

1837  
2017  
ΧΡΟΝΙΑ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
Εθνικόν και Καποδιστριακόν  
Πανεπιστήμιον Αθηνών

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ  
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

**ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΜΕ**

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ  
ΣΠΟΥΔΩΝ**

**ΠΟΛΙΤΙΚΗ και ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

## ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ (2023 -2024)

[https://www.youtube.com/watch?v=7UfiCa244XE&ab\\_channel=TheRoyalFamily](https://www.youtube.com/watch?v=7UfiCa244XE&ab_channel=TheRoyalFamily)



## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

- 1. ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΜΕ**
- 2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΠΜΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**
- 3. ΛΟΓΟΙ ΙΔΡΥΣΗΣ ΤΟΥ ΠΜΣ**
- 4. ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΠΜΣ**
- 5. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**
- 6. ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΠΜΣ**
- 7. ΤΡΟΠΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ**
- 8. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΦΟΙΤΗΣΗΣ**
- 9. ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**
- 10. ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**
- 11. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ**
- 12. ΑΠΑΛΛΑΓΗ ΔΙΔΑΚΤΡΩΝ**
- 13. ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΠΜΣ**
- 14. ΑΝΑΘΕΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ/ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΕΣ**
- 15. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ**
- 16. ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΩΝ**
- 17. ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ**
- 18. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ**

# ΠΜΣ

## Πολιτική και Διαδίκτυο

### ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο Οδηγός Σπουδών απευθύνεται στους φοιτητές του ΠΜΣ «Πολιτική και Διαδίκτυο» του Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ του Ε.Κ.Π.Α., με κύριο σκοπό την σφαιρική ενημέρωσή τους ως προς τη διαδικασία επιλογής και το πλαίσιο φοίτησης στο συγκεκριμένο μεταπτυχιακό πρόγραμμα.

Το περιεχόμενο του Οδηγού Σπουδών υπόκειται σε αλλαγές χωρίς σχετική ειδοποίηση και αναρτάται στην ιστοσελίδα του ΠΜΣ ([https://www.media.uoa.gr/fileadmin/depts/media.uoa.gr/www/uploads/Politiki\\_kai\\_Diadiktyo\\_-\\_Odigos\\_Spoydon\\_2021-2022.pdf](https://www.media.uoa.gr/fileadmin/depts/media.uoa.gr/www/uploads/Politiki_kai_Diadiktyo_-_Odigos_Spoydon_2021-2022.pdf)).

### Το Τμήμα Επικοινωνίας & ΜΜΕ:

Το Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, είναι ένα από τα νεότερα Τμήματα του παλαιότερου και μεγαλύτερου Πανεπιστημίου της χώρας. Άρχισε να λειτουργεί από το ακαδημαϊκό έτος 1990-1991 αποσκοπώντας να καλύψει τις ανάγκες της ακαδημαϊκής διδασκαλίας και έρευνας στο χώρο των επικοινωνιακών σπουδών στη χώρα. Τα τελευταία είκοσι επτά χρόνια λειτουργεί και αναπτύσσεται και έχει τη χαρά να βλέπει ότι πολλοί από τους φοιτητές και φοιτήτριες του διαπρέπουν στα έντυπα και ηλεκτρονικά ΜΜΕ, στην έρευνα, καθώς και σε άλλες δραστηριότητες της ελληνικής κοινωνίας και του πολιτισμού.

Σήμερα, το Τμήμα μας στελεχώνουν περισσότεροι από σαράντα διδάσκοντες και ερευνητές, οι οποίοι δραστηριοποιούνται σε τομείς διαφορετικούς μεταξύ τους, όπως οι σπουδές πολιτισμού, η πολιτική επιστήμη και η κοινωνιολογία, η νομική επιστήμη, η ιστορία, η ψυχολογία, η ιστορία της τέχνης, η γλωσσολογία, οι νεοελληνικές σπουδές, οι νέες τεχνολογίες και οι εφαρμογές τους, η δημοσιογραφία, η διαφήμιση, οι δημόσιες σχέσεις, η θεωρία και η πρακτική των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Υποστηρίζαμε, ότι το πρόγραμμα των σπουδών του Τμήματός μας προσφέρει μέσα από το διεπιστημονικό χαρακτήρα του δυνατότητα στους φοιτητές του να ακονίζουν τις κρίσιμες και αναλυτικές ικανότητές τους και εξοπλίζει τους πτυχιούχους με τις θεμελιώδεις και αμετάβλητες απαιτήσεις του επαγγέλματος της επικοινωνίας. Με άλλα λόγια, η σύνθεση του Τμήματος αντανακλά το διεπιστημονικό περίγραμμα του αντικειμένου της επικοινωνίας

### **Ιστορική εξέλιξη του ΠΜΣ Πολιτική και Διαδίκτυο:**

Το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (ΠΜΣ) με τίτλο «Πολιτική και Διαδίκτυο», άρχισε να λειτουργεί από το ακαδημαϊκό έτος 2018-2019, στο Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΕΜΜΕ) της Σχολής Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών (ΟΠΕ) του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΕΚΠΑ), σύμφωνα με τις διατάξεις του ν.4485/2017 και βάσει του ΦΕΚ Τεύχος Β΄ 2198/13.06.2018. Το ΠΜΣ αποτελεί συνέχεια και μετεξέλιξη προηγούμενων προγραμμάτων μεταπτυχιακών σπουδών του Τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Στο Τμήμα ΕΜΜΕ της Σχολής ΟΠΕ του ΕΚΠΑ λειτουργεί, από το ακαδημαϊκό έτος 1996-97, ΠΜΣ, αρχικά σύμφωνα με τις διατάξεις των άρθρων 10 έως 12 του Ν. 2083/1992 και βάσει των κατ' εξουσιοδότηση αυτών εκδοθεισών υπουργικών αποφάσεων [υπ' αριθμ. Φ711/Β7/682/14.11.1995 Υ.Α. (ΦΕΚ 1018/Β΄/11.12.1995) «Έγκριση Π.Μ.Σ. του Τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Πανεπιστημίου Αθηνών», όπως τροποποιήθηκε με τις υπ' αριθμ. Β7/305/4.6.1998 (ΦΕΚ633/Β/24.6.1998), Β7/288/26.6.2000 (ΦΕΚ 873/Β/17.7.2000) και 46341/Β7 (ΦΕΚ 672/Β/30.5.2003), Υ.Α., όπως τροποποιήθηκε με τις υπ' αριθμ. 8909/Β7 (ΦΕΚ 275/Β/2.3.2007) και 100061/Β7/22.10.2008 (ΦΕΚ 2304/Β/12.11.2008) Υ.Α. και τέλος την υπ' αριθμ. 107381/Β7/10.07.2014 Πράξη Πρύτανη «Αντικατάσταση της υπ' αριθμ. 46341/Β7/12-05-2003 (ΦΕΚ 672 τ.Β΄) Υ.Α.], ως και των σχετικών αποφάσεων της Γενικής Συνέλευσης Τμήματος (Σ.Τ.) (από 27-6-95 απόφαση της Σ.Τ., όπως τροποποιήθηκε και συμπληρώθηκε με τις από 9-7-98, 4-4-2000, 25-9-

2001, 17-9-2002, 15-7-2003, 3-3-2004, 18-1-2005, 5-7-2005, 28-2-2006, 23-5-2006, 25-7-2006, 15-4-2008 και 13-5-2008 αποφάσεις της Σ.Τ.)]

### **Λόγοι ίδρυσης του ΠΜΣ Πολιτική και Διαδίκτυο:**

Η εξάπλωση των διαδικτυακών τεχνολογιών στον δημόσιο και ιδιωτικό βίο σημαίνει ότι, πλέον, βρισκόμαστε αντιμέτωποι με κοσμογονικές αλλαγές στον τρόπο έκφρασης, ενασχόλησης και συμμετοχής στο Πολιτικό (με την ευρεία έννοια) – όπως αποδεικνύεται, για παράδειγμα, από την αρθρογραφία για τα Fake News, ή από την κλιμάκωση της #MeToo ακτιβιστικής καμπάνιας. Στο πλαίσιο παρόμοιων εξελίξεων, το μεταπτυχιακό πρόγραμμα «Πολιτική και Διαδίκτυο» φιλοδοξεί να καλύψει με επιστημονική εγκυρότητα και αρτιότητα τις αναδυόμενες ανάγκες μελέτης και κατανόησης του Πολιτικού μέσα από τις αλλαγές στην τεχνολογία της επικοινωνίας. Το ΠΜΣ «Πολιτική και Διαδίκτυο» δεν απευθύνεται μόνο σε απόφοιτους τμημάτων Επικοινωνίας, Μέσων Ενημέρωσης και Δημοσιογραφίας, αλλά και σε όσους ενδιαφέρονται να κατανοήσουν το Πολιτικό και τη σχέση του με τις τεχνολογίες της επικοινωνίας, και προέρχονται από άλλα γνωστικά αντικείμενα κι επιθυμούν να αποκτήσουν πρόσθετα προσόντα που θα τους εξασφαλίσουν την είσοδο στην αγορά εργασίας.

Επιπρόσθετα, το ΠΜΣ «Πολιτική και Διαδίκτυο» αποσκοπεί στην προετοιμασία αποφοίτων υψηλού επιπέδου για απασχόληση σε φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα ή και σε θέσεις διεθνούς εκπροσώπησης της χώρας (ιδιαίτερα στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης) και την προετοιμασία για μεταπτυχιακές σπουδές διδακτορικού επιπέδου ή/και για ερευνητικές δραστηριότητες στο πεδίο της επικοινωνίας σε ιδρύματα του εσωτερικού ή του εξωτερικού.

Η δομή και το περιεχόμενο του ΠΜΣ έχει προκύψει από την εμπειρία λειτουργίας του προπτυχιακού προγράμματος σπουδών, καθώς και από τη λειτουργία του αρχικού ΠΜΣ στην «Επικοινωνία και ΜΜΕ» του Τμήματος ΕΜΜΕ, που άρχισε να λειτουργεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 1996-1997. Αναμορφώθηκε για πρώτη φορά στο πλαίσιο του ΕΠΕΑΕΚ II κατά το ακαδημαϊκό έτος 2001-2002 με δύο κατευθύνσεις, «Πολιτική Επικοινωνία και Νέες Τεχνολογίες» και, «Πολιτισμικές Σπουδές και Ανθρώπινη Επικοινωνία», και λειτούργησε με τη μορφή αυτή έως το ακαδημαϊκό έτος 2007-2008. Στη συνέχεια, το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών αναμορφώθηκε για δεύτερη φορά κατά το ακαδημαϊκό έτος 2008-2009

προκειμένου να εξειδικευθεί έτι περαιτέρω σε επιστημονικές περιοχές που ανταποκρίνονταν τόσο στις ανάγκες της κοινωνίας όσο και σε αυτές των Σπουδών Επικοινωνίας και ΜΜΕ και συμπεριέλαβε πέντε κατευθύνσεις: α) Ευρωπαϊκές Επικοινωνίες: Δομές και Πολιτικές, β) Κοινή Γνώμη και Δημόσια Επικοινωνία, γ) Πολιτισμικές Σπουδές, δ) Συγκρούσεις: Διαχείριση Συγκρούσεων και Επικοινωνία, ε) Ψηφιακά Μέσα Επικοινωνίας και Περιβάλλοντα Αλληλεπίδρασης. Κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014, το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών αναμορφώθηκε εκ νέου για τρίτη φορά προκειμένου να εξειδικευθεί ακόμη περισσότερο και συμπεριέλαβε πέντε κατευθύνσεις: α) Δημοσιογραφία και Νέα Μέσα, β) Πολιτική Επικοινωνία και Νέα Μέσα, γ) Πολιτισμικές και Κινηματογραφικές Σπουδές, δ) Συγκρούσεις και Επικοινωνία, ε) Ψηφιακά Μέσα Επικοινωνίας και Περιβάλλοντα Αλληλεπίδρασης. Από το ακαδημαϊκό έτος 2018-2019 έως σήμερα, το υπάρχον και αυτόνομο πλέον ΠΜΣ «Πολιτική και Διαδίκτυο» αποτελεί, απόρροια της πορείας των μεταπτυχιακών σπουδών του Τμήματος ΕΜΜΕ του ΕΚΠΑ, καθώς και της έως τώρα απήχησης που είχε η προηγούμενη αντίστοιχη κατεύθυνση του μεταπτυχιακού προγράμματος.

#### **Σκοπός του ΠΜΣ «Πολιτική και Διαδίκτυο»:**

Σκοπός του ΠΜΣ είναι τόσο η μελέτη και η διδασκαλία του πεδίου του Πολιτικού (με την ευρεία έννοια) όπως αυτό επαναπροσδιορίζεται μέσα από τις κατακλυσμαίες οργανωτικές, κοινωνικές, οικονομικές, πολιτισμικές, αλλαγές που φέρνουν στον δημόσιο και ιδιωτικό βίο οι εξελίξεις στην τεχνολογία της επικοινωνίας όσο και η δημιουργία ενός κατάλληλα εξειδικευμένου επιστημονικού προσωπικού το οποίο θα μπορεί να εμβαθύνει και να κατανοήσει τις επιμέρους πτυχές αυτών των αλλαγών. Η μελέτη της κοινής γνώμης, της πολιτικής ενημέρωσης, της δημόσιας επικοινωνίας, των πολιτικών χρήσεων του διαδικτύου, του ρόλου της προπαγάνδας αποτελούν μερικούς μόνο από τους άξονες θεωρητικής συζήτησης, εμπειρικής ενασχόλησης και αναζήτησης που οι μεταπτυχιακοί φοιτητές θα κληθούν να εμπλακούν μαζί. Ο απώτερος στόχος του ΠΜΣ είναι να εξοικειωθούν οι φοιτητές με σύνθετα και αλληλένδετα φαινόμενα, έννοιες αλλά και διαδικασίες και εξελίξεις του Πολιτικού που συμβαίνουν στο εγχώριο, διεθνές και ευρωπαϊκό περιβάλλον, και έχουν άμεσο αντίκτυπο και στον ελλαδικό χώρο. Κατά τούτο, οι φοιτητές θα εξοπλιστούν με τις κατάλληλες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες που απαιτούνται για να λειτουργήσουν

αποτελεσματικά ως επαγγελματίες στην περιοχή του Πολιτικού στην σύγχρονη παγκοσμιοποιημένη κοινωνία.

Το ΠΜΣ «Πολιτική και Διαδίκτυο» έχει σχεδιαστεί για υποψηφίους που ενδιαφέρονται να ασχοληθούν με ποικίλες όψεις της επικοινωνίας, ιδιαίτερα της μαζικής, και του πολιτικού γίνεσθαι εν αναφορά προς: τις ανισότητες φύλου και εξουσίας στην πολιτική, τις μεταναστευτικές ροές και το τον τρόπο με τον οποίο δημοσιοποιούνται αυτές στην κοινή γνώμη, την άνοδο του λαϊκισμού σε διεθνές επίπεδο, την συζήτηση για την έξοδο της Βρετανίας από την Ε.Ε., τη διασπορά των ψευδών ειδήσεων, τη μεσοποίηση της οικονομικής και κοινωνικής κρίσης, την πολιτική αξιοποίηση -των δημοσκοπήσεων, τις στρατηγικές πολιτικής επικοινωνίας, τις νέες μορφές δημοσιότητας όπως διαμορφώνονται με την ανάπτυξη νέων επικοινωνιακών εργαλείων, την αναζήτηση της 'μετα-δημοκρατίας' και της 'μετα-αλήθειας', την δημοψηφισματική προσέγγιση της Δημοκρατίας, τις εφαρμογές της προπαγάνδας στο διαδίκτυο, την ανάδυση νέων τάσεων όπως η λογοκρισία στο διαδίκτυο και η αμφισβήτηση της αρχής της ουδετερότητας του διαδικτύου. Επιπλέον, το ΠΜΣ «Πολιτική και Διαδίκτυο» έχει σχεδιαστεί και για υποψηφίους που ενδιαφέρονται για την πολιτική και ακτιβιστική διάσταση της κουλτούρας της διασημότητας, την ευρύτερη πολιτική διάσταση της κατανάλωσης (politics of consumption) κ.ά.

Συγκεκριμένα, για την εκπόνησή του προτεινόμενου ΠΜΣ «Πολιτική και Διαδίκτυο», ελήφθησαν υπόψη τα εξής:

- α) οι τρέχουσες εξελίξεις στο συναφές επιστημονικό πεδίο, εξελίξεις οι οποίες οδηγούν σε διεπιστημονικού τύπου προσεγγίσεις της μελέτης του Πολιτικού, της πολιτικής επικοινωνίας, των ΜΜΕ, ιδιαίτερα των νέων μέσων, των περιεχομένων και των πολιτικών τους χρήσεων, και ιδιαίτερα σε περιόδους κρίσεων, της δημοφιλούς κουλτούρας, των κουλτούρας των Μέσων και των νέων τεχνολογιών, μέσα σε ένα ευρύτερο επικοινωνιακό πλαίσιο,
- β) η συνάφεια του προγράμματος με τις εξελίξεις και τις ανάγκες στην παραγωγή, την ανάπτυξη και την αγορά εργασίας, αλλά και τις ανάγκες και αναζητήσεις του ευρύτερου κοινωνικού περιβάλλοντος,



- γ) η εκδήλωση ενδιαφέροντος από απόφοιτους του Τμήματος και γενικώς νέους επιστήμονες και ερευνητές να εξειδικευθούν στο συγκεκριμένο πεδίο της Επικοινωνίας και των ΜΜΕ,
- δ) η γενικότερη επίδραση του προγράμματος στην ελληνική κοινωνία μέσα από την προβολή και διάχυση των μέχρι σήμερα αποτελεσμάτων του.

