροχής Πληροφοριών

Απαντήσεις στις αιτήσεις Παροχής Πληροφοριών

Στη διοικητική πρακτική και προκειμένου η Δημόσια Διοίκηση να ανταποκριθεί στις σύγχρονες ανάγκες, επικράτησε η διασταλτική ερμηνεία των ρυθμίσεων και διευρύνθηκαν οι κατηγορίες των εγγράφων που διακινούνται με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, τόσο μεταξύ δημοσίων υπηρεσιών όσο και μεταξύ αυτών και των πολιτών.

Ωστόσο επισημαίνεται ότι **δεν επιτρέπεται** η διακίνηση με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο εγγράφων που έχουν χαρακτηρισθεί απόρρητα και δεν επιτρέπεται η πρόσβαση σε αυτά σύμφωνα με το άρθρο 5 του ν.2690/1999 ή περιλαμβάνουν ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα, σύμφωνα με το ν. 2472/1997 (Α' 50).

