

Κωνσταντίνος ΓΕ. ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ
Καθηγητής Παντείου Πανεπ. Κοιν. και Πολ. Επιστημ.,
Πανεπ. Αθηνών (Επισκ.),
Δικηγόρος,
Ex Ch.L.U.L., Bruxelles, Ex Int. I.I.A.P., Paris

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
ΚΟΙΝΗ ΓΝΩΜΗ
ΕΙΔΗ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ
ΑΝΘΡΩΠΙΝΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ
MARKETING
ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ
ΤΟ «ΠΡΟΪΟΝ» ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ
ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗ
ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
ΟΙ «ΑΡΧΕΣ» ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
ΤΑ ΜΕΣΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
ΤΥΠΟΣ, ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΑ, ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
INTERNET
ΤΟ ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ
Η ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
ΝΟΜΙΚΕΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ
Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ
ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΣΤΥΝΟΜΙΑΣ

Νέα Έκδοση

Αθήναι, 2010

Κωνσταντίνος ΓΕ. ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ
Καθηγητής Παντείου Πανεπ. Κοιν. και Πολ. Επιστημ.,
Πανεπιστημίου Αθηνών (Επισκ.),
Ex Ch.L.U.L., Bruxelles, Ex Int. I.I.A.P., Paris

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
ΚΟΙΝΗ ΓΝΩΜΗ
ΕΙΔΗ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ
ΑΝΘΡΩΠΙΝΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ
MARKETING
ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ
ΤΟ «ΠΡΟΪΟΝ» ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ
ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗ
ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
ΟΙ «ΑΡΧΕΣ» ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
ΤΑ ΜΕΣΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
ΤΥΠΟΣ, ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΑ, ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
INTERNET
ΤΟ ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ
Η ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
ΝΟΜΙΚΕΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ
Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ
ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΣΤΥΝΟΜΙΑΣ**

Αθήναι, 2010

*Της Angelina,
Της Ευγενίας-Μαρίας,
Του Γεωργίου-Σπυρίδωνος*

© Κωνστ. ΓΕ. ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ

και

Κέντρο Επιδόρφωσης, Μελετών, Έρευνας και Ανάπτυξης

Ίμβρου 6, 112 57 Αθήναι

Τηλ.: 210 8647120, Fax: 210 8658868

ISBN 978-960-90561-2-0

Απαγορεύεται χωρίς έγγραφη άδεια του Συγγραφέα

ή του Κέντρου η αναδημοσίευση,

έστω και μικρού τμήματος του παρόντος,

καθ' οίον δήποτε τρόπο,

ως και η μετάδοσή του με οίο δήποτε σύστημα

Τοις Εντευξομένοις

Στέργει γαρ ουδείς ἄγγελον κακῶν ἐπῶν
Σοφοκλῆς

Τα θέματα της επικοινωνίας μετά του Κοινού, των Δημοσίων Σχέσεων δηλαδή, (με την ευρύτερη έννοια του όρου), και τα θέματα των Μέσων, Διαδικασιών και Τεχνικών, μέσω των οποίων αυτή επιτυγχάνεται, δεν έχουν αποτελέσει στην Ελλάδα αντικείμενο εκτενούς, ενδεδειγμένου και συστηματικής έρευνας και μελέτης, παρὰ την σημαντική και ιδιάζουσα σημασία τους.

Το γεγονός αυτό οφείλεται σε σειρά λόγων, όπως η μη συστηματική επαγγελματική κατοχύρωση των συναφώς απασχολουμένων, η μη ολοκληρωθείσα τεχνολογική εξέλιξη του συνόλου του Τύπου, η με καθυστέρηση «εισβολή» της Τηλεόρασης στην Ελλάδα, η αδιαφορία του ευρέος Κοινού για την κατάσταση των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, η «καταγγελλομένη αναξιοπιστία» των Μέσων, η συνειδητή ή μη ενασχόληση με άλλα κοινωνικά θέματα κ.λ.

Η «πλήρης» ενασχόληση Ειδικών Ερευνητών, (ανεξαρτήτως της επιστημονικής τους υποδομής και προέλευσης), με πτυχές του όλου ζητήματος, (π.χ. με θέματα Μέσων των Δημοσίων Σχέσεων κ.λ.), έχει οδηγήσει στην «παραγωγή» (ενίοτε) λίαν αξιόλογων καταγραφών και συστηματικών Μελετών, αλλά εξ άλλης πλευράς, σημαντικά θέματα, (συνιστώντα

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	Σελ.
- Τοις Εντευξομένοις	7
- Περιεχόμενα	23

Μέρος Α'

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΝΑΦΕΙΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

Κεφάλαιο Α'

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ. ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ. ΣΗΜΑΣΙΑ. ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ. Η ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ ΩΣ «ΠΟΡΟΣ»

α. Γενική προσέγγιση	31
β. Σημασία και αναγκαιότητα της επικοινωνίας. Η πληροφορία ως «πόρος» με οικονομική διάσταση	33

Κεφάλαιο Β'

ΜΑΖΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

α. Γενική προσέγγιση	35
β. Προϋποθέσεις Μαζικής Επικοινωνίας	35

Κεφάλαιο Γ'

ΚΟΙΝΗ ΓΝΩΜΗ

α. Έννοια, ορισμός της κοινής γνώμης	42
β. Προϋποθέσεις και παράγοντες μορφοποίησης της κοινής γνώμης	43
γ. Αίτια οδηγούντα τα άτομα στην αποδοχή των επιταγών της κοινής γνώμης	45
δ. Έρευνες κοινής γνώμης, polls	46

Κεφάλαιο Δ' ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ

α.	Είδη	49
β.	Προβολή, σχεδιασμός της προβολής	50

Κεφάλαιο Ε' ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

α.	Ο όρος ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	54
β.	Γένεση, εμφάνιση, εξέλιξη της ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ	56
γ.	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ: Τα υπέρ και τα κατά	57
δ.	Πρόγραμμα. Μέσα διαφήμισης. Ειδικές ρυθμίσεις	61
ε.	Μέσα. Στελέχη	61
στ.	Οι ειδικότερες νομικές ρυθμίσεις και «αρχές» περί διαφήμισης	62
ζ.	Μορφές διαφημιστικών επιχειρήσεων	67
η.	Η διαφημιστική δαπάνη	67

Κεφάλαιο ΣΤ' MARKETING

α.	Γενική προσέγγιση	68
β.	Προσεγγίσεις και λειτουργίες του Marketing	69
γ.	Διαφορές Δημοσίων Σχέσεων και Marketing	70

Κεφάλαιο Ζ' ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ

α.	Όρος, έννοια	71
β.	Διακρίσεις	72
γ.	Τεχνική και Μέσα	73

Κεφάλαιο Η' ΑΝΘΡΩΠΙΝΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

α.	Έννοια, αποστολή	75
β.	Τα Μέσα	77

Μέρος Β'
ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Κεφάλαιο Α'
Ο ΟΡΟΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

- Γενική προσέγγιση 79

Κεφάλαιο Β'
ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

- Γενική προσέγγιση 81

Κεφάλαιο Γ'
ΟΙ «ΑΡΧΕΣ» ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

- Γενική προσέγγιση 85

Κεφάλαιο Δ'
Η ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ
ΤΟΥ ΘΕΣΜΟΥ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

- Γενική προσέγγιση 87

Κεφάλαιο Ε'
ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ
ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

- α. Εισαγωγική προσέγγιση 89
- β. Οι Δημόσιες Σχέσεις υπό την σύγχρονη μορφή τους
σε διάφορες άλλες Χώρες 89
- γ. Οι Δημόσιες Σχέσεις υπό την σύγχρονη μορφή τους
στην Ελλάδα 91

- Κεφάλαιο ΣΤ'
- ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
- I. Ιδιωτικός, Δημόσιος Τομέας. Προσόντα Συμβούλων
Δημοσίων Σχέσεων 93
 - II. Η οργάνωση των Υπηρεσιών Δημοσίων Σχέσεων
του Υπουργείου Προστασίας του Πολίτη και
της Ελληνικής Αστυνομίας

A.	Υπουργείο Προστασίας του Πολίτη: Γραφείο Τύπου και Δημοσίων Σχέσεων	96
B.	Ελληνική Αστυνομία	97
α.	Γενική προσέγγιση	97
β.	Ελληνική Χωροφυλακή	99
γ.	Αστυνομία Πόλεων	99
δ.	Παρούσα κατάσταση	100
	- Ν. 2800/2000	100
	- Π.Δ. 14/2001	102
ΑΑ.	Συγκρότηση Ελληνικής Αστυνομίας	102
ΒΒ.	Το Αρχηγείο της Ελληνικής Αστυνομίας	106
Γ Γ.	Η Διεύθυνση Δημοσίων Σχέσεων	107
	I. Τμήμα Ενημέρωσης	107
	II. Τμήμα Κοινωνικών Σχέσεων	108
III.	Τμήμα Ιστορίας και Εκδόσεων	110

Κεφάλαιο Ζ'

ΤΑ ΜΕΣΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

α.	Εισαγωγική προσέγγιση	112
β.	Ιστορική εξέλιξη των Μέσων	
	- I. Ελλάδα	113
	- II. Άλλοι Λαοί. Μεταγενέστεροι χρόνοι	115
	- III. Σύγχρονη περίοδος	119

Κεφάλαιο Η'

ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ

α.	Ζωντανός λόγος. Γενική προσέγγιση	120
1.	Λόγος	120
2.	Συνομιλία	123
3.	Ψίθυρος	125
4.	Γραφείο Επικοινωνίας και Ομιλητών	125
5.	Σύσταση Γραφείου Επικοινωνίας της Ελληνικής Αστυνομίας	125
6.	Συγκεντρώσεις Τύπου. Συνέντευξη	126
7.	Συνδιάσκεψη Τύπου	127
8.	Τηλεδιάσκεψη	129
9.	Ξενάγηση Τύπου. Δεξίωση Τύπου	129

β.	Μηχανικός λόγος	
1.	Ραδιοφωνικός λόγος	129
2.	Λόγος από τηλεοράσεως	130
3.	Λόγος από μικροφώνου	131
4.	Μαγνητόφωνο	131
5.	Τηλέφωνο	131
6.	Τηλεβόας	131
γ.	Ο προφορικός λόγος ως εργαλείο Δημοσίων Σχέσεων της Ελληνικής Αστυνομίας	131

Κεφάλαιο Θ'

ΓΡΑΠΤΟΣ ΛΟΓΟΣ

I.	Τύπος, έννοια του Τύπου	133
II.	Διακρίσεις	134
III.	Σημασία	135
IV.	Λειτουργίες	136
V.	Εξέλιξη	137
VI.	Προβλήματα του Σύγχρονου Τύπου	146
VII.	Η προστασία του Τύπου από το Κράτος	148
VIII.	Διακρίσεις του περιοδικού Τύπου	150
	ΑΑ. Εφημερίδα	151
	ΒΒ. Περιοδικό	153
	ΓΓ. House Organ	154
IX.	Μη περιοδικός Τύπος	
1.	Βιβλίο	155
2.	Φυλλάδιο	155
3.	Επιστολή, κάρτες, τηλεγραφήματα	155
4.	Εγκύκλιος	156
5.	Προκήρυξη	156
6.	Διάφορες εκδόσεις	157
7.	Φέϊγ βολλάν	157
8.	Βιογραφικό σημείωμα	157
X.	Πρακτορεία Ειδήσεων	
1.	Εισαγωγή	158
2.	Διεθνή ειδησεογραφικά πρακτορεία	159

3. Εθνικά	161
4. Ειδικευμένα.....	162
XI. Ελληνική Αστυνομία και γραπτός λόγος	162

Κεφάλαιο Ι'

Η ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΑ

α. Γένεση, εμφάνιση, εξέλιξη, παρούσα κατάσταση.....	164
β. Νομικές ρυθμίσεις	165
γ. Ραδιοφωνικά προγράμματα.....	166
δ. Ραδιοφωνία: τα υπέρ και τα κατά	166
ε. Λόγος από ραδιοφωνίας.....	167
στ. Ελληνική Αστυνομία και Ραδιοφωνία	167

Κεφάλαιο ΙΑ'

Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

α. Εισαγωγή	169
β. Νομικές ρυθμίσεις για την τηλεόραση.....	171
γ. Τηλεόραση: Τα υπέρ και τα κατά	172
δ. Κατηγορίες τηλεοπτικών προγραμμάτων	174
ε. Η διαφήμιση στην Τηλεόραση: Ελλάδα, άλλες Χώρες	175
στ. Ελληνική Αστυνομία και Τηλεόραση	177

Κεφάλαιο ΙΒ'

ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ

α. Γενική προσέγγιση	178
β. Ελληνική Αστυνομία και Κινηματογράφος	179

Κεφάλαιο ΙΓ'

ΑΛΛΑ ΜΕΣΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΩΣ ΤΡΟΠΟΙ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

α. Video, D.V.D.	180
β. Μαγνητόφωνο	180
γ. Σύνθημα	180
δ. Σύμβολο	180
ε. Τέχνη	181
στ. Εικόνα	181
ζ. Χρώματα	181
η. Αφίσα, πανώ.....	182

θ.	Εκθέσεις	182
ι.	Επισκέψεις, υποδοχές	182
ια.	Γεύματα, δεξιώσεις.....	182
ιβ.	Παρελάσεις.....	182
ιγ.	Επίγραμμα	183
ιδ.	Ηλεκτρονικά βιβλιοπωλεία. Ηλεκτρονικά περιοδικά.....	183
ιε.	Ψηφιακές βιβλιοθήκες	183
ιστ.	Μουσική	183
ιζ.	Φεστιβάλ.....	183
ιη.	Ονοματοδοσία	183
ιθ.	Θέατρο	184
κ.	Προκήρυξη διαγωνισμών	184

Κεφάλαιο ΙΔ'

INTERNET

α.	Γενική προσέγγιση	185
β.	Τα εργαλεία του INTERNET	189
γ.	Το πρόβλημα του ελέγχου	190
δ.	Το πρόβλημα της ασφάλειας των δικτύων, των δεδομένων και των χρηστών.....	191
ε.	Το πρόβλημα του κόστους	193
στ.	Το θέμα της πειρατείας	193
ζ.	Το INTERNET ως μέσο Δημοσίων Σχέσεων	195
η.	INTERNET και Ελληνική Αστυνομία	195

Κεφάλαιο ΙΕ'

ΤΟ ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

-	Γενική προσέγγιση	198
---	-------------------------	-----

Μέρος Γ'

ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ. ΝΟΜΙΚΕΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ

Κεφάλαιο Α'

Η ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

α.	Διεθνής Ένωση Δημοσίων Σχέσεων	201
β.	Ευρωπαϊκό Κέντρο Δημοσίων Σχέσεων	203

Κεφάλαιο Β'

ΝΟΜΙΚΕΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΠΕΡΙ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ
ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΕΝ ΓΕΝΕΙ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ
ΣΧΕΣΕΩΝ

α.	Σύνταγμα της Ελλάδος	206
β.	Καταστατικός Χάρτης του Ο.Η.Ε.	211
γ.	Οικουμενική Διακήρυξη των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου, Ο.Η.Ε.	212
δ.	Ευρωπαϊκή Σύμβασις των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου, Ρώμη, 1950, Πρόσθετο Πρωτόκολλο, Παρίσι, 1952	212
ε.	Διάσκεψις περί της ασφαλείας και συνεργασίας εν Ευρώπη, Ελσίνκι, 1975	212
στ.	Ρυθμίσεις του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης	216
ζ.	Πρόσφατα ελληνικά νομοθετήματα	222

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

A.	Η ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ	
α.	Εισαγωγικά τινά.....	257
β.	Η τεχνική πλευρά του θέματος	
	Α. Γνώση του θέματος	260
	Β. Διερεύνηση του ατόμου	260
	Γ. Το Πρόγραμμα.....	262
	Δ. Τα Μέσα	262
B.	ΑΝΑΓΝΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ	
-	Πώληση αντιτύπων και Μ.Ο. αναγνωσιμότητας φύλλων	263
-	Αναγνωσιμότητα εφημερίδων ανά φύλλο	264
-	Ενδεικτική Βιβλιογραφία	
	- Ελληνική.....	265
	- Ξένη.....	270