### **Μαθησιακά αποτελέσματα**

**Με την ολοκλήρωση του προγράμματος, οι απόφοιτοι αναμένεται να είναι σε θέση:**

- να αναπτύξουν κριτικές και αναλυτικές δεξιότητες που θα τους επιτρέπουν να ερμηνεύουν και να επεξεργάζονται το Πολιτικό σε συνάρτηση με το περιεχόμενο, τις πρακτικές παραγωγής και κατανάλωσης και τα τεχνολογικά χαρακτηριστικά των μέσων επικοινωνίας ιδιαίτερα των νέων, σε συνάρτηση ακόμα με την κουλτούρα των ΜΜΕ, ιδιαίτερα την δημοφιλή κουλτούρα, έτσι ώστε να μπορούν να λειτουργήσουν ως επαγγελματίες στον χώρο της πολιτικής επικοινωνίας, και των Μέσων,
- να αποκτήσουν αναλυτικές ικανότητες ώστε να μπορούν να αντλήσουν πληροφόρηση και κυρίως να εξασκήσουν δυνατότητες συνθετικής ανάλυσης των γεγονότων και κοινωνικοοικονομικών μεταρρυθμίσεων,
- να εμπλουτίσουν το επιστημονικό τους υπόβαθρο σχετικά με τα δρώμενα και τις εξελίξεις στο πεδίο του Πολιτικού, λαμβάνοντας υπόψη τα νέα τεχνολογικά εργαλεία και τις νέες επικοινωνιακές συνθήκες,
- να συστηματοποιήσουν τον τρόπο που σχεδιάζουν, γράφουν και παρουσιάζουν τη δουλειά τους,
- να καλλιεργήσουν ακαδημαϊκές δεξιότητες για την αποσαφήνιση και μελέτη προβλημάτων που αφορούν τις ερευνητικές μεθοδολογίες.

### **ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΠΜΣ**

Ο κανονισμός του ΠΜΣ «Πολιτική και Διαδίκτυο» είναι αναρτημένος στην ιστοσελίδα του ΠΜΣ στην ηλεκτρονική διεύθυνση:

[https://www.media.uoa.gr/fileadmin/depts/media.uoa.gr/politicsandtheinternet/uploads/A14\\_Kanonismos\\_Spoydon\\_\\_Praktikis\\_fskisis\\_Kinitikotitas\\_\\_Ekponisis\\_Ergasion-PMS\\_Politiki\\_kai\\_Diadiktyo.pdf](https://www.media.uoa.gr/fileadmin/depts/media.uoa.gr/politicsandtheinternet/uploads/A14_Kanonismos_Spoydon__Praktikis_fskisis_Kinitikotitas__Ekponisis_Ergasion-PMS_Politiki_kai_Diadiktyo.pdf)

## **ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΚΤΕΩΝ**

Στο ΠΜΣ γίνονται δεκτοί πτυχιούχοι Α.Ε.Ι. της ημεδαπής, καθώς και ομοταγών αναγνωρισμένων ιδρυμάτων της αλλοδαπής- απόφοιτοι/ες Σχολών ή Τμημάτων Επικοινωνίας, Πολιτισμού, Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ, Φιλοσοφικών, Κοινωνικών, Νομικών, Οικονομικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών.

Ο ανώτατος αριθμός των εισακτέων φοιτητών/τριών στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών ορίζεται σε 16 (δεκαέξι) συνολικά. Ο ανώτατος αριθμός εισακτέων προσδιορίζεται σύμφωνα με τον αριθμό των διδασκόντων του ΠΜΣ και την αναλογία φοιτητών- διδασκόντων, την υλικοτεχνική υποδομή, τις αίθουσες διδασκαλίας, την απορρόφηση των διπλωματούχων από την αγορά εργασίας.

Επιπλέον του αριθμού εισακτέων γίνεται δεκτό ένα (1) μέλος των κατηγοριών Ε.Ε.Π., Ε.ΔΙ.Π. και Ε.Τ.Ε.Π. κατ' έτος, εφόσον το έργο που επιτελεί στο Ίδρυμα είναι συναφές με το γνωστικό αντικείμενο του ΠΜΣ.

Οι υπότροφοι του ΙΚΥ, οι αλλοδαποί υπότροφοι του ελληνικού κράτους, για το ίδιο ή συναφές γνωστικό αντικείμενο με αυτό του ΠΜΣ, εισάγονται χωρίς εξετάσεις.

Η επιλογή των φοιτητών/τριών γίνεται σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, τον Κανονισμό Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών ΕΚΠΑ και τις προβλέψεις του παρόντος Κανονισμού.

## **ΤΡΟΠΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ**

Κάθε Ιούνιο, με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ του Ε.Κ.Π.Α, δημοσιεύεται και αναρτάται στην ιστοσελίδα του Τμήματος και του Ίδρυματος προκήρυξη για την εισαγωγή μεταπτυχιακών φοιτητών/τριών στο Π.Μ.Σ. Οι σχετικές αιτήσεις μαζί με τα απαραίτητα δικαιολογητικά κατατίθενται στη Γραμματεία του Π.Μ.Σ., σε προθεσμία που ορίζεται κατά την

προκήρυξη και μπορεί να παραταθεί με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος.

Η Συνέλευση του Τμήματος αναθέτει στη Σ.Ε. τη διαδικασία επιλογής των εισακτέων.

Απαραίτητα δικαιολογητικά είναι:

- Αίτηση συμμετοχής
- Βιογραφικό σημείωμα
- Φωτοτυπία δύο όψεων της αστυνομικής ταυτότητας
- Αντίγραφο πτυχίου ή βεβαίωση περάτωσης σπουδών
- Αναλυτική βαθμολογία προπτυχιακών μαθημάτων
- Πιστοποιητικό γλωσσομάθειας αγγλικής επιπέδου C1/G1, ή πτυχίο Αγγλικού/Αγγλόφωνου πανεπιστημίου
- 2 Συστατικές επιστολές (εξαιρούνται οι απόφοιτοι του Τμήματος ΕΜΜΕ)
- Επιστημονικές δημοσιεύσεις, εάν υπάρχουν
- Αποδεικτικά επαγγελματικής ή ερευνητικής δραστηριότητας, εάν υπάρχουν
- Πιστοποιητικό ελληνομάθειας ή επαρκής, διαπιστωμένη από την Επιτροπή Επιλογής Εισακτέων του ΠΜΣ, γνώση της ελληνικής γλώσσας για αλλοδαπούς υποψήφιους, οι οποίοι επιθυμούν να συμμετέχουν σε ΠΜΣ που διοργανώνεται στην ελληνική γλώσσα.
- Αναγνώριση ακαδημαϊκού τίτλου σπουδών της αλλοδαπής

Η αξιολόγηση των υποψηφίων και η επιλογή των εισακτέων γίνεται με βάση τα ακόλουθα κριτήρια:

Βαθμός Πτυχίου (25%)

Πτυχιακή εργασία (5%)

Άλλο δίπλωμα Μ.Α./MSc/PhD (10%)

Άλλη ξένη γλώσσα (ή γλώσσες) εκτός από την πρώτη, σε επίπεδο Γ1/C1 (5%)

Εργασιακή Εμπειρία συναφή με το αντικείμενο του ΠΜΣ (10%)

Επιστημονικές Δημοσιεύσεις σε περιοδικά/ πρακτικά συνεδρίων με κριτές (5%)

Συνέντευξη σε επιτροπή οριζόμενη από τη Σ.Ε. [στην οποία δύναται να περιλαμβάνεται και συγγραφή δοκιμίου, για το οποίο δεν απαιτείται ειδική προετοιμασία] (30%)

Με βάση τα συνολικά κριτήρια, η Σ.Ε. καταρτίζει τον πίνακα αξιολόγησης των φοιτητών/τριών και τον καταθέτει προς έγκριση στη Συνέλευση του Τμήματος. Οι επιτυχόντες/ουσες θα πρέπει να εγγραφούν στη Γραμματεία του Π.Μ.Σ. εντός τριάντα (30) ημερών από την απόφαση της Συνέλευσης.

Σε περίπτωση ισοβαθμίας (με μαθηματική στρογγυλοποίηση στην ακέραιη μονάδα της κλίμακας 100), εισάγονται οι ισοβαθμήσαντες υποψήφιοι, σε ποσοστό που δεν υπερβαίνει το 10% του ανώτατου αριθμού εισακτέων. Εισάγονται επίσης ισοβαθμήσαντες στην τελευταία θέση και ως ισοβαθμία θεωρείται η βαθμολογική διαφορά έως 0,5 του βαθμού κατάταξης με τον τελευταίο επιτυχόντα.

Σε περίπτωση μη εγγραφής ενός ή περισσότερων φοιτητών/τριών, θα κληθούν να εγγραφούν στο Π.Μ.Σ. οι επιλαχόντες/ουσες (αν υπάρχουν), με βάση τη σειρά τους στον εγκεκριμένο αξιολογικό πίνακα.

#### **ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΦΟΙΤΗΣΗΣ**

Η χρονική διάρκεια φοίτησης στο Π.Μ.Σ. που οδηγεί στη λήψη Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.) ορίζεται σε 3 (τρία) ακαδημαϊκά εξάμηνα, στα οποία περιλαμβάνεται και ο χρόνος εκπόνησης διπλωματικής εργασίας. Υπάρχει δυνατότητα παράτασης, έπειτα από αιτιολογημένη αίτηση του φοιτητή και έγκριση από τη Συνέλευση. Η παράταση δεν υπερβαίνει το 1 ακαδημαϊκό εξάμηνο. Έτσι, ο ανώτατος επιτρεπόμενος χρόνος ολοκλήρωσης των σπουδών ορίζεται στα 4 (τέσσερα) ακαδημαϊκά εξάμηνα. Σε περίπτωση υπέρβασης αυτού του χρονικού ορίου ο/η μεταπτυχιακός/η φοιτητής/τρια διαγράφεται κατόπιν απόφασης της Συνέλευσης του Τμήματος.

Οι φοιτητές/τριες που δεν έχουν υπερβεί το ανώτατο όριο φοίτησης, έπειτα από αιτιολογημένη αίτησή τους προς τη Συνέλευση του Τμήματος, δύνανται να διακόψουν τη φοίτησή τους για χρονική περίοδο που δεν υπερβαίνει τα δύο (2) συνεχόμενα εξάμηνα. Αναστολή φοίτησης χορηγείται άπαξ, και μόνο για αποδεδειγμένα σοβαρούς λόγους (στρατιωτική θητεία, ασθένεια, λοχεία, απουσία στο εξωτερικό για υπηρεσιακούς λόγους κ.ά.).

Η αίτηση πρέπει να είναι αιτιολογημένη και να συνοδεύεται από όλα τα σχετικά δικαιολογητικά αρμόδιων δημόσιων αρχών ή οργανισμών, από τα οποία αποδεικνύονται οι λόγοι αναστολής φοίτησης. Η φοιτητική ιδιότητα αναστέλλεται κατά τον χρόνο διακοπής της φοίτησης και δεν επιτρέπεται η συμμετοχή σε καμία εκπαιδευτική διαδικασία. Τα εξάμηνα αναστολής της φοιτητικής ιδιότητας δεν προσμετρώνται στην προβλεπόμενη ανώτατη διάρκεια κανονικής φοίτησης.

Τουλάχιστον δύο εβδομάδες πριν από το πέρας της αναστολής φοίτησης, ο/η φοιτητής /τρια υποχρεούται να επανεγγραφεί στο πρόγραμμα για να συνεχίσει τις σπουδές του/της με τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του/της ενεργού φοιτητή/τριας. Οι φοιτητές/τριες δύνανται με αίτησή τους να διακόψουν την αναστολή φοίτησης και να επιστρέψουν στο Πρόγραμμα μόνο στην περίπτωση που έχουν αιτηθεί αναστολή φοίτησης για δύο συνεχόμενα ακαδημαϊκά εξάμηνα. Η αίτηση διακοπής της αναστολής φοίτησης πρέπει να κατατίθεται το αργότερο δύο εβδομάδες πριν από την έναρξη του δεύτερου εξαμήνου της αναστολής.

Η διάρκεια αναστολής ή παράτασης του χρόνου φοίτησης συζητείται και εγκρίνεται κατά περίπτωση από τη Σ.Ε., η οποία και εισηγείται στη Συνέλευση του Τμήματος.

## **ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ/ΤΡΙΩΝ**

Το εκπαιδευτικό έργο κάθε ακαδημαϊκού έτους διαρθρώνεται σε δύο εξάμηνα σπουδών, το χειμερινό και το εαρινό, έκαστο εκ των οποίων περιλαμβάνει τουλάχιστον δεκατρείς (13) εβδομάδες διδασκαλίας και τρεις (3) εβδομάδες εξετάσεων. Τα μαθήματα του χειμερινού και εαρινού εξαμήνου εξετάζονται επαναληπτικώς κατά την περίοδο του Σεπτεμβρίου.

Σε περίπτωση κωλύματος διεξαγωγής μαθήματος προβλέπεται η αναπλήρωσή του. Η ημερομηνία και η ώρα αναπλήρωσης αναρτώνται στην ιστοσελίδα του Π.Μ.Σ.

Η παρακολούθηση των μαθημάτων/εργαστηρίων κ.λπ. είναι υποχρεωτική. Ο αριθμός επιτρεπόμενων απουσιών ανά μάθημα δεν μπορεί να υπερβαίνει τις

3 (τρεις). Σε αντίθετη περίπτωση, ο μεταπτυχιακός φοιτητής/τρια υποχρεούται να παρακολουθήσει εκ νέου το μάθημα κατά το επόμενο ακαδημαϊκό έτος.

Η αξιολόγηση των μεταπτυχιακών φοιτητών/τριών και η επίδοσή τους στα μαθήματα που υποχρεούνται να παρακολουθήσουν στο πλαίσιο του Π.Μ.Σ. πραγματοποιείται με γραπτές ή προφορικές εξετάσεις ή/και με εκπόνηση εργασιών καθ' όλη τη διάρκεια του εξαμήνου ή και στηρίζεται σε ενδιάμεσες εξετάσεις προόδου, εργαστηριακές ασκήσεις ή και σε συνδυασμό όλων των παραπάνω. Ο τρόπος αξιολόγησης ορίζεται από τον/ην διδάσκοντα/ουσα του κάθε μαθήματος. Κατά τη διεξαγωγή γραπτών ή προφορικών εξετάσεων, ως μεθόδων αξιολόγησης, εξασφαλίζεται υποχρεωτικά το αδιάβλητο της διαδικασίας. Η βαθμολόγηση γίνεται στην κλίμακα 1-10. Τα αποτελέσματα των εξετάσεων ανακοινώνονται από τον διδάσκοντα και αποστέλλονται στη Γραμματεία του ΠΜΣ και του Τμήματος μέσα σε τέσσερις

(4) εβδομάδες το αργότερο από την εξέταση του μαθήματος. Σε περίπτωση που κατ' επανάληψη σημειώνεται υπέρβαση του ανωτέρω ορίου από διδάσκοντα/ουσα, ο/η Διευθυντής/ντρια του Π.Μ.Σ. ενημερώνει σχετικά τη Συνέλευση της Σχολής/του Τμήματος.

Το ποσοστό συμμετοχής των εργαστηριακών ασκήσεων, εργασιών και σεμιναρίων στον τελικό βαθμό του κάθε μαθήματος καθορίζεται για κάθε μάθημα ξεχωριστά, όπως ορίζει ο διδάσκων/η διδάσκουσα στην έναρξη κάθε μαθήματος.

Για την αντιμετώπιση έκτακτων αναγκών ή συνθηκών που ανάγονται σε λόγους ανωτέρας βίας δύναται να εφαρμόζονται εναλλακτικές μέθοδοι αξιολόγησης, όπως η διεξαγωγή γραπτών ή προφορικών εξετάσεων με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων, υπό την προϋπόθεση ότι εξασφαλίζεται το αδιάβλητο της διαδικασίας της αξιολόγησης.

Δύναται να εφαρμόζονται εναλλακτικές μέθοδοι για την αξιολόγηση φοιτητών/τριών με αναπηρία και ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες μετά από απόφαση της Σ.Ε και εισήγηση της επιτροπής ΑμεΑ του Τμήματος και

λαμβάνοντας υπόψη τις σχετικές οδηγίες της Μονάδας Προσβασιμότητας Φοιτητών με αναπηρία.

Η αξιολόγηση των φοιτητών/τριών των προγραμμάτων σπουδών δεύτερου κύκλου που οργανώνονται με μεθόδους εξ αποστάσεως εκπαίδευσης δύναται να πραγματοποιείται με εξ αποστάσεως εξετάσεις, υπό την προϋπόθεση ότι εξασφαλίζεται το αδιάβλητο της διαδικασίας της αξιολόγησης.

Στις περιπτώσεις ασθένειας ή ανάρρωσης από βαριά ασθένεια συνιστάται ο/η διδάσκων/ουσα να διευκολύνει, με όποιον τρόπο θεωρεί ο/η ίδιος/α πρόσφορο, τον/την φοιτητή/τρια (π.χ. προφορική εξ αποστάσεως εξέταση). Κατά τις προφορικές εξετάσεις ο/η διδάσκων/ουσα εξασφαλίζει ότι δεν θα παρευρίσκεται μόνος του/της με τον/την εξεταζόμενο/η φοιτητή/τρια.

Μαθήματα στα οποία κάποιος δεν έλαβε προβιβάσιμο βαθμό, οφείλει να τα επαναλάβει. Ωστόσο το εργαστήριο ή η άσκηση που βαθμολογείται αυτοτελώς, κατοχυρώνεται και δεν επαναλαμβάνεται, εφόσον η παρακολούθηση αυτών κρίθηκε επιτυχής.

Διόρθωση βαθμού επιτρέπεται, εφόσον έχει εμφιλοχωρήσει προφανής παραδρομή ή αθροιστικό σφάλμα, ύστερα από έγγραφο του/της αρμόδιου διδάσκοντα/ουσας και απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος.

Αν ο φοιτητής/τρια αποτύχει τρεις (3) φορές στο ίδιο μάθημα, ακολουθείται η διαδικασία που ορίζει η ισχύουσα νομοθεσία.

Τα γραπτά φυλάσσονται υποχρεωτικά και με επιμέλεια του υπεύθυνου του μαθήματος για δύο(2) χρόνια- εκτός και αν εκκρεμεί διοικητικός έλεγχος.

Για τον υπολογισμό του βαθμού του τίτλου σπουδών λαμβάνεται υπόψη η βαρύτητα που έχει κάθε μάθημα στο πρόγραμμα σπουδών και η οποία εκφράζεται με τον αριθμό των πιστωτικών μονάδων (ECTS). Ο αριθμός των πιστωτικών μονάδων (ECTS) του μαθήματος αποτελεί ταυτόχρονα και τον συντελεστή βαρύτητας αυτού του μαθήματος.

Για τον υπολογισμό του βαθμού του τίτλου σπουδών πολλαπλασιάζεται ο βαθμός κάθε μαθήματος με τον αντίστοιχο αριθμό των πιστωτικών μονάδων (του μαθήματος) και το συνολικό άθροισμα των επιμέρους γινομένων διαιρείται με το σύνολο των πιστωτικών μονάδων που απαιτούνται για την απόκτηση του τίτλου.

$$\text{Βαθμός διπλώματος} = \frac{\sum_{\kappa=1}^N BM_{\kappa} * MM_{\kappa}}{\sum_{\kappa=1}^N MM_{\kappa}}$$



Στον ανωτέρω μαθηματικό τύπο:

$k$  = δείκτης που αναφέρεται σε κάθε μάθημα,  $k= 1, 2, \dots, N$ ,

$N$  = αριθμός μαθημάτων που απαιτούνται για τη λήψη του τίτλου σπουδών,

$ΒΜκ$  = βαθμός του μαθήματος  $k$ ,

$ΠΜκ$  = πιστωτικές μονάδες του μαθήματος  $k$ .

Για την απόκτηση Δ.Μ.Σ. κάθε μεταπτυχιακός/ή φοιτητής/τρια οφείλει να παρακολουθήσει και να εξεταστεί επιτυχώς στο σύνολο των υποχρεωτικών και τον απαιτούμενο αριθμό των επιλεγόμενων από τα προσφερόμενα μαθήματα του Π.Μ.Σ. και να εξεταστεί επιτυχώς στη μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία, συγκεντρώνοντας έτσι ενενήντα (90) ECTS.

### **ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Η εξέταση της Μεταπτυχιακής Διπλωματικής Εργασίας (ΜΔΕ) γίνεται μετά την παρακολούθηση και την επιτυχή εξέταση όλων των μαθημάτων του προγράμματος σπουδών. Οι διπλωματικές εργασίες πρέπει να παραδίδονται εντός των οριζόμενων προθεσμιών και πάντως το αργότερο έως την 28<sup>η</sup> Φεβρουαρίου κάθε έτους. Διαφορετικά, οι φοιτητές/φοιτήτριες ζητούν παράταση καταβάλλοντας τα τέλη φοίτησης του τετάρτου εξαμήνου.

Η ΜΔΕ πρέπει να είναι ατομική, πρωτότυπη, να έχει ερευνητικό χαρακτήρα και να συντάσσεται σύμφωνα με της οδηγίες συγγραφής που είναι αναρτημένες στην ιστοσελίδα του κάθε Π.Μ.Σ.

Ύστερα από αίτηση του/της υποψηφίου/της στην οποία αναγράφεται ο προτεινόμενος τίτλος της διπλωματικής εργασίας, ο/η επιβλέπων/ουσα και επισυνάπτεται περίληψη της προτεινόμενης εργασίας, η Σ.Ε. ορίζει τον/την επιβλέποντα/ουσα της και συγκροτεί την τριμελή εξεταστική επιτροπή για την έγκριση της εργασίας, ένα από τα μέλη της οποίας είναι και ο/η επιβλέπων/ουσα. Η γλώσσα συγγραφής της μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας είναι η ελληνική. Μπορεί να είναι η αγγλική ύστερα από έγκριση της Σ.Ε. πράγμα που ορίζεται της ορισμό του θέματος.

Ο τίτλος της εργασίας μπορεί να οριστικοποιηθεί κατόπιν αίτησης του/ης φοιτητή/τριας και σύμφωνης γνώμης του/ης επιβλέποντος/ουσας της τη

Συντονιστική Επιτροπή του Π.Μ.Σ. Στην αίτηση πρέπει να υπάρχει και συνοπτική δικαιολόγηση της αλλαγής.

Για να εγκριθεί η εργασία ο/η φοιτητής/τρια οφείλει να την υποστηρίξει ενώπιον της τριμελούς εξεταστικής επιτροπής.

Ο/Η Επιβλέπων/ουσα και τα μέλη της τριμελούς εξεταστικής επιτροπής της μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας ορίζονται από της κατωτέρω κατηγορίες που έχουν αναλάβει διδακτικό έργο στο Π.Μ.Σ.:

α) μέλη Διδακτικού Ερευνητικού Προσωπικού (Δ.Ε.Π.), Ειδικού Εκπαιδευτικού Προσωπικού (Ε.Ε.Π.), Εργαστηριακού Διδακτικού Προσωπικού (Ε.ΔΙ.Π.) και Ειδικού Τεχνικού Εργαστηριακού Προσωπικού (Ε.Τ.Ε.Π.) του Τμήματος ή άλλων Τμημάτων του ΕΚΠΑ ή άλλου Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (Α.Ε.Ι.) ή Ανώτατου Στρατιωτικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (Α.Σ.Ε.Ι.), με πρόσθετη απασχόληση πέραν των νόμιμων υποχρεώσεών της, αν το Π.Μ.Σ. έχει τέλη φοίτησης,

β) ομότιμοι Καθηγητές ή αφυπηρητήσαντα μέλη Δ.Ε.Π. του Τμήματος ή άλλων Τμημάτων του ΕΚΠΑ ή άλλου Α.Ε.Ι.,

γ) συνεργαζόμενοι καθηγητές, δ) εντεταλμένοι διδάσκοντες,

ε) επισκέπτες καθηγητές ή επισκέπτες ερευνητές,

στ) ερευνητές και ειδικοί λειτουργικοί επιστήμονες ερευνητικών και τεχνολογικών φορέων του άρθρου 13<sup>Α</sup> του ν. 4310/2014 (Α' 258) ή λοιπών ερευνητικών κέντρων και ινστιτούτων της ημεδαπής ή αλλοδαπής.

Με απόφαση της Συνέλευσης, μετά από εισήγηση της Σ.Ε., δύναται να ανατίθεται η επίβλεψη διπλωματικών εργασιών και σε μέλη Δ.Ε.Π., Ε.Ε.Π., Ε.Τ.Ε.Π. και Ε.ΔΙ.Π. του Τμήματος, που δεν έχουν αναλάβει διδακτικό έργο στο Π.Μ.Σ.

Οι μεταπτυχιακές διπλωματικές εργασίες εφόσον εγκριθούν της εξεταστική επιτροπή, αναρτώνται υποχρεωτικά στο Ψηφιακό Αποθετήριο «ΠΕΡΓΑΜΟΣ», σύμφωνα με της αποφάσεις της Συγκλήτου του ΕΚΠΑ.

Εφόσον η Μ.Δ.Ε. περιέχει πρωτότυπα αποτελέσματα μη δημοσιευμένα, δύναται, κατόπιν αιτήσεως του/της επιβλέποντος/ουσας, η οποία συνυπογράφεται από τον/την μεταπτυχιακό φοιτητή/τρια, να δημοσιευθούν στην ιστοσελίδα μόνο οι περιλήψεις, και το πλήρες κείμενο να δημοσιευθεί αργότερα.

Η επιτροπή μπορεί να ζητήσει: (1) ελάχιστονες διορθώσεις, της οποίες ο/η υποψήφιος/α ανταποκρίνεται εντός χρονικού διαστήματος 20 ημερών. Εφόσον αυτό ζητηθεί, η επιτροπή καταθέτει τον τελικό βαθμό στη Γραμματεία χωρίς περαιτέρω εξέταση, (2) μείζονος σημασίας διορθώσεις στη διπλωματική εργασία της οποίες ο/η υποψήφιος/α ανταποκρίνεται εντός χρονικού διαστήματος 45 ημερών. Στην περίπτωση (2) ορίζεται επανεξέταση της διορθωμένης εργασίας την αμέσως επόμενη εξεταστική περίοδο, οπότε εάν ο/η φοιτητής/τρια δεν ανταποκριθεί επιτυχώς, διαγράφεται ύστερα από αιτιολογημένη εισήγηση της τριμελούς εξεταστικής επιτροπής και απόφαση της Συνέλευσης.

### **ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ/ΤΡΙΩΝ**

Οι μεταπτυχιακοί/ες φοιτητές/τριες έχουν όλα τα δικαιώματα και τις παροχές που προβλέπονται και για τους φοιτητές του πρώτου κύκλου σπουδών, έως και τη λήξη τυχόν χορηγηθείσας παράτασης φοίτησης, πλην του δικαιώματος παροχής δωρεάν διδακτικών συγγραμμάτων.

Το Ίδρυμα εξασφαλίζει στους/ις φοιτητές/τριες με αναπηρία ή/και ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες προσβασιμότητα στα προτεινόμενα συγγράμματα και τη διδασκαλία (<https://access.uoa.gr/>).

Το Γραφείο Διασύνδεσης του ΕΚΠΑ παρέχει συμβουλευτική υποστήριξη φοιτητών σε θέματα σπουδών και επαγγελματικής αποκατάστασης (<https://www.career.uoa.gr/ypiresies/>).

Οι μεταπτυχιακοί/ες φοιτητές/τριες καλούνται να συμμετέχουν και να παρακολουθούν σεμινάρια ερευνητικών ομάδων, συζητήσεις βιβλιογραφικής ενημέρωσης, επισκέψεις εργαστηρίων, συνέδρια/ημερίδες με γνωστικό αντικείμενο συναφές με αυτό του Π.Μ.Σ., διαλέξεις ή άλλες επιστημονικές εκδηλώσεις του Π.Μ.Σ. κ.ά.

Η Συνέλευση του Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ, μετά την εισήγηση της Σ.Ε., δύναται να αποφασίσει τη διαγραφή μεταπτυχιακών φοιτητών/τριών εάν:

- υπερβούν το ανώτατο όριο απουσιών κατά την επανάληψη του μαθήματος όπως ορίζεται στο 8.3 του παρόντος Κανονισμού,

- έχουν αποτύχει στην εξέταση μαθήματος ή μαθημάτων και δεν έχουν ολοκληρώσει επιτυχώς το πρόγραμμα, σύμφωνα με τα όσα ορίζονται στον παρόντα κανονισμό,
- υπερβούν τη μέγιστη χρονική διάρκεια φοίτησης στο Π.Μ.Σ., όπως ορίζεται στον παρόντα Κανονισμό,
- έχουν παραβιάσει τις κείμενες διατάξεις όσον αφορά την αντιμετώπιση πειθαρχικών παραπτωμάτων από τα αρμόδια πειθαρχικά Όργανα,
- δεν καταβάλλουν το προβλεπόμενο τέλος φοίτησης,
- υποβάλουν αίτηση διαγραφής οι ίδιοι.

Σε περίπτωση που μεταπτυχιακός φοιτητής/τρια διαγραφεί από το Π.Μ.Σ., μπορεί να αιτηθεί χορήγηση βεβαίωσης για τα μαθήματα στα οποία έχει εξεταστεί επιτυχώς.

Οι φοιτητές/τριες μπορούν να συμμετέχουν σε διεθνή προγράμματα ανταλλαγής φοιτητών/τριων, όπως το πρόγραμμα ERASMUS + ή CIVIS, κατά την κείμενη νομοθεσία. Στην περίπτωση αυτή ο μέγιστος αριθμός ECTS που μπορούν να αναγνωρίσουν είναι τριάντα (30). Η δυνατότητα αυτή παρέχεται μετά το Α' εξάμηνο σπουδών τους. Οι φοιτητές/τριες θα πρέπει να κάνουν αίτηση προς τη Σ.Ε. και να ακολουθήσουν τους όρους του προγράμματος.

Το Π.Μ.Σ. μπορούν να το παρακολουθήσουν και φοιτητές/τριες από διεθνή προγράμματα ανταλλαγής φοιτητών/τριών, όπως το πρόγραμμα ERASMUS+, σύμφωνα με τις συναφθείσες συνεργασίες.

Οι μεταπτυχιακοί/ες φοιτητές/τριες του Ε.Κ.Π.Α. δύνανται να εγγραφούν σε Π.Μ.Σ. του ιδίου ή άλλων Α.Ε.Ι. της ημεδαπής ή της αλλοδαπής στο πλαίσιο εκπαιδευτικών ή ερευνητικών προγραμμάτων συνεργασίας σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία.

Στο τέλος κάθε εξαμήνου πραγματοποιείται αξιολόγηση κάθε μαθήματος και κάθε διδάσκοντος/ουσας από τους/ις μεταπτυχιακούς φοιτητές/τριες (βλ. άρθρο 19).

Οι μεταπτυχιακοί φοιτητές/τριες μπορούν να αιτηθούν την έκδοση παραρτήματος διπλώματος στην ελληνική και την αγγλική γλώσσα.

Για τη συμμετοχή τους στο Π.Μ.Σ. «Πολιτική και Διαδίκτυο» οι μεταπτυχιακοί/ες φοιτητές/τριες καταβάλλουν τέλη φοίτησης που ανέρχονται στο ποσό των 650 ευρώ ανά εξάμηνο. Η καταβολή του τέλους γίνεται στην αρχή

κάθε διδακτικού εξαμήνου, συμπεριλαμβανομένου του εξαμήνου της παράτασης (εφόσον αυτή έχει ζητηθεί και εγκριθεί).

## ΑΠΑΛΛΑΓΗ ΔΙΔΑΚΤΡΩΝ

Απαλλάσσονται από τα τέλη φοίτησης, οι φοιτητές/τριες Π.Μ.Σ., που πληρούν τα οικονομικά ή κοινωνικά κριτήρια και τις προϋποθέσεις αριστείας κατά τον πρώτο κύκλο σπουδών, σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία. Η απαλλαγή αυτή παρέχεται για τη συμμετοχή σε ένα μόνο Π.Μ.Σ. Σε κάθε περίπτωση, οι απαλλασσόμενοι/ες φοιτητές/τριες δεν ξεπερνούν το ποσοστό του τριάντα τοις εκατό (30%) του συνολικού αριθμού των φοιτητών/τριων που εισάγονται στο Π.Μ.Σ. ανά ακαδημαϊκό έτος.

Η αίτηση για απαλλαγή από τα τέλη φοίτησης υποβάλλεται μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας επιλογής των φοιτητών/τριών των Π.Μ.Σ.. Η οικονομική κατάσταση υποψηφίου/ας σε καμία περίπτωση δεν αποτελεί λόγο μη επιλογής σε Π.Μ.Σ..

Δεν δικαιούνται απαλλαγή όσοι λαμβάνουν υποτροφία από άλλη πηγή, ούτε οι πολίτες χωρών εκτός Ε.Ε.

Η εξέταση των κριτηρίων περί απαλλαγής από τα τέλη φοίτησης πραγματοποιείται από τη Συνέλευση του Τμήματος και εκδίδεται αιτιολογημένη απόφαση περί αποδοχής ή απόρριψης της αίτησης.

Εφόσον η ισχύουσα νομοθεσία θέτει ηλικιακό κριτήριο, συνιστάται, για λόγους χρηστής διοίκησης και ίσης μεταχείρισης, ως ημερομηνία γέννησης των φοιτητών/τριών να θεωρείται η 31η Δεκεμβρίου του έτους γέννησης.

Τα μέλη των κατηγοριών Ε.Ε.Π., Ε.ΔΙ.Π., Ε.Τ.Ε.Π., που γίνονται δεκτοί ως υπεράριθμοι σύμφωνα με τη διάταξη 9.5γ του παρόντος κανονισμού, απαλλάσσονται από την καταβολή διδάκτρων.

**ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΠΜΣ**

Για την εύρυθμη λειτουργία του Π.Μ.Σ. διατίθενται αίθουσες διδασκαλίας και σεμιναρίων, αμφιθέατρα εξοπλισμένα με οπτικοακουστικά μέσα και εργαστήρια του Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ.

Η διοικητική και γραμματειακή υποστήριξη του Π.Μ.Σ. γίνεται από τη Γραμματεία του Τμήματος . Επικοινωνίας και ΜΜΕ.

Η χρηματοδότηση του Π.Μ.Σ. μπορεί να προέρχεται από:

- α) τέλη φοίτησης,
- β) δωρεές, χορηγίες και πάσης φύσεως οικονομικές ενισχύσεις,
- γ) κληροδοτήματα,
- δ) πόρους από ερευνητικά έργα ή προγράμματα,
- ε) ιδίους πόρους του Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (Α.Ε.Ι.) και
- στ) τον κρατικό προϋπολογισμό ή το πρόγραμμα δημοσίων επενδύσεων. ζ) κάθε άλλη νόμιμη πηγή.

Η καταβολή των τελών φοίτησης πραγματοποιείται από τον ίδιο τον/την φοιτητή/τρια ή από τρίτο φυσικό ή νομικό πρόσωπο για λογαριασμό του/της φοιτητή/τριας, εφόσον αυτό προβλέπεται στην απόφαση ίδρυσης του Π.Μ.Σ.

Η διαχείριση των πόρων των Π.Μ.Σ. του Α.Ε.Ι. πραγματοποιείται από τον Ειδικό Λογαριασμό Κονδυλίων Έρευνας (Ε.Λ.Κ.Ε.) του Ε.Κ.Π.Α.

Οι πόροι των Π.Μ.Σ. κατανέμονται ως εξής:

- α) ποσό που αντιστοιχεί στο τριάντα τοις εκατό (30%) των συνολικών εσόδων που προέρχονται από τέλη φοίτησης παρακρατείται από τον Ε.Λ.Κ.Ε. Στο ποσό αυτό συμπεριλαμβάνεται το ποσοστό παρακράτησης υπέρ του Ε.Λ.Κ.Ε. για την οικονομική διαχείριση των Π.Μ.Σ. Όταν τα έσοδα του Π.Μ.Σ. προέρχονται από δωρεές, χορηγίες και πάσης φύσεως οικονομικές ενισχύσεις, κληροδοτήματα ή πόρους από ερευνητικά έργα ή προγράμματα, πραγματοποιείται η παρακράτηση υπέρ Ε.Λ.Κ.Ε. που ισχύει για τα έσοδα από αντίστοιχες πηγές χρηματοδότησης,
- β) το υπόλοιπο ποσό των συνολικών εσόδων του Π.Μ.Σ. διατίθεται για την κάλυψη των λειτουργικών δαπανών του Π.Μ.Σ.

## ΑΝΑΘΕΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ/ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΕΣ ΣΤΟ Π.Μ.Σ.

Το διδακτικό έργο των Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) ανατίθεται, κατόπιν απόφασης της Συνέλευσης μετά από εισήγηση της Σ.Ε. στις ακόλουθες κατηγορίες διδασκόντων:

α) μέλη Διδακτικού Ερευνητικού Προσωπικού (Δ.Ε.Π.), Ειδικού Εκπαιδευτικού Προσωπικού (Ε.Ε.Π.), Εργαστηριακού Διδακτικού Προσωπικού (Ε.ΔΙ.Π.) και Ειδικού Τεχνικού Εργαστηριακού Προσωπικού (Ε.Τ.Ε.Π.) του Τμήματος ή άλλων Τμημάτων του ΕΚΠΑ ή άλλου Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (Α.Ε.Ι.) ή Ανώτατου Στρατιωτικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (Α.Σ.Ε.Ι.), με πρόσθετη απασχόληση πέραν των νόμιμων υποχρεώσεών τους, αν το Π.Μ.Σ. έχει τέλη φοίτησης,

β) ομότιμους καθηγητές/τριες ή αφυπηρητήσαντα μέλη Δ.Ε.Π. του Τμήματος ή άλλων Τμημάτων του ΕΚΠΑ ή άλλου Α.Ε.Ι.,

γ) συνεργαζόμενους/ες καθηγητές/τριες, δ) εντεταλμένους/ες διδάσκοντες/ουσες,

ε) επισκέπτες καθηγητές/τριες ή επισκέπτες ερευνητές/τριες,

στ) ερευνητές και ειδικούς λειτουργικούς επιστήμονες ερευνητικών και τεχνολογικών φορέων του άρθρου 13Α του ν. 4310/2014 (Α' 258) ή λοιπών ερευνητικών κέντρων και ινστιτούτων της ημεδαπής ή αλλοδαπής,

ζ) επιστήμονες αναγνωρισμένου κύρους, οι οποίοι διαθέτουν εξειδικευμένες γνώσεις και σχετική εμπειρία στο γνωστικό αντικείμενο του Π.Μ.Σ.

Όλες οι κατηγορίες διδασκόντων/ουσών δύνανται να αμείβονται αποκλειστικά από τους πόρους του Π.Μ.Σ. Δεν επιτρέπεται η καταβολή αμοιβής ή άλλης παροχής από τον κρατικό προϋπολογισμό ή το πρόγραμμα δημοσίων επενδύσεων. Με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος μετά από εισήγηση της Σ.Ε., καθορίζεται το ύψος της αμοιβής κάθε διδάσκοντος/ουσας. Ειδικώς οι διδάσκοντες/ουσες που έχουν την ιδιότητα μέλους Δ.Ε.Π. δύνανται να αμείβονται επιπρόσθετα για έργο που προσφέρουν προς το Π.Μ.Σ., εφόσον εκπληρώνουν τις ελάχιστες εκ του νόμου υποχρεώσεις τους, όπως ορίζονται στην παρ. 2 του άρθρου 155 του Ν.4957/2022. Το τελευταίο εδάφιο εφαρμόζεται αναλογικά και για τα μέλη Ε.Ε.Π., Ε.ΔΙ.Π.και Ε.Τ.ΕΠ., εφόσον εκπληρώνουν τις ελάχιστες εκ του νόμου υποχρεώσεις τους.

Με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος δύναται να ανατίθεται επικουρικό διδακτικό έργο στους υποψήφιους διδάκτορες του Τμήματος ή της Σχολής, υπό την επίβλεψη διδάσκοντος/ουσας του Π.Μ.Σ.

Η ανάθεση του διδακτικού έργου του Π.Μ.Σ. πραγματοποιείται με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος, κατόπιν εισήγησης της Συντονιστικής Επιτροπής του Π.Μ.Σ.

Οι αποφάσεις της Συνέλευσης του Τμήματος ή της Επιτροπής Προγράμματος Σπουδών για την κατανομή του διδακτικού έργου περιλαμβάνουν υποχρεωτικά τα ακόλουθα στοιχεία:

- α) το ονοματεπώνυμο του/ης διδάσκοντα/ουσας,
- β) την ιδιότητά του/ης (π.χ. μέλος Δ.Ε.Π., Ε.Ε.Π., Ε.ΔΙ.Π., Ε.Τ.Ε.Π. κ.ά.),
- γ) το είδος του διδακτικού έργου που ανατίθεται ανά διδάσκοντα/ουσα (μάθημα, σεμινάριο ή εργαστήριο),
- δ) τον αριθμό των ωρών διδασκαλίας ανά μάθημα, σεμινάριο ή εργαστήριο.

Η κατανομή του διδακτικού έργου πραγματοποιείται πριν από την έναρξη του ακαδημαϊκού έτους τόσο για το χειμερινό όσο και για το εαρινό εξάμηνο. Σε περίπτωση που η κατανομή του διδακτικού έργου δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί ταυτόχρονα και για τα δύο ακαδημαϊκά εξάμηνα, η απόφαση θα λαμβάνεται πριν από την έναρξη του κάθε ακαδημαϊκού εξαμήνου. Με αιτιολογημένη απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος η ανάθεση διδακτικού έργου δύναται να τροποποιείται κατά τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους.

Οι διδάσκοντες/ουσες, κατά το χρονικό διάστημα που τελούν σε καθεστώς εκπαιδευτικής άδειας ή αναστολής καθηκόντων, δύνανται να παρέχουν διδακτικό έργο προς το Π.Μ.Σ., εάν κρίνουν ότι το πρόγραμμά τους το επιτρέπει, υπό την προϋπόθεση βεβαίως ότι βάσει των συντρεχουσών συνθηκών τούτο είναι ουσιαστικά και πρακτικά εφικτό, ζήτημα το οποίο πρέπει κατά περίπτωση να κριθεί αρμοδίως.



Πρόγραμμα Μαθημάτων

<b>Α΄ εξάμηνο (χειμερινό)</b>		
<b>Μαθήματα</b>	<b>Διδ. ώρες</b>	<b>ECTS</b>
<b>Υποχρεωτικά</b>		
Πολιτική ενημέρωση και διαδίκτυο	3	10
Πολιτικές χρήσεις του διαδικτύου	3	10
Μεθοδολογία έρευνας (ποιοτικές μέθοδοι)	3	10
<b>Σύνολο</b>		<b>30</b>
<b>Β΄ εξάμηνο (εαρινό)</b>		
<b>Μαθήματα</b>	<b>Διδ. ώρες</b>	<b>ECTS</b>
<b>Υποχρεωτικά</b>		
Δημόσια επικοινωνία και νέα μέσα	3	10
Προπαγάνδα στο διαδίκτυο	3	10
<b>Κατ' επιλογή υποχρεωτικά (επιλογή ενός από τα κάτωθι δύο)</b>		
Κοινή γνώμη και δημοκρατία	3	10
Εφαρμογές ποσοτικών μεθόδων στην έρευνα στα ΜΜΕ	3	10
<b>Σύνολο</b>		<b>30</b>
<b>Γ΄ εξάμηνο (χειμερινό)</b>		
<b>Μαθήματα</b>	<b>Διδ. ώρες</b>	<b>ECTS</b>
Διπλωματική εργασία		30
<b>Σύνολο</b>		<b>30</b>
<b>Σύνολο</b>		<b>90</b>

**ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΩΝ  
(ΧΕΙΜΕΡΙΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ)**

**Μάθημα: Πολιτική Ενημέρωση και Διαδίκτυο**  
**Διδάσκων: Γιώργος Πλειός, e-mail: gplios@media.uoa.gr**

**Μάθημα: Πολιτικές Χρήσεις του διαδικτύου**  
**Διδάσκουσα: Λίζα Τσαλίκη, e-mail: etsaliki@media.uoa.gr**

**Μάθημα: Μεθοδολογία έρευνας**  
**Διδάσκοντες: Δρ Δέσποινα Χρονάκη, e-mail: despoinachronaki@gmail.com**

**(ΕΑΡΙΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ)**

**Μάθημα: Δημόσια Επικοινωνία και Νέα Μέσα**  
**Διδάσκων: Λαμπρινή Παπαδοπούλου, e-mail: lrapadop@media.uoa.gr**  
**Νίκος Παπαναστασίου, e-mail: papanast@media.uoa.gr**

**Μάθημα: Προπαγάνδα και διαδίκτυο**  
**Διδάσκοντες: Δρ. Μιχάλης Τασσόγλου, e-mail: tastsog@media.uoa.gr**  
**Δρ. Μιχάλης Χατζηκωνσταντίνου, e-mail: chmihalis@media.uoa.gr**

**[Μαθήματα κατ'επιλογήν υποχρεωτικά]**

**Μάθημα: Εφαρμογές ποσοτικών μεθόδων στην έρευνα στα ΜΜΕ**  
**Διδάσκοντες: Δρ. Μιχάλης Τασσόγλου, e-mail: tastsog@media.uoa.gr**  
**Δρ. Μιχάλης Χατζηκωνσταντίνου, e-mail: chmihalis@media.uoa.gr**

**Μάθημα: Κοινή Γνώμη και Δημοκρατία**  
**Διδάσκων: Δρ Πάνος Κολιαστάσης**  
**e-mail: pkoliastasis@gmail.com**

## Αναλυτικά διαγράμματα μαθημάτων

### Χειμερινό εξάμηνο-Α' Υποχρεωτικά μαθήματα

**Μάθημα:** Πολιτική Ενημέρωση και Διαδίκτυο

**Διδάσκων:** Γιώργος Πλειός e-mail: [gplios@media.uoa.gr](mailto:gplios@media.uoa.gr)

**Ώρες γραφείου:** Δευτέρα 14.30 – 13.30

Τρίτη 15.00 – 17.00

Για άλλη ημέρα/ώρα, κατόπιν τηλεφωνικής συνεννόησης (2103689444)

**Γραφείο:** Σοφοκλέους 1 & Αριστείδου, 1<sup>ος</sup> όροφος, Αριθμός γραφείου 116

**Αίθουσα, ημέρα και ώρες διδασκαλίας:** αίθουσα 111, κάθε Τετάρτη, 6-9 μμ.

#### Σύντομη περιγραφή

Η σύγχρονη κοινωνία είναι όχι μόνο κοινωνία της πληροφορίας, αλλά επιπλέον κοινωνία των μέσων επικοινωνίας, καθώς και κοινωνία της ενημέρωσης, καθώς τα περιεχόμενα τεκμηρίωσης κυριαρχούν, ιδιαίτερα στο διαδίκτυο. Οι σημαντικές μεταβολές που λαμβάνουν χώρα σε παγκόσμια κλίμακα, μεταξύ άλλων λόγων, συντελούν στον εξαιρετικό πολλαπλασιασμό των κειμένων πολιτικής πληροφόρησης. Έτσι, η από τη μια πλευρά η χρήση του διαδικτύου για ενημέρωση, ιδιαίτερα για πολιτική ενημέρωση έχει διευρυνθεί σημαντικά, ενώ διαρκώς μεγαλύτερο τμήμα των πολιτών, ιδιαίτερα των νέων, για διάφορους λόγους, οικονομικούς, πολιτικούς, πολιτιστικούς κ.λπ., προσφεύγει στις επιμέρους πλατφόρμες και κατηγορίες περιεχομένου στο διαδίκτυο (ενημερωτικές πύλες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενημερωτικές ιστοσελίδες κ.λπ.) προκειμένου να

λάβει πολιτική ενημέρωση. Στο πλαίσιο αυτό τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποκτούν μια αυξανόμενη με το πέρασμα του χρόνου βαρύτητα σε πλείστες χώρες.

Από την άλλη πλευρά συντελείται σημαντική μεταβολή στο χαρακτήρα της πολιτικής πληροφόρησης όπως διαμορφώθηκε στη διαδρομή της νεωτερικότητας, σε συνάρτηση με τις τεχνολογικές, οικονομικές, πολιτιστικές μεταβολές που συνδέονται με την «κοινωνία της πληροφορίας», τον «πληροφοριακό καπιταλισμό» και την παγκοσμιοποίηση, αλλά και την οικονομική κρίση. Τα περιεχόμενα τεκμηρίωσης με πολιτική αναφορά, δομημένα με ψυχαγωγικές στρατηγικές αποτελούν ένα σημαντικό μέρος του περιεχομένου των νέων μέσων και η διάδοσή τους συμβαδίζει με την ανάπτυξη αυτών των μέσων. Ιδιαίτερη δε σημασία αποκτούν οι ειδήσεις και οι διάφορες κατηγορίες ενημερωτικών περιεχομένων.

Ταυτόχρονα όμως διευρύνεται και πολλαπλασιάζεται με αρκετές η μυθοπλαστική (fictional) στρατηγική της εσωτερικής διάρθρωσης των επιμέρους κατηγοριών πολιτικού περιεχομένου, αλλά και μεταξύ τους συνάρθρωσης. Φαινόμενο που είναι γνωστό ως πολιτική ενημερωδιασκέδαση (politainment).

Στο πλαίσιο αυτό πολλαπλασιάζονται με μεγάλη ταχύτητα οι λεγόμενες ψευδείς ειδήσεις, στις οποίες το μάθημα θα σταθεί ιδιαίτερα.

Οι διεργασίες αυτές συμβάλλουν στην ποιοτική αλλά και ποσοτική αλλαγή της πολιτικής πληροφόρησης από τα νέα μέσα και ιδιαίτερα από το διαδίκτυο. Από τη μια πλευρά διευρύνονται τα όρια και οι κατηγορίες της πολιτικής πληροφόρησης. Ενώ από την άλλη οπτικές και στρατηγικές που δεν ανήκαν μέχρι πρόσφατα στον σκληρό πυρήνα της πολιτικής πληροφόρησης εισέρχονται σε αυτήν. Σημαντικό είναι ακόμα ότι πολλαπλασιάζονται τα διαδικτυακά κανάλια διάθεσης της πληροφορίας, που τη διαφοροποιούν με τα δικά τους ιδιαίτερα ρηματικά χαρακτηριστικά, όπως ιστοσελίδες και ενημερωτικές πύλες, blogs, μέσα κοινωνικής δικτύωσης κ.ά. Συνολικά, οι ως άνω μεταβολές έχουν συμβάλλει και στην αναπροσαρμογή της διαδικτυακής έκδοσης των παλιών μέσων, και της σχέσης τους με το κοινό.

Στο μάθημα παρουσιάζονται και αναλύονται οι θεωρητικές προσεγγίσεις και η εμπειρική έρευνα αναφορικά τι ειδήσεις και τα άλλα περιεχόμενα πολιτικής

πληροφόρησης στο διαδίκτυο. Στο πλαίσιο αυτό εξετάζεται η ενημέρωση και τα χαρακτηριστικά της ενημέρωσης όπως διαμορφώνονται στην κοινωνία της πληροφορίας.

### **Μαθησιακά αποτελέσματα:**

Με το πέρας του μαθήματος αναμένεται ότι οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:

- γνωρίσουν το ρόλο που επιτελούν σε αυτό η κοινωνία της πληροφορίας και την ανάδυση του πληροφοριακού καπιταλισμού.
- ενημερωθούν για την κοινωνική προέλευση και τις κοινωνικές λειτουργίες της μετατόπισης της πολιτικής πληροφόρησης από τα παλιά μέσα στο διαδίκτυο.
- αποκτήσουν ένα πλαίσιο γνώσεων σχετικά την διαμόρφωση του ειδησεογραφικού και ενημερωτικού περιεχομένου του διαδικτύου.
- κατανοήσουν ορισμένα κύρια γνωρίσματα της πολιτικής ενημέρωσης στη κοινωνία της πληροφορίας.
- γνωρίσουν το ρόλο της πολιτικής πληροφόρησης από το διαδίκτυο σε ορισμένα σημαντικά πολιτικά γεγονότα στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.
- κατανοήσουν το φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων, τις μορφές των ψευδών ειδήσεων, τους που συμβάλλουν στη διόγκωσή του καθώς και ορισμένες πολιτικές και πολιτιστικές λειτουργίες του φαινομένου.
- γνωρίσουν την πολιτική ενημέρωση στις πλατφόρμες και τις επιμέρους κατηγορίες διαδικτυακού περιεχομένου (Facebook, Twitter κοκ).
- αποκτήσουν απαραίτητες ικανότητες για το σχεδιασμό και την υλοποίηση ερευνών στο πεδίο.
- κατακτήσουν προϋποθέσεις, απαραίτητες για την εκπόνηση διδακτορικής διατριβής στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό.

## Βιβλιογραφία

- Adamic L., Glance N. (2005), “**The political blogosphere and the 2004 U.S. election: divided they blog**”, *Proceedings of the Third International Workshop on Link discovery*.  
[https://portal.acm.org/poplogin.cfm?dl=GUIDE,&coll=GUIDE&comp\\_id=1134277&want\\_href=delivery.cfm%3Fid%3D1134277%26type%3Dpdf%26CFID%3D67938507%26CFTOKEN%3D11471038&CFID=67938507&CFTOKEN=11471038&td=1261567352650](https://portal.acm.org/poplogin.cfm?dl=GUIDE,&coll=GUIDE&comp_id=1134277&want_href=delivery.cfm%3Fid%3D1134277%26type%3Dpdf%26CFID%3D67938507%26CFTOKEN%3D11471038&CFID=67938507&CFTOKEN=11471038&td=1261567352650), Chicago, Illinois, σελ. 36 – 43.
- Allagui I. & Kuebler J. (2011). “The Arab Spring and the role of ICTs. Editorial introduction”. *International Journal of Communication* 5: 1435–1442
- Allan S. (2005), “News on the web. The emerging forms and practices of online journalism”, στο Allan S. (επιμ.), *Journalism. Critical issues*, Maidenhead, Berkshire: Open University Press
- Allan S. (2009), “Histories of citizen journalism”, στο Allan S., Thorsen E. (επιμ.), *Citizen journalism: global perspectives*, New York, Peter Lang Publishing, σελ. 17 – 32.
- Atton C. (2002), *Alternative media*. London: Sage.
- Bardoel J., (2002). “The internet, journalism and public communication policies”, στο *International Communication Gazette*, 64(5): 501-511.
- Bennett, L.W. (1999). *Ειδήσεις: Η πολιτική των ψευδαισθήσεων*. Αθήνα: Δρομέας
- Bohdanova, T. (2014). “Unexpected revolution: the role of social media in Ukraine’s Euromaidan uprising”. *European View*, 13(1): 33-142.
- Cheng, A., Evans, M. & Singh, H. (2009). “Inside Twitter: an in-depth look inside the Twitter world”. Στο Sysomos, <http://www.sysomos.com/insidetwitter>
- Dearing, J.W. & Rogers E.M. (2005). *Ορίζοντας τα θέματα: τα ΜΜΕ, οι πολιτικοί και το κοινό..* Αθήνα: Παπαζήσης.

- Deuze M. (1999), “Journalism and the web. An analysis of skills and standards in an online environment”, *International Communication Gazette*, **61(5)**: 373-390
- Downing, J., Ford, T., Gil, G., Stein, L. (2008). “Social Movement Theories and Alternative Media: An Evaluation and Critique”. *Communication, Culture & Critique* 1: 40–50.
- Fenton, N. & Barassi, V. (2011). “Alternative Media and Social Networking Sites: The Politics of Individuation and Political Participation”. *The Communication Review*, 14(3): 179-196.
- Fuchs, C. (2009). “A Contribution to the Critique of the Political Economy of Transnational Informational Capitalism”. *Rethinking Marxism* 21(3): 387 – 402.
- Fuchs, C. & Sandoval, M. (επιμ.) (2014). *Critique social media and the information society*, London: Routledge
- Fuchs, Christian. 2010. “Labor in Informational Capitalism and on the Internet”. *The Information Society* 26 (3): 179-196.
- Gillmor, D. (2004). *Εμείς είμαστε το μέσο, λαϊκή δημοσιογραφία από το λαό, για το λαό*. Αθήνα: Οξύ.
- Gökay, B. & Xypolia, I. (επιμ.), (2013). “Reflections on Taksim – Gezi Park protests in Turkey”. Keele European Research Centre Southeast Europe Series Keele University, Staffs ST5 5BG, England. In <http://www.keele.ac.uk/journal-globalfaultlines/publications/geziReflections.pdf> [accessed on 15/9/2014].
- Grönlund, K. (2007). “Knowing and Not Knowing: The Internet and Political Information”. *Scandinavian Political Studies*, Vol. 30 – No. 3.
- Hermeking, M. (2005) “Culture and Internet consumption: contributions from cross-cultural marketing and advertising research”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(1) 192 – 216.
- Hermida, A. & Thurman, N. (2009). “A Clash of Cultures: the integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites”. *Journalism Practice* 2: 343-356.

Hermida, A. (2010). "Twittering the news". *Journalism Practice*, 4(3): 297-308. Στο 10.1080/17512781003640703

Jenkins H. (2006), *Convergence culture: where old and new media collide*, New York: New York University Press.

Johnson, T.J. & Kaye, B.K. 2014). "Credibility of Social Network Sites for Political Information Among Politically Interested Internet Users". *Journal of Computer Mediated Communication*, 19: 957–974

Kaye, B.K. & Thomas, J. J. (2002) "Online and in the Know: Uses and Gratifications of the Web for Political Information". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46:1, 54-71

Kean J. (2008), "Monitory democracy?", Paper prepared for the ESRC Seminar Series, "Emergent Publics", The Open University, Milton Keynes, 13th-14th March 2008, στο [http://www.open.ac.uk/socialsciences/emergentpublics/seminar1/keane\\_monitory\\_democracy.pdf](http://www.open.ac.uk/socialsciences/emergentpublics/seminar1/keane_monitory_democracy.pdf)

Keren M. (2006). *Blogosphere: the new political arena*, Plymouth: Lexington Books.

Khondker, H. H. (2011). "Role of the new media in the Arab Spring". *Globalizations*, 8:5, 675-679. In <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/14747731.2011.621287>

Kress G., van Leeuwen T. (2004). *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*, London: Arnold.

Kwak, H., Lee Ch., Park, H. & Moon S. (2010). "What is Twitter, a social network or a news media?". WWW. Proceedings of the 19<sup>th</sup> international conference on WWW: 591 – 600. ACM: New York

Lievrouw L.A., Livingstone S.M. (επιμ.). (2004). *Handbook of new media: social shaping and consequences of ICTs*, London: Sage

Lusoli, W. (2005). A second-order medium? The Internet as a source of electoral information in 25 European countries". *Information Polity* 10: 247–265

Manovich, Lev (2001). *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press, Marion Marglin.



- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Malden, MA: Blackwell.
- McNair B. (2000), *Journalism and democracy. An evaluation of the political public sphere*, London: Routledge.
- McNair B. (2006), *Cultural chaos: journalism, news and power in a globalised world*, London: Routledge.
- Meyer Th. (2008), *Από τη δημοκρατία των κομμάτων στη δημοκρατία των ΜΜΕ*, Αθήνα: Πόλυτροπον.
- Mossberger K., Tolbert C.J., McNeal R.S. (2008), *Digital citizenship: the internet, society, and participation*, Massachusetts: MIT.
- Nordenstreng K., Griffin M. (επιμ.), *International Media Monitoring*, Cresskill, NJ: Hampton Press
- Ó Baoill A. (2004), "Weblogs and the Public Sphere. Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs", στο Gurak L., Antonijevic S., Johnson L., Ratliff C., Reyman J. (επιμ.), <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/>.
- Papacharissi Z. (2007). "The blogger revolution? Audiences as media producers", in Tremayne M. (ed.), *Bloggging, citizenship, and the future of media*. London: Routledge.
- Papacharissi, Z. (2002). "The internet as a public sphere. The Virtual sphere". *New Media and Society*, 4(1):9–27
- Pleios G., Poulakidakos S., Kalpaki K., Kappas G., Manatou M.E., Papacharalampous M.E. (2010), "Publicity and private life within the Greek blogosphere et al. (2010), *International Journal of Electronic Governance*, 3(1): 48 – 71.
- Pleios, G. (2012). "Communication and symbolic capitalism. Rethinking Marxist communication theory in the light of the Information Society". *tripleC*, 10 (2), 230-252. In <http://www.triple-c.at>.
- Pleios, G. (2014). "Social media in time of crisis". In A. Okay (ed). *Understanding communication in the new media era*, Istanbul: The Journalists and Writers Foundation Press.

- Qian H., Scott, C. R. (2007). "Anonymity and self-disclosure on weblogs", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), άρθρο 14.
- Reese, S.D. (2007). "The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited". *Journal of Communication*, 57, London: Blackwell, pp. 148–154.
- Rosen, J. (2005), "Bloggers vs. journalists is over", στο: [http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/01/21/berk\\_essay.html](http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/01/21/berk_essay.html).
- Scheufele D.A. & D. Tewksbury (2007). "Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models". *Journal of Communication*, 57, London: Blackwell, pp. 9–20.
- Schmidt S. J. (2001), "Media societies: Fiction Machines", in Grant C.B., McLaughlin D. (ed..) *Language – meaning – social construction. Interdisciplinary studies*, Amsterdam – New York: Rodopi, pp.11-25.
- Schweiger W. (2000), "Media credibility: experience or image?: A survey on the credibility of the World Wide Web in Germany in comparison to other media", *European Journal of Communication*, 15(1), σελ. 37 - 59.
- Scott B. (2005), "A contemporary history of digital journalism", *Television New Media*, 6(1): 9 - 126
- Semetko H.A., Valkenburg P.M. (2000), "Framing European politics: a content analysis of press and television news", στο *Journal of Communication*, 21(4) σελ. 415 - 433.
- Singer J.B. (2005), "The political j-blogger. "'Normalizing' a new media form to fit old norms and practices", *Journalism*, 6(2), σελ. 173-198
- Strömbäck J. (2008).** "Four phases of mediatization: an analysis of the mediatization of politics", *The International Journal of Press/Politics*, 13 (3): 228-246.
- Terranova T. (2004), *Network culture. Politics for the information age*, London: Pluto Press..
- Thussu K.D. (2007), *News as entertainment. The rise of global infotainment*, London: Sage.
- Trend D. (2004), *Reading digital culture*, Oxford: Blackwell

Tsaliki, L. (2012). The Greek 'Indignados': the Aganaktismeni as a case study of the 'new repertoire of collective action'. Transmediale Media Art Festival, Berlin, 31 January - 5 Feb 2012.

In

[http://www2.media.uoa.gr/people/tsaliki/wpcontent/uploads/2010/07/Tsaliki\\_The\\_Greek\\_Indignados.pdf](http://www2.media.uoa.gr/people/tsaliki/wpcontent/uploads/2010/07/Tsaliki_The_Greek_Indignados.pdf)

Tuchman G. (1978), Making News: A Study in the Construction of Reality, New York: Free Press.

Wall M., (2005), "Blogs of war: Weblogs as news", Journalism, 6(2), σελ. 153 - 172.

Webster, F. (2006). Theories of the Information Society. London: Routledge.

Winer D. (2003), "What Makes a Weblog a Weblog?". Weblogs at Harvard Law, στο <http://blogs.law.harvard.edu/whatMakesAWeblogAWeblog>. Προσβάσιμο στις 12/7/2010

Δεμερτζής, Ν. (2002). Πολιτική Επικοινωνία: Διακινδύνευση, Δημοσιότητα, Διαδίκτυο. Αθήνα: Παπαζήσης.

και την κοινωνία, Αθήνα: Καστανιώτης.

Λαμπράκου, Ζ. (2011). Τα κοινωνικά κινήματα στην εποχή του διαδικτύου. Παραδείγματα συλλογικής δράσης με τη χρήση των νέων μέσων επικοινωνίας. Ελλάδα 2007-2011 (μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία). Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Μάνινγκ Π. (2007), Κοινωνιολογία της ενημέρωσης. Ειδήσεις και πηγές των ειδήσεων, Αθήνα: Καστανιώτης.

Παπαθανασόπουλος Σ. (επιμ.), (2011). Τα μέσα επικοινωνίας στον 21ο αιώνα, Αθήνα: Καστανιώτης.

Πλειός, Γ. (2010). «En blogs: Από το διαδίκτυο στη blogόσφαιρα», Ζητήματα Επικοινωνίας, σελ. 82 - 95, τεύχ. 10.

Πλειός, Γ.(2011). Η κοινωνία της ενημέρωσης. Ειδήσεις και νεωτερικότητα. Αθήνα: Καστανιώτης.

**Στους φοιτητές/ριες θα διανεμηθεί από τον διδάσκοντα φάκελος του μαθήματος σε ηλεκτρονική μορφή.**

### **Αξιολόγηση**

- Δυο (2) εργασίες, 3.000 λέξεων εκάστη και υποστήριξη των εργασιών (40%)
- Προφορική εξέταση (60%)

### **Προϋποθέσεις για την επιτυχή παρακολούθηση του μαθήματος**

- Ανελλιπής παρακολούθηση παραδόσεων
- Εμπρόθεσμη συγγραφή και υποστήριξη των δυο εργασιών
- Προφορική εξέταση

### **Θεματικοί άξονες**

- Ενημέρωση και χαρακτηριστικά των ειδήσεων στην κοινωνία της πληροφορίας (ενημερωδιασκέδαση, διεύρυνση της θεματολογίας, πλαισιακός πλουραλισμός, σχολιαστική δημοσιογραφία, αναστοχαστικότητα της ενημέρωσης).
- Πολιτική ενημέρωση και διαδικτυακές πλατφόρμες.
- Δημόσια σφαίρα και διαδίκτυο.
- Θεματολογία και πλαισίωση των ειδήσεων στο διαδίκτυο.
- Ψευδείς ειδήσεις και διαδίκτυο.
- Πολιτικές επιπτώσεις της ενημέρωσης από διαδίκτυο.

### **Διάγραμμα περιεχομένου μαθημάτων**

1. Βασικές αρχές της πολιτικής οικονομίας του διαδικτύου και ενημέρωση στο διαδίκτυο
2. Πληροφορία, κοινωνία της πληροφορίας και ενημέρωση
3. Το διαδίκτυο και οι αλλαγές στην οργάνωση και την παραγωγή της ενημέρωσης

4. Τα χαρακτηριστικά της ενημέρωσης στην κοινωνία της πληροφορίας και στο διαδίκτυο I
5. Τα χαρακτηριστικά της ενημέρωσης στην κοινωνία της πληροφορίας και στο διαδίκτυο II
6. Τα χαρακτηριστικά της ενημέρωσης στην κοινωνία της πληροφορίας και στο διαδίκτυο III

#### **Κατάθεση πρώτης εργασίας**

7. Το διαδίκτυο ως δημόσια σφαίρα
8. Κυρίαρχη και εναλλακτική ενημέρωση, και ο ρόλος του διαδικτύου
9. Fake News και η πολιτική ενημέρωση
10. Η πολιτική ενημέρωση από τα blogs
11. Το Twitter ως μέσο ενημέρωσης
12. Το Facebook ως μέσο ενημέρωσης
13. Ενημέρωση, διαδίκτυο και πολιτικές κινητοποιήσεις: οι περιπτώσεις των αγανακτισμένων, του Gezi Park, του Κιέβου και της «αραβικής άνοιξης»

#### **Κατάθεση δεύτερης εργασίας**

**Μάθημα: Πολιτικές Χρήσεις του διαδικτύου**

**Διδάσκουσα: Λίζα Τσαλίκη**

**e-mail:** [etsaliki@media.uoa.gr](mailto:etsaliki@media.uoa.gr)

**Ώρες γραφείου:** Πέμπτη 17.00-18.00

Για άλλη ημέρα/ώρα, κατόπιν συνεννόησης μέσω email

**Γραφείο:** Σοφοκλέους 1 & Αριστείδου, 1<sup>ος</sup> όροφος, Αριθμός γραφείου 105

**Αίθουσα, ημέρα και ώρες διδασκαλίας:** αίθουσα 304, κάθε Πέμπτη, 6-9 μμ.

### Σύντομη Περιγραφή

Το μάθημα αυτό ασχολείται με το Πολιτικό με την ευρεία του έννοια και ενδιαφέρεται για το πώς υπεισέρχονται τα ψηφιακά μέσα μέσα σε αυτό, μετασχηματίζοντάς το. Μέσα σε αυτήν τη λογική, συζητά αναλυτικά και διεξοδικά μια σειρά από ζητήματα που έχουν απασχολήσει κατά καιρούς τη δημόσια συζήτηση (public debates) και ατζέντα, και την κοινή γνώμη, όπως αυτά διαμορφώνονται πλέον στην αρένα των διαδικτυακών και παραδοσιακών Μέσων. Για παράδειγμα, συζητά την διαμόρφωση του Πολιτικού στην ύστερη μετανεωτερικότητα, την διάσταση του φύλου και της σεξουαλικότητας στην πολιτική σκηνή, την Woke culture μέσα από την Woke TV – δηλαδή την πολιτικά αφυπνισμένη τηλεόραση -, όπως και την gaming κουλτούρα. Παίρνει θέση στη συζήτηση για την κουλτούρα της διασημότητας, όχι μόνο στην πολιτική σκηνή, αλλά και στην περίπτωση της βασιλικής διασημότητας, όπως και στις (βαθεία πολιτικές) συζητήσεις σχετικά το γήρας (politics of ageing), την φυλή (politics of race), την αηδία και την ντροπή (politics of disgust/politics of shame), την αρρενωπότητα (politics of masculinity), και την κατανάλωση και την παρέμβαση (politics of consumption/politics of interreference).

### Μαθησιακά αποτελέσματα

Με το πέρας του μαθήματος αναμένεται ότι οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:

- αποκτήσουν γνώση σε βάθος για μια σειρά από θέματα που έχουν απασχολήσει κατά καιρούς τη δημόσια συζήτηση και την κοινή γνώμη,

- αναπτύξουν περισσότερο τις ικανότητές τους για κριτική ανάλυση και συζήτηση σχετικά με τις παραπάνω θεματικές ενότητες, έχοντας εξοικειωθεί με την ορολογία και τις διάφορες θεωρίες,
- αναπτύξουν τις ικανότητές τους στη γραπτή και προφορική παρουσίαση ενός επιχειρήματος,
- αποκτήσουν τη θεωρητική κατάρτιση που θα τους επιτρέψει να αναλύουν το μεταβαλλόμενο κοινωνικό περιβάλλον του διαδικτύου.

## Βασική βιβλιογραφία

Βιβλιογραφία και αρθρογραφία για τις θεματικές ενότητες του μαθήματος παρατίθεται στην αντίστοιχη ηλεκτρονική σελίδα, στα 'Εγγραφα'.

## Αξιολόγηση

Το μάθημα αξιολογείται:

- από μια εργασία έκτασης **3000-3500 λέξεων** (40% του βαθμού σας),
- από μια 'εισήγηση επιστημονικού συνεδρίου' την οποία ετοιμάζετε και **παρουσιάζετε παρουσία όλων** (50% του βαθμού σας)

Λεπτομέρειες για κάθε τρόπο αξιολόγησης, στο eclass του μαθήματος, στις [εργασίες].

- από την **ενεργή συμμετοχή σας στο μάθημα**: δλδ, θα συνυπολογίζεται το απόλυτο των παρουσιών στις παραδόσεις του μαθήματος, η συμμετοχή στις συζητήσεις εν ώρα μαθήματος και η προετοιμασία για τις παραδόσεις. Υπενθυμίζεται ότι βάσει του κανονισμού λειτουργίας του ΠΜΣ, οι παρουσίες είναι υποχρεωτικές. Μέγιστος επιτρεπτός αριθμός απουσιών είναι οι 3 (στο σύνολο των παραδόσεων).

Οδηγίες για τη συγγραφή των εργασιών σας υπάρχουν στο eclass, στις 'εργασίες'. Σας προτείνω το APA referencig style, αν και τελικά δεν έχει μεγάλη διαφορά το ποιο ακριβώς σύστημα παραπομπών θα ακολουθήσετε, αρκεί να το κάνετε με συνέπεια και συστηματικότητα.

## Θεματικοί άξονες

Παρατίθενται ορισμένοι από τους θεματικούς άξονες του μαθήματος:

- Με ποιόν τρόπο μπορούμε να κατανοήσουμε καλύτερα και να εμβαθύνουμε στη σύγχρονη πολιτική σκηνή;
- Ποιά είναι η θέση των γυναικών υποψηφίων στην πολιτική;
- Πώς διαμορφώνεται η αρρενωπότητα στην πολιτική σκηνή και εκτός αυτής;
- Ποιά είναι η συζήτηση για το γήρας και πως αλλάζει την αντίληψή μας για την θηλυκότητα και την αρρενωπότητα;
- Ποια είναι η συζήτηση για τα politics of disgust, politics of shame και ποιος ο ρόλος της online κουλτούρας;
- Ποια είναι η δημόσια συζήτηση γύρω από τα politics of consumption, and politics of interference, ιδιαίτερα όταν αφορούν παιδιά;

### Προϋποθέσεις για την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος

- Η συστηματική παρουσία και συμμετοχή σας στο μάθημα θεωρείται απαραίτητο εργαλείο για την καλύτερη κατανόηση των θεμάτων που θα εξεταστούν και την επιτυχή ολοκλήρωσή του. Προϋπόθεση για να συμμετέχετε είναι η εβδομαδιαία προετοιμασία σας για το μάθημα (δηλαδή, επιλογή άρθρων και ανάλυσή τους για να μπορείτε να λαμβάνετε μέρος σε συζήτηση).
- Για τις εργασίες θα πρέπει να ανατρέξετε επίσης σε συμπληρωματική βιβλιογραφία. Σε όλες τις περιπτώσεις πρέπει να γίνεται σύνθεση των πηγών και όχι αντιγραφή. Η αντιγραφή μέρους της εργασίας τιμωρείται με μηδενισμό της εργασίας. Στις τελικές εργασίες απαγορεύεται η χρήση πηγών, όπως π.χ., η wikipedia ή ηλεκτρονικών και μη εγκυκλοπαιδειών.



Αναλυτικό διάγραμμα περιεχομένου μαθημάτων<sup>1</sup>

	Αντικείμενο
1	εισαγωγή στο μάθημα
2	politics in late modernity
3	gender in politics
4	διάλεξη από προσκεκλημένο ( <b>Dr Aggelos Klissas</b> - Populism and social media)
5	royal celebrity politics
6	Αργία 17/11
7	<b>Διάλεξη από προσκεκλημένη Professor Ross Gill</b>
8	politics of disgust/politics of shame/politics of resilience
9	politics of race
10	politics of masculinity
11	politics of sexuality
12	politics of consumption/politics of interference
13	Παρουσίαση επιστημονικής εισήγησης (φεβρ. 1 <sup>η</sup> )

<sup>1</sup> Η σειρά των διαλέξεων ενδέχεται να αλλάξει

**Μάθημα: Μεθοδολογία έρευνας**

**Διδάσκοντες:** Δέσποινα Χρονάκη ([despinachronaki@gmail.com](mailto:despinachronaki@gmail.com))

**Ώρες γραφείου:** Δέσποινα Χρονάκη: γραφείο 105 Σοφοκλέους 1, 1ος όροφος, (κατόπιν συνεννόησης μέσω email)

**Αίθουσα, ημέρα και ώρες διδασκαλίας:** Τρίτη 6-9 (Σοφοκλέους 1, Αίθουσα 101).

### **Σύντομη Περιγραφή**

Το εν λόγω μάθημα αποσκοπεί στην εξοικείωση των φοιτητών με διαφορετικές ερευνητικές μεθοδολογίες (τόσο ποσοτικές, όσο και ποιοτικές) στο πεδίο των κοινωνικών επιστημών και των Σπουδών στα Μέσα Επικοινωνίας και τις Πολιτισμικές Σπουδές ειδικότερα. Τόσο η ποικιλία, όσο και η συνεχής εξέλιξη των ερευνητικών μεθοδολογιών στις κοινωνικές επιστήμες επιτάσσει τη συνεχή παρακολούθηση της πορείας του πεδίου και την εξοικείωση των φοιτητών με την εφαρμογή των διαφορετικών μεθοδολογιών στο πλαίσιο της κοινωνικής έρευνας. Παράλληλα, οι φοιτητές στο πλαίσιο του παρόντος μαθήματος εξοικειώνονται με τη διαδικασία του σχεδιασμού, της διεξαγωγής και της εξαγωγής αποτελεσμάτων τόσο ποσοτικών όσο και ποιοτικών ερευνών, γεγονός που τους επιτρέπει να ανταποκριθούν σε οποιαδήποτε μελλοντική ερευνητική «πρόκληση» κληθούν να αντιμετωπίσουν. Τέλος, οι φοιτητές θα εξοικειωθούν με τη χρήση ειδικού λογισμικού που χρησιμοποιούνται στην ποσοτική έρευνα.

### **Μαθησιακά αποτελέσματα:**

Με το πέρας του μαθήματος αναμένεται ότι οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:

- κατανοούν σε θεωρητικό και πρακτικό/εφαρμοσμένο επίπεδο τις διαφορετικές ερευνητικές μεθοδολογίες,
- μεταφέρουν και εφαρμόζουν τις γνώσεις τους σε θέματα ερευνητικών μεθοδολογιών,

- αποκτήσουν μια πρώτη δέσμη αναλυτικών ικανοτήτων για την αποσαφήνιση και μελέτη προβλημάτων που αφορούν τις ερευνητικές μεθοδολογίες,
- συνθέσουν και να εφαρμόσουν σε ερευνητικό επίπεδο γνώσεις και πληροφορίες από άλλα συναφή μαθήματα και πηγές γνώσης που επιστημολογικά εμπίπτουν στον κύκλο της κοινωνικής έρευνας,
- εξοικειωθούν με τη φύση της έρευνας στο πεδίο των Σπουδών Μέσων και των Πολιτισμικών Σπουδών και να κατανοήσουν τις προκλήσεις της εμπειρικής παρακολούθησης του πεδίου.

### Παρουσίες

- **Οι παρουσίες στις παραδόσεις είναι υποχρεωτικές βάσει του κανονισμού του προγράμματος μεταπτυχιακών σπουδών, επιτρέπονται μέχρι δύο απουσίες.**

### Αξιολόγηση:

Τελική γραπτή εξέταση- συγγραφή μιας βιβλιοκριτικής με τα κριτήρια διεθνών δημοσιεύσεων. Επιλογή συγγραφής εργασίας στα αγγλικά.

### Αναλυτικό διάγραμμα περιεχομένου (ποιοτικές μέθοδοι)

A/A ενότητας	Αντικείμενο
1	Εισαγωγή στην έρευνα στις Σπουδές Μέσων και τις Πολιτισμικές Σπουδές: Οντολογική και επιστημολογική προσέγγιση του πεδίου. Δομή του μαθήματος και τρόπος εργασίας.
2	Έρευνα Ακροατηρίων (Audience Reception Studies) στις Σπουδές Μέσων και η κριτική ανάγνωση της ποσοτικής έρευνας
3	Δημοσκοπήσεις- Στόχος, φύση και κριτική ανάγνωση του εργαλείου
4	Η ποσοτική ανάλυση περιεχομένου -Ο σχεδιασμός ενός ερευνητικού προγράμματος ποσοτικής φύσης
5	Συλλογή ποσοτικών δεδομένων (προκλήσεις, περιορισμοί), Παρουσίαση στατιστικών δεδομένων (Γιάννης Κουτσουράκης)

6	Εισαγωγή στην επεξεργασία ποσοτικών δεδομένων- Εισαγωγή στη χρήση ειδικού λογισμικού (SPSS) (εισαγωγή μεταβλητών, βασικές εντολές, πίνακες διασταυρώσεων, δημιουργία γραφημάτων) (Γιάννης Κουτσουράκης)
7	Ο σχεδιασμός ενός ερευνητικού προγράμματος ποιοτικής φύσης I και ζητήματα ηθικής στην έρευνα: Το εργαλείο της συνέντευξης και των διαδικτυακών ιστοριών
8	Ο σχεδιασμός ενός ερευνητικού προγράμματος ποιοτικής φύσης II: Το εργαλείο της ομάδας εστίασης (focus group)
9	Μέθοδοι ανάλυσης δεδομένων στις Πολιτισμικές Σπουδές: Ανάλυση κειμένου (Textual Analysis) και θεματική ανάλυση (Thematic Analysis)
10	Μέθοδοι ανάλυσης δεδομένων στις Πολιτισμικές Σπουδές: Ανάλυση λόγου (Discourse Analysis) και Κριτική Ανάλυση Λόγου (Critical Discourse Analysis)
11	Μέθοδοι ανάλυσης δεδομένων στις Πολιτισμικές Σπουδές: Αφηγηματική ανάλυση (Narrative Analysis) – Ανάλυση ιστοριών
12	Workshop- Σχεδιασμός πρότζεκτ, ανάλυση δεδομένων και reporting

### Ενδεικτική Βιβλιογραφία

1. Andrews, M., Squire, C., & Tamboukou, M. (Eds.). (2013). *Doing narrative research*. London: Sage.
2. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2): 77-101.
3. Creswell J. W. (2014) *Research Design: Quantitative, Qualitative and Mixed Methods Approaches*. London: Sage.
4. Davies, B., & Harré, R. (1990). Positioning: The discursive production of selves. *Journal for the theory of social behaviour*, 20(1): 43-63.
5. Edwards, D., Ashmore, M., & Potter, J. (1995). Death and furniture: The rhetoric, politics and theology of bottom line arguments against relativism. *History of the human sciences*, 8(2): 25-49.
6. Edley, N. (2001). Analysing masculinity: Interpretative repertoires, ideological dilemmas and subject positions. *Discourse as data: A guide for analysis*, London: Sage, pp. 189-228.
7. Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London: Routledge.
8. Field A. (2015) *Discovering Statistics Using the SPSS*. 4th edition. London: Sage.

9. Kultar S. (2007) *Quantitative Social Research Methods*. London: Sage.
10. Mason, J. (2017). *Qualitative researching*. London: Sage.
11. McKee, A. (2001). A beginner's guide to textual analysis. *Metro Magazine*, (127): 138-149.
12. Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2013). *Qualitative data analysis*. London: Sage.
13. Potter, J. (1996). Discourse analysis and constructionist approaches: Theoretical background. In John T.E. Richardson (Ed.) *Handbook of qualitative research methods for psychology and the social sciences*. Leicester: BPS Books.
14. Tenorio, E. H. (2011). Critical discourse analysis, an overview. *Nordic Journal of English Studies*, 10(1): 183-210.
15. Walliman N. (2011) *Research Methods, the basics*. London: Routledge
16. Weber R. (1990) *Basic Content Analysis*. London: Sage Publications

## Εαρινό εξάμηνο-Β' Υποχρεωτικά μαθήματα

**Μάθημα: Δημόσια Επικοινωνία και Νέα Μέσα**

**Λαμπρινή Παπαδοπούλου - Νίκος Παπαναστασίου**

**e-mail:** lpapadop@media.uoa.gr, papanast@media.uoa.gr

**Ώρες γραφείου: (θα ανακοινωθούν)**

**Αίθουσα, ημέρα και ώρες διδασκαλίας: (βλ. πρόγραμμα μαθημάτων)**

### Σύντομη Περιγραφή

Στο μάθημα θα παρουσιαστούν οι βασικές θεωρίες περί κοινής γνώμης, η προέλευση και η δυναμική της έννοιας αυτή, καθώς και οι διαφοροποιήσεις σε σχέση με παρεμφερείς έννοιες (π.χ., προδιάθεση, γνώμη, στερεότυπα, κλπ.). Επίσης θα παρουσιαστούν σύγχρονες προσεγγίσεις που πραγματεύονται συγγενείς όρους όπως της κοινωνικής και πολιτικής νοημοσύνης, της πολιτικής γνώσης και δεξιότητας, της μάθησης, του βαθμού πληροφόρησης των πολιτών και της δυνατότητας ανάκλησης πληροφοριών και συμβάντων. Εν τέλει θα συζητηθεί το πάντα επίκαιρο ερώτημα εάν υπάρχει ή όχι η κοινή γνώμη.

Δεδομένου ότι η πολιτική συμμετοχή των πολιτών, ο πολιτικός διάλογος, αλλά και η διάδοση των πολιτικών θέσεων των κομμάτων υφίστανται σημαντικές αλλαγές που επηρεάζουν την εκφορά του πολιτικού λόγου (π.χ., κομματικά προγράμματα, διαφημίσεις, κλπ.), ενώ οι πολίτες λαμβάνουν ολοένα και περισσότερη προσωποποιημένη ενημέρωση, οι φοιτήτριες/τες θα εξετάσουν τις νέες μορφές επικοινωνίας και επιρροής της κοινής γνώμης, όπως αυτές εξελίσσονται με τη χρήση των νέων μέσων (Social Media, κ.ά.). Ως εκ τούτου, οι φοιτήτριες/τες θα αποκτήσουν μια πλήρη εικόνα των νέων μορφών πολιτικής επικοινωνίας που προήλθαν από τη χρήση των ψηφιακών μέσων ενημέρωσης. Ειδικότερα οι φοιτήτριες/φοιτητές θα εξετάσουν τον ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως διαμεσολαβητών ανάμεσα στους πολιτικούς και το κοινό. Θα εντυπώσουν μεταξύ άλλων στις δυναμικές αλλά και τις προκλήσεις που

θέτουν οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, το Twitter, το Instagram και το Tik Tok στην πολιτική επικοινωνία. Αναλύοντας τις διαδικτυακές προεκλογικές εκστρατείες της ελληνικής αλλά και διεθνούς σκηνής των τελευταίων ετών θα εξοικειωθούν με τα πλεονεκτήματα αλλά και τα μειονεκτήματα κάθε μέσου. Στο πλαίσιο αυτό αναλύεται επίσης η εξατομίκευση της πολιτικής (“personalization of politics”) σε πολλές δυτικές δημοκρατίες, καθώς οι πολιτικές επιλογές προσλαμβάνουν πλέον έναν ατομικό χαρακτήρα, εξαρτώμενες περισσότερο από υποκειμενικές προτιμήσεις ή αντιπάθειες των ψηφοφόρων και όχι τόσο από άλλους κοινωνικούς ή ιδεολογικούς παράγοντες. Επιπλέον εμβαθύνοντας σε εμβληματικές καμπάνιες στις ΗΠΑ θα αποκτήσουν τη δυνατότητα να σκέφτονται κριτικά για τον κομβικό ρόλο των Social Media στην δημιουργία κοινοτήτων υποστηρικτών, την πόλωση του κοινού αλλά και τη δημιουργία μίας εναλλακτικής πραγματικότητας.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι βασικό στοιχείο της διεξαγωγής του σημερινού πολιτικού διαλόγου συνιστά η ανάλυση των τάσεων του εκλογικού σώματος, στο εμπειρικό σκέλος του μαθήματος οι φοιτήτριες/τες θα έρθουν σε επαφή με τους τρόπους μέτρησης της κοινής γνώμης (έρευνες, δημοσκοπήσεις, exit polls, ομάδες εστίασης, εστιασμένες συνεντεύξεις, κλπ.) και θα συζητηθεί η σημασία των δημοσκοπήσεων για τη διαμόρφωση και τον επηρεασμό των πολιτικών στάσεων και αντιλήψεων των πολιτών.

### **Μαθησιακά αποτελέσματα**

**Με το πέρας του μαθήματος αναμένεται ότι οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:**

- αποκτήσουν ένα πλήρες, συστηματικό πλαίσιο γνώσεων σχετικά με την έννοια της γνώμης και της κοινής γνώμης, σε συνδυασμό με τις έννοιες της δημόσιας σφαίρας – του δημόσιου χώρου και του ρόλου των ΜΜΕ. Επιπλέον, θα κατανοήσουν τη σημασία της έννοιας της κοινής γνώμης στην πολιτική επικοινωνία ώστε να μπορέσουν να την εντάξουν στο ευρύτερο πολιτικό - πολιτισμικό της πλαίσιο,
- εξασκήσουν τις ικανότητές τους για κριτική ανάλυση και συζήτηση σχετικά με τις παραπάνω θεματικές ενότητες, έχοντας εξοικειωθεί με την ορολογία και τις διάφορες θεωρίες, αλλά και τη σχετική

επιστημονική βιβλιογραφία. Επίσης θα προβληματισθούν σχετικά με τη λειτουργία των ΜΜΕ ως φορέων διαμεσολάβησης πολιτικών απόψεων και αντιδράσεων του κοινού και θα αναλύσουν τις δυνατότητες χρήσης των νέων ψηφιακών μέσων στην πολιτική επικοινωνία,

- αποκτήσουν απαραίτητες γνώσεις για την αξιολόγηση δημοσκοπήσεων και την ανάλυση των σχετικών τάσεων,
- αναπτύξουν τις ικανότητές τους στη γραπτή και προφορική παρουσίαση επιστημονικών επιχειρημάτων,
- αποκτήσουν τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την εκπόνηση διδακτορικής διατριβής στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό στο γνωστικό πεδίο της πολιτικής επικοινωνίας.

### Αναλυτικό διάγραμμα περιεχομένου μαθήματος

1	Πειθώ, θεωρίες/είδη προπαγάνδας, πολιτική επικοινωνία
2	Εισαγωγή στη θεματική της κοινής γνώμης (κλασσικές και σύγχρονες προσεγγίσεις προσεγγίσεις)
3	Πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και πολιτική επικοινωνία
4	Στρατηγικές branding στα social media
5	Έρευνες κοινής γνώμης/δημοσκοπήσεις
6	Στρατηγικές πολιτικής επικοινωνίας (Χρήση των παραδοσιακών και νέων μέσων επικοινωνίας προεκλογικές εκστρατείες-εφαρμογές στην Ελλάδα, 2009-2014)
7	Yes we can! Ο Ομπάμα και οι εκλογές του 2008 υπό το πρίσμα της πολιτικής επικοινωνίας
8	Ο Τραμπ, το twitter και η δημοκρατία στην ψηφιακή εποχή
9	Στρατηγικές πολιτικής επικοινωνίας (προεκλογικές εκστρατείες): εθνικές εκλογές (Ιανουάριος και Σεπτέμβριος 2015, Δημοψήφισμα 2015



10	Στρατηγικές πολιτικής επικοινωνίας (προεκλογικές εκστρατείες): εθνικές εκλογές 2019 και 2023 (Μάιος/Ιούνιος)
11	Στρατηγικές πολιτικής επικοινωνίας. Biden vs Trump
12	Η προσωποποίηση της πολιτικής, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα μεταβαλλόμενα πρότυπα εκλογικής συμπεριφοράς

**Οι συμμετέχοντες αξιολογούνται με βάση τις ακόλουθες προϋποθέσεις:**

- Εκπόνηση ατομικής γραπτής εργασίας (5.000 λέξεις). Η εργασία αποτελεί το 70% του τελικού βαθμού.
- Ενεργός συμμετοχή στο μάθημα (10%) (συμμετοχή στις συζητήσεις εν ώρα μαθήματος, προετοιμασία για τις παραδόσεις).
- Παρουσίαση της εργασίας (20%).
- Επιλογή θεμάτων: Θα πρέπει να επιλέξετε μια από τις θεματικές (βλέπε διάγραμμα του μαθήματος). Υπάρχει η δυνατότητα διεύρυνσης – σχετικής τροποποίησης της θεματικής ύστερα από συνεννόηση με τον διδάσκοντα.

**Προϋποθέσεις για την επιτυχή παρακολούθηση του μαθήματος**

- Η παρακολούθηση των μαθημάτων του ΠΜΣ είναι υποχρεωτική. Συνεπώς, η συστηματική παρουσία και συμμετοχή σας στο μάθημα θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση για την καλύτερη κατανόηση των θεμάτων που θα εξεταστούν και την επιτυχή ολοκλήρωσή του. Είναι προφανές ότι η εβδομαδιαία προετοιμασία σας για το μάθημα (επιλογή - ανάγνωση άρθρων και ανάλυσή τους για να μπορείτε να λαμβάνετε μέρος σε συζήτηση) θεωρείται απαραίτητη.
- Αναφορικά με τις εργασίες θα πρέπει επιπλέον να ανατρέξετε σε συμπληρωματική βιβλιογραφία. Σε όλες τις περιπτώσεις πρέπει να γίνεται σύνθεση των πηγών και όχι αντιγραφή.
- Στο αντίστοιχο μάθημα στην η-τάξη (e-class) έχουν αναρτηθεί πολλά επιστημονικά άρθρα, κείμενα, δημοσκοπήσεις και γενικώς υλικό τεκμηρίωσης για να βοηθηθείτε στο ξεκίνημα αναζήτησης βιβλιογραφίας.

Οι ανακοινώσεις και η εν γένει ενημέρωση διεξάγονται μέσω της η-τάξης, την οποία παρακαλώ να παρακολουθείτε και να συμβουλευέστε.

### **Προτεινόμενη Βιβλιογραφία για την εξοικείωση με τη θεματική:**

Boulianne, S. (2016). Campaigns and conflict on social media: A literature snapshot. *Online Information Review*, 40(5), 566–579. doi:10.1108/OIR-03-2016-0086

Bronstein, J. (2013). Like me! Analyzing the 2012 presidential candidates' Facebook pages. *Online Information Review*, 37(2), 173–192. doi:10.1108/OIR-01-2013-0002

Jungherr, A. (2016b). Twitter use in election campaigns: A systematic literature review. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(1), 72–91. doi:10.1080/19331681.2015.1132401

Ouyang, Y., & Waterman, R. W. (2020). *Trump, Twitter, and the American democracy: Political communication in the digital age*. Springer Nature.

Rossi, L., & Orefice, M. (2016). Comparing Facebook and Twitter during the 2013 General Election in Italy. In A. Bruns, E. Skogerbø, C. A. Christensen, O. Larsson, & S. E. Gunn (Eds.), *The Routledge companion to social media and politics* (pp. 434–446). London, UK: Routledge.

Stier, S., Bleier, A., Lietz, H., & Strohmaier, M. (2018) *Election Campaigning on Social Media: Politicians, Audiences, and the Mediation of Political Communication on Facebook and Twitter*, *Political Communication*, 35(1), 50-74, DOI: 10.1080/10584609.2017.1334728

Βερναρδάκης Χ. (επιμ.). *Η κοινή γνώμη στην Ελλάδα 1999-2000*, Αθήνα: Νέα Σύνορα - Λιβάνης

και ομοίως, 2002, 2003, Αθήνα: Σαββάλας 2004, 2007.

Bourdieu, P. (1990). «Η κοινή γνώμη δεν υπάρχει», στο: *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, τεύχος 77, σ. 3-14.

Boy D. & Chiche J. (1999). «Η ποιότητα των ερευνών πρόθεσης ψήφου: η περίπτωση των δημοτικών εκλογών 1998», στο: Χ. Βερναρδάκης (επιμ.), *Η κοινή γνώμη στην Ελλάδα. Έρευνες – δημοσκοπήσεις 1999- 2000*, Αθήνα: Νέα Σύνορα – Λιβάνης, σ. 355-382.

- Champagne, P. (2004). Η κατασκευή της κοινής γνώμης, Αθήνα: Πατάκης.
- Coursaris C. K. & S. Papagiannidis (2009). «Online political marketing in Greece: An evaluation of the 2007 elections and two case studies», στο *Computers in Human Behavior*, 25, σ. 853-861.
- Dearing, J. & E. Rogers (2005), *Ορίζοντας τα Θέματα*, Αθήνα: Παπαζήσης.
- Δεμερτζής, Ν. (2002). Η πολιτική επικοινωνία στην Ελλάδα. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Δεμερτζής, Ν. (2002). Πολιτική Επικοινωνία: Διακινδύευση, Δημοσιότητα, Διαδίκτυο. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Δεμερτζής, Ν. και Καφετζής, Π. (1996). “Πολιτικός Κυνισμός, Πολιτική Αλλοτρίωση και ΜΜΕ: Η Περίπτωση της Τρίτης Ελληνικής Δημοκρατίας”, στο: Λυριντζής, Χρ., Νικολακόπουλος, Η., Σωτηρόπουλος, Δ. (επιμ.), *Κοινωνία και Πολιτική: Όψεις της Γ’ Ελληνικής Δημοκρατίας 1974-1994*, Αθήνα: Θεμέλιο, σ. 174-245.
- Δεμερτζής, Ν. (1989). *Κουλτούρα, Νεωτερικότητα, Πολιτική Κουλτούρα*, Αθήνα: Παπαζήσης.
- Dowse, R. & J. Hughes (1986). *Political Sociology*, New York: John Wiley.
- Gerstle J. (1999). Η πολιτική επικοινωνία, σειρά: *que sais-je?*, Αθήνα: το Ποντίκι.
- Kavanagh, D. (1991). *Πολιτική Κουλτούρα*, Αθήνα: Παπαζήσης.
- Lewis, J. (2001). *Constructing Public Opinion*, New York: Columbia University Press.
- Lippmann, W. (1988). *Κοινή Γνώμη*, Αθήνα: Κάλβος.
- McNair B. (1998). *Εισαγωγή στην πολιτική επικοινωνία*, Αθήνα: Κατάρτι.
- ΜακΚομπς – Εϊνσίντελ - Ουίβερ (1996). *Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και η διαμόρφωση της κοινής γνώμης*, Αθήνα: Καστανιώτης, σ. 17-26.
- Μαυρής Γ. (2000). «Δημοσκοπήσεις και δημοκρατία στην Ελλάδα», στο: Χρ. Βερναρδάκης (επιμ.), *Η κοινή γνώμη στην Ελλάδα. Έρευνες - Δημοσκοπήσεις 1999-2000*, Ινστιτούτο V-, Αθήνα: Νέα Σύνορα – Λιβάνης, σ. 125-154.
- Μαυρής Γ. & Γ. Συμεωνίδης (2005). «Βουλευτικές εκλογές 2004: Πρόβλεψη του εκλογικού αποτελέσματος και επίδραση της προεκλογικής περιόδου», στο: Χ. Βερναρδάκης (επιμ.), *Η κοινή γνώμη στην Ελλάδα. Έρευνες – δημοσκοπήσεις 2004*, Αθήνα: Σαββάλας, σ. 17-56.

- Mayhew L. H. (1997). *The New Public. Professional Communication and the Means of Social Influence*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Μενδρινού Μ. (2002). «Η κοινή γνώμη στην Ελλάδα. Συμπτώματα δυσαρέσκειας», στο:  
Βερναρδάκης, Χ. (επιμ.), *Η κοινή γνώμη στην Ελλάδα 2002*. Αθήνα: Λιβάνης, σ. 35-60.
- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, Oxford: Oxford University Press.
- Νικολακόπουλος Η. (1995). «Οι πολιτικές δημοσκοπήσεις στην Ελλάδα: κριτήρια αξιολόγησης και απαιτούμενες θεσμικές ρυθμίσεις», στο: *Κοινοβουλευτική Επιθεώρηση*, τεύχος 21-22, σ. 28-34.
- Noelle-Neumann E. (1991 [1980]). *The Spiral of Silence. Public Opinion – our Social Skin*, 2<sup>nd</sup> edition, Chicago: The University of Chicago Press.
- Noelle-Neumann E. (1998). «Κοινή γνώμη», στο: Ρ. Παναγιωτοπούλου, Π. Ρηγοπούλου, Μ. Ρήγου, Σ. Νοτάρης (επιμ.), *Η 'κατασκευή' της πραγματικότητας και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης*, Αθήνα: Αλεξάνδρεια, σ. 88-104.
- Norris P., J. Curtice, D. Sanders, M. Scammell and H. Semetko (1999). *On Message, Communicating the Campaign*, London: Sage.
- Πλειός, Γ. & Παπαθανασόπουλος, Σ. (2008). «Η προβολή των πολιτικών θεσμών από τις τηλεοπτικές ειδήσεις», στο: *Ζητήματα Επικοινωνίας*, τεύχος 7, σ. 55–78.
- Πλειός, Γ. (2006). «Η ενημέρωση στις τηλεοπτικές ειδήσεις. Η περίπτωση της προεκλογικής περιόδου των εθνικών εκλογών 2004», στο: Καϊτατζή Σ., Μπαλτζής Α. (επιμ.), *Καινοτομίες και προκλήσεις στα ευρωπαϊκά ΜΜΕ*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press, σ. 235–260.
- Price V. (1992). *Κοινή γνώμη*, Αθήνα: Οδυσσέας.
- Rice R. & C. K. Atkin (eds) (1989). *Public Communication Campaigns*, 2nd edition, London: Sage.
- Shanahan, J. & Morgan M. (2006). *Η τηλεόραση, η πραγματικότητα και το κοινό*. Αθήνα: Πολύτροπον.
- Σταυρίδου Α. (2002). «Η σημασία της ποιοτικής έρευνας στο γενικό σχεδιασμό δημοσκοπήσεων – ερευνών πολιτικού και κοινωνικού

περιεχομένου», στο: Χ. Βερναρδάκης (επιμ.), Η κοινή γνώμη στην Ελλάδα. Έρευνες – δημοσκοπήσεις 2002, Αθήνα: Νέα Σύνορα – Λιβάνης, σ. 289-316.  
Zaller J. R. (2006 [1992]). The Nature and Origins of Mass Opinion, 13th edition, Cambridge.

### **Προπαγάνδα και διαδίκτυο**

**Διδάσκοντες:** Δρ. Μιχάλης Τατσσόγλου, [tastsog@media.uoa.gr](mailto:tastsog@media.uoa.gr)

Δρ. Μιχάλης Χατζηκωνσταντίνου, [chmihalis@media.uoa.gr](mailto:chmihalis@media.uoa.gr)

**Ώρες γραφείου:** Σοφοκλέους 1, Τετάρτη 12.00 - 15.00, γραφείο 108.

**Αίθουσα, ημέρα και ώρες διδασκαλίας:** Σοφοκλέους 1, Τετάρτη 18.00 - 21.00, αίθουσα 101.

### **Σύντομη Περιγραφή**

Το παρόν μάθημα αποσκοπεί στο να ανιχνεύσει τους τρόπους με τους οποίους η προπαγάνδα ως μέθοδος αποτελεί θεμελιώδες χαρακτηριστικό του δημόσια εκφερόμενου πολιτικού και δημοσιογραφικού λόγου. Κατά πόσον επιδιώκει, δηλαδή, όχι απλώς την αποσπασματική επιρροή της κοινής γνώμης επί ενός συγκεκριμένου θέματος, αλλά τη συνεχή δημιουργία μιας «πραγματικότητας» εντός της οποίας τοποθετεί τα υποκείμενα που επιθυμεί να επηρεάσει. Κατ' αρχάς προσεγγίζεται η έννοια του κοινωνικού κονστρουξιονισμού, καθώς αποτελεί το «φακό» μέσω του οποίου εξετάζονται ο δημόσια εκφερόμενος λόγος και κατ' επέκταση η προπαγάνδα (ως προπαγανδιστικός λόγος). Ακολούθως, παρουσιάζεται η έννοια της προπαγάνδας, με την παράθεση διαφορετικών προσεγγίσεων γύρω από αυτήν, ενώ δίνεται έμφαση σε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που έχει εμφανίσει ιστορικά κατά την εφαρμογή της. Παράλληλα, η έννοια αναφορά του μαθήματος συσχετίζεται με άλλες αντίστοιχες της δημόσιας επικοινωνίας, όπως μετα-αλήθεια, (ειδησεογραφική) πλαισίωση, στρατηγική επικοινωνία, (πολιτικό) marketing. Οι όροι αυτοί αναλύονται τόσο θεωρητικά όσο και σε επίπεδο εφαρμογής τους μέσα από μελέτες περιπτώσεων. Εστιάζοντας περαιτέρω στο διαδικτυακό επικοινωνιακό περιβάλλον και στο φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων, το μάθημα καταπιάνεται και με την εξέταση της αξιοπιστίας ειδήσεων και γενικότερα πληροφοριών, ασχολούμενο τόσο θεωρητικά όσο και πρακτικά με τη διαδικασία του fact-checking.

### **Μαθησιακά αποτελέσματα**

Με το πέρας του μαθήματος αναμένεται ότι οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:

- να ερμηνεύουν υπό το πρίσμα διαφορετικών προσεγγίσεων την έννοια της προπαγάνδας, καθώς και τις κοινωνικοϊστορικές αιτίες επικράτησης συγκεκριμένων λογικών προσέγγισης της έννοιας,
- να αναγνωρίζουν όψεις της προπαγάνδας στο διαδίκτυο,

- να διακρίνουν την προπαγάνδα, καθώς και να τη συσχετίζουν, με άλλες συγγενικές έννοιες των κοινωνικών και πολιτικών επιστημών,
- να σχεδιάζουν και να εφαρμόζουν προπαγανδιστικές στρατηγικές στις δημόσιες σχέσεις και το πολιτικό μάρκετινγκ,
- να επιλύουν προβλήματα που άπτονται του σχεδιασμού και της υλοποίησης ερευνών στο συγκεκριμένο πεδίο,
- να διορθώνουν αναποτελεσματικές προπαγανδιστικές πρακτικές,
- να ενθαρρύνουν τη μελέτη της διαδραστικής διαδικτυακής επικοινωνίας ως παράγοντα διαμόρφωσης της προπαγάνδας,
- να αφουγκράζονται σύγχρονες στάσεις της ακαδημαϊκής κοινότητας γύρω από την προπαγάνδα,
- να υποστηρίζουν την εκπόνηση διδακτορικής διατριβής με συναφές περιεχόμενο, στην Ελλάδα ή το εξωτερικό.

### Εβδομαδιαίες ενότητες :

Εβδομάδα	Ενότητα
1η	Εκπαιδευτικό συμβόλαιο: Εισαγωγή στη λογική και τους σκοπούς του μαθήματος. ΜΜΕ και κοινωνική κατασκευή της πραγματικότητας.
2η	Εισαγωγή στην έννοια της προπαγάνδας. Κοινωνική-ιστορική επισκόπηση εφαρμογών της προπαγάνδας. Κριτική επισκόπηση των προσεγγίσεων στην έννοια.
3η	Συνάρθρωση της προπαγάνδας με τις διαφορετικές περιόδους της νεωτερικότητας. Προπαγανδιστικές μέθοδοι και τεχνικές (και η διαφορά μεταξύ μεθόδου και τεχνικής).
4η	Γνωστικές-θυμικές βάσεις της προπαγάνδας. Πώς γράφουμε μία ακαδημαϊκή εργασία με ποσοτική έρευνα.
5η	Μετά-αλήθεια και έλεγχος για την αξιοπιστία της πληροφορίας (fact checking): Άσκηση ελέγχου δηλώσεων/ειδήσεων
6η	Ειδησεογραφική πλαισίωση και προπαγάνδα
7η	Προπαγάνδα εν καιρώ πολέμου: Ενσωματωμένη δημοσιογραφία, ψυχολογικές επιχειρήσεις, δημοσιογραφία συγκρούσεων και ειρηνευτική δημοσιογραφία
8η	Σχόλια και ανατροφοδότηση επί των εργασιών προόδου
9η	Δημόσιες Σχέσεις και Lobbying
10η	Δημόσια διπλωματία, στρατηγική επικοινωνία και εισαγωγή στην επικοινωνιακή διαχείριση κρίσεων
11η	Όψεις πολιτικού marketing στην πολιτική επικοινωνία: Πολιτικό branding και nation branding
12η	Παρουσίαση εργασιών fact-checking
13η	Σύνοψη των θεματικών που συζητήθηκαν κατά τη διάρκεια του εξαμήνου και κριτική επανεξέταση/αξιολόγηση του εκπαιδευτικού συμβολαίου

### Αξιολόγηση μαθήματος:

Η αξιολόγηση του μαθήματος θα γίνει μέσω παράδοσης γραπτής εργασίας- ατομικής (3.000 λέξεις χωρίς να υπολογίζονται οι βιβλιογραφικές αναφορές) ή δύο ατόμων (6.000 λέξεις χωρίς να υπολογίζονται οι βιβλιογραφικές αναφορές)-, ομαδικής άσκησης στο fact-checking (1.000-1.200 λέξεις) και προφορικών εξετάσεων.

Η γραπτή εργασία θα ολοκληρωθεί σε δύο μέρη. Το πρώτο μέρος (θεωρία και ερευνητικά ερωτήματα/υποθέσεις εργασίας), θα παραδοθεί για διορθώσεις-παρατηρήσεις πριν τις διακοπές του Πάσχα. Το πρώτο μέρος αυτό συμβάλλει με 20% στον τελικό βαθμό του μαθήματος. Το τελικό κείμενο της εργασίας παραδίδεται κατά την εξεταστική περίοδο του εαρινού εξαμήνου και συμβάλλει με 40% στην τελικό βαθμό του μαθήματος. Κατά τη 12η και προτελευταία διάλεξη του μαθήματος λαμβάνει χώρα και η παρουσίαση της άσκησης fact-checking που συμβάλλει με 10% στον τελικό βαθμό. Στη συνέχεια θα διενεργηθούν προφορικές εξετάσεις που συμβάλλουν κατά 30% στην τελική βαθμολόγηση.

### Παρουσίες:

Οι παρουσίες στις παραδόσεις είναι υποχρεωτικές. Βάσει του κανονισμού του προγράμματος μεταπτυχιακών σπουδών, επιτρέπονται μέχρι τρεις απουσίες.

### Ενδεικτική Βιβλιογραφία:

Auerbach, J. & Castronovo, R. (eds.) (2013). *The Oxford Handbook of Propaganda Studies*, Oxford University Press.

Bernays, E. (1928). *Propaganda*. New York: H. Liveright.

Carlson, M. (2017), 'Predictions for journalism 2018: Attacks on the press will get worse', niemanlab.org, πρόσβαση 9 Ιανουαρίου 2018, <http://www.niemanlab.org/2017/12/attacks-on-the-press-will-get-worse/>

Chomsky, N. (1997). *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda*. New York: Seven Stories Press.

Corner, J. (2007). Mediated Politics, Promotional Culture and the Idea of "Propaganda". *Media Culture Society* (29), 669-677.

Davenport, T. H. & Beck, J. C. (2013). *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Cambridge, MA: Harvard Business Press.

Δεμερτζής Ν. (2002). *Πολιτική Επικοινωνία: Διακινδύνευση, Δημοσιότητα, Διαδίκτυο*. Αθήνα: Παπαζήσης.

Doob, L. (1935). *Propaganda: Its Psychology and Technique*. New York: Henry Holt and Company.

Edelstein, A. (1997). *Total Propaganda: From Mass Culture to Popular Culture*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Δοξιάδης, Κ. (2016). *Προπαγάνδα*. Αθήνα: Νήσος.

Ellul, J. (1973). *Propaganda, the Formation of Men's Attitudes*. New York: Vintage Books.

Fowler R. (2003) *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. Λονδίνο: Routledge.

Hamilton, J. M. (2020). *Manipulating the Masses: Woodrow Wilson and the Birth of American Propaganda*. Louisiana: LSU Press.



- Herman, E. & Chomsky, N. (1994). A Propaganda Model. Στο E. Herman & N. Chomsky (eds.), *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. London: Vintage, 1-35.
- Θεοδωρακόπουλος, Π. Χ. (2006). *Προπαγάνδα η Ένδοξη*. Αθήνα: Σιδέρης.
- Jackall, R. (1995). *Propaganda*. London: Palgrave.
- Jowett, G. & O'Donnell, V. (2015). *Propaganda and Persuasion*. 6th Edition. London: Sage.
- Lazer, D., Baum, M., Grinberg, N., Friedland, L., Joseph, K., Hobbs, W., & Mattsson, C. (2017). *Combating fake news: an agenda for research and action*. Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy, Harvard Kennedy School, <https://shorensteincenter.org/combating-fake-news-agenda-for-research/>
- Lippmann, W. (1927). *The Phantom Public*. New York: MacMillan.
- Marková I., (2008). Persuasion and Propaganda. One or Two Processes? *Persuasion, Propaganda and Rhetoric*. *Diogenes*, 217, 37-51.
- Meyer, T. & Hinchman, L. (2008). *Από τη δημοκρατία των κομμάτων στη δημοκρατία των ΜΜΕ*. Αθήνα: Πολύτροπο.
- Morozov, E. (2013). *To save everything, click here: The folly of technological solutionism*. New York: Public Affairs.
- Πλειός, Γ. (2021). *Παραποιημένες Ειδήσεις (Fake News): Ο Μετασχηματισμός της Προπαγάνδας στην Κοινωνία της Ενημέρωσης*. Αθήνα: Gutenberg.
- Poster M. (1990) *The Mode of Information. Poststructuralism and Social Context*. Cambridge: Polity Press.
- Πουλακιδάκος, Σ. (2014). *Προπαγάνδα και Δημόσιος Λόγος: Η παρουσίαση του Μνημονίου από τα Ελληνικά ΜΜΕ*. Αθήνα: DaVinci.
- Pratkanis, A., & Aronson, E. (2001). *Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion*. New York: Owl Books.
- Sampson, T. (2012). *Virality: Contagion theory in the age of networks*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Shorey, S. & Howard, P. N. (2016). Automation, big data, and politics: A research review. *International Journal of Communication* 10(2016): 5032-5055.
- Soules, M. (2015). *Media, Persuasion and Propaganda*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Ταστσόγλου Μ. (2022). *Η ηγεμονία του νεοφιλελευθερισμού στον περί Μνημονίων Λόγο: Ανάλυση Λόγου των κυβερνητικών στελεχών, 2010-2018*. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Taylor, P. (2003). *Munitions of the Mind: a History of Propaganda from the Ancient World to the Present Day*. 3rd Edition. Manchester: Manchester University Press.
- Taylor, P. (2004). *Πόλεμος και Διεθνείς Σχέσεις στην Εποχή της Πληροφορίας*. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Vicario, M. D., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G. & Quattrociocchi, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3): 554-559.
- Webster, F. (2006). *Theories of the Information Society*. 3rd Edition. London: Routledge.
- Williams, B. A. (2003). *The New Media Environment, Internet Chatrooms and Public Discourse after 9/11*. Στο Thussu, K. D. & Freedman, D. (επιμ.), *War and the Media: Reporting Conflict 24/7*. London: Sage.

Wolfgram, M. A. (2008). Democracy and Propaganda. *European Journal of Communication* 23 (2), 152-171.

Φραγκονικολόπουλος, Χ. (2008). “Η επίδραση των Παγκόσμιων Δικτύων Ενημέρωσης στην εξωτερική πολιτική και τις διεθνείς σχέσεις: Σκέψεις για ερευνητικές κατευθύνσεις”. *Ζητήματα Επικοινωνίας* (7), 39-55.

Χατζηκωνσταντίνου Μ. (2020). Γνωστική και θυμική πολυμέρεια της ειδησεογραφικής πλαισίωσης των μετακινούμενων πληθυσμών. Η περίπτωση της “προσφυγικής κρίσης”, (μη δημοσιευμένη διδακτορική διατριβή). Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών: Τμήμα Επικοινωνίας & ΜΜΕ.

Zurawicki, L. (2010). *Neuromarketing: Exploring the brain of the consumer*. London: Springer.

**Εαρινό εξάμηνο- Β΄**  
**Μαθήματα κατ' επιλογήν υποχρεωτικά-**  
**Επιλέγετε ένα από τα ακόλουθα δύο μαθήματα:**

**Κοινή Γνώμη και Δημοκρατία**  
**Διδάσκων:** Πάνος Κολιαστάσης  
**e-mail:** pkoliastasis@gmail.com

**Ώρες γραφείου:** (γραφείο 306) (θα ανακοινωθούν το εαρινό εξάμηνο)

**Αίθουσα, ημέρα και ώρες διδασκαλίας:** (θα ανακοινωθούν το εαρινό εξάμηνο)

**Σύντομη Περιγραφή**

Σκοπός του μαθήματος είναι να αναλύσει την έννοια της κοινής γνώμης όπως αυτή αναπτύχθηκε στο πλαίσιο της φιλελεύθερης δημοκρατίας. Ειδικότερα το μάθημα εστιάζει στους όρους διαμόρφωσης της κοινής γνώμης υπό το πρίσμα τριών παραγόντων: των πολιτικών κομμάτων, των ΜΜΕ και των social media.

Εκκινώντας από την παραδοχή ότι τα κόμματα αποτελούν τους πυλώνες της σύγχρονης δημοκρατίας, το μάθημα εξετάζει διεξοδικά τις στρατηγικές επικοινωνίας που αναπτύσσουν σε ΜΜΕ και social media προκειμένου να διαμορφώσουν την κοινή γνώμη καθώς και την επίδρασή τους σε αυτήν. Πιο αναλυτικά εστιάζει στις θεωρητικές έννοιες της προπαγάνδας, των δημοσίων σχέσεων, των προεκλογικών εκστρατειών (election campaigns), της διαρκούς εκλογικής καμπάνιας (permanent campaign), της πολιτικής ρητορικής, της πολιτικής διαφήμισης, του πολιτικού marketing και του πολιτικού branding.

Στο ίδιο πλαίσιο, εξετάζονται εις βάθος οι βασικές θεωρητικές προσεγγίσεις ερμηνείας της εκλογικής συμπεριφοράς, όπως αποτυπώνονται στο σύνολο των εκλογικών αναμετρήσεων σε εθνικό, ευρωπαϊκό, αυτοδιοικητικό, εσωκομματικό και δημοψηφισματικό επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα, διερευνάται μεταξύ άλλων η επίδραση στην κοινή γνώμη της κομματικής ταύτισης, της κοινωνικό-οικονομικής θέσης των ατόμων, της εκλογικής γεωγραφίας, των διαιρετικών τομών, της ορθολογικής επιλογής, της θεματικής ψήφου, της κατάστασης της οικονομίας κ.α. Συναφώς αναλύεται, στο πλαίσιο της σύγχρονης δημοκρατίας, ο πολιτικός ρόλος και η επίδραση των μέσων ενημέρωσης και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην

κοινή γνώμη. Επίσης το μάθημα εστιάζει στην ανάλυση των μεθόδων μέτρησης των πολιτικών τάσεων της κοινής γνώμης μέσα από την εξέταση των εννοιών των ποσοτικών και ποιοτικών δημοσκοπήσεων.

### **Μαθησιακά αποτελέσματα**

**Με το πέρας του μαθήματος αναμένεται ότι οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:**

- να κατανοήσουν τους όρους συγκρότησης της κοινής γνώμης στο πλαίσιο της σύγχρονης φιλελεύθερης δημοκρατίας
- να αποκτήσουν γνώση για τον ρόλο και την ιδεολογική ταυτότητα των κομμάτων ως πυλώνων της σύγχρονης δημοκρατίας
- να αποκτήσουν γνώση και ικανότητα ανάλυσης μιας σειράς στρατηγικών επικοινωνίας που ακολουθούν τα κόμματα σε ΜΜΕ και social media προκειμένου, στο πλαίσιο της σύγχρονης δημοκρατίας, να διαμορφώσουν την κοινή γνώμη
- να κατανοήσουν τις σχετικές θεωρίες ερμηνείας της εκλογικής συμπεριφοράς σε όλες τις κατηγορίες εκλογικών αναμετρήσεων
- να κατανοήσουν τον πολιτικό ρόλο και την πολιτική επίδραση των μέσων ενημέρωσης και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην κοινή γνώμη
- να αποκτήσουν γνώση για την διεξαγωγή, «ανάγνωση» κι ερμηνεία των πολιτικών δημοσκοπήσεων (ποσοτικών και ποιοτικών) που αξιοποιούνται για την μέτρηση της κοινής γνώμης
- να αναπτύξουν τις ικανότητές τους στη γραπτή και προφορική παρουσίαση ενός επιχειρήματος

### **Αξιολόγηση**

Για την βαθμολογική αξιολόγηση του μαθήματος λαμβάνονