

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	9
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	11
ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	17
1.1. Κύρια μοντέλα επικοινωνίας: η θέση των μέσων.....	18
1.2. Η οικολογία των μέσων: μια εισαγωγή	21
1.3. Τα μέσα ως προεκτάσεις του ανθρώπου κατά McLuhan.....	22
ΔΙΑΜΕΣΙΚΗ ΘΕΩΡΙΑ (INTERMEDIAL THEORY).....	25
2.1. Κατηγορίες μέσων	25
2.2. Οι τροπικότητες των μέσων και οι όψεις τους.....	27
2.3. Οι δυο προσδιοριστικές όψεις (qualifying aspects).....	29
2.3.1. Διαμεσική σύγκλιση τεχνών και μέσων	30
2.4. Το μεσοκεντρικό μοντέλο επικοινωνίας του Elleström	31
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ:	
ΜΙΑ ΔΙΑΜΕΣΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ	35
3.1. Επισημαίνοντας τις μεσικές επικοινωνιακές βεβαιότητες.....	35
3.2. Αποσταθεροποιώντας το μεσικό προϊόν	37
3.2.1. Είναι ένα οστό ένα μεσικό προϊόν;.....	38
3.2.2. Το μυθιστόρημα του νεκρού συγγραφέα ως “smart” μπαταρία νοήματος	40
3.2.3. Το αληθινό όπλο του Johnny: θόρυβος ή συγκεκριμένο;	43
3.2.4. Η πρόβα: Ο χορευτής παραγωγός ή/και παρατηρητής;.....	45
3.2.5. Η παλέτα του Van Gogh: Εμπρόθετο έργο του καλλιτέχνη;	50
3.3. Ανασκόπηση ευρημάτων της εμπειρικής προσέγγισης	51
3.3.1. Γνωστική εισροή.....	51
3.3.2. Νους του παραγωγού	52
3.3.3. Η δράση/πράξη της μεταφοράς	52
3.3.4. Ο νους του παρατηρητή	53
3.3.5. Το μεσικό προϊόν.....	53
3.3.6. Ο θόρυβος.....	54
ΑΜΦΙΣΒΗΤΩΝΤΑΣ	
ΤΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΣΤΑΘΕΡΕΣ	55
4.1. Η διαμεσική πρόταση του Elleström: Σταθμός προς την αναθεώρηση των σταθερών της επικοινωνίας.....	55

4.2. Μια εναλλακτική στα επικοινωνιακά παράδοξα: Η οικολογική προσέγγιση του Gibson	57
ΝΕΕΣ ΔΙΑΜΕΣΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ:	
ΠΡΟΣ ΜΙΑ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	65
5.1. Το πρίσμα της οικολογικής-φαινομενολογικής προσέγγισης στην επικοινωνία	66
5.2. Η επικοινωνία ως αντίληψη: Προσλαμβάνοντας το μεσικό προϊόν.....	68
5.2.1. Η αντίληψη του μεσικού προϊόντος.....	69
5.2.2. Η συμπίεση αισθητηριακού και σημειωτικού	71
5.3. Παίζοντας με το νόημα: Η θεατρικότητα του βλέμματος	72
5.4. Επαναδιατυπώνοντας την επικοινωνία: Προς ένα διευρυμένο υποκειμενικό μεσοκεντρικό μοντέλο	74
Η ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ	
ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ	81
6.1. Διεκδικώντας χώρο για την υποκειμενικότητα στο ενδιάμεσο στάδιο επικοινωνίας	82
6.1.1. Ιστορική αναδρομή	83
6.2. Καθορίζοντας το ενδιάμεσο στάδιο της επικοινωνίας	87
6.3. Παρελκόμενα και αντιφάσεις της αντικειμενικής-υλιστικής προσέγγισης	88
6.4. Προς μια (πιο) υποκειμενική πρόταση για την επικοινωνία και το μεσικό προϊόν	90
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	95
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	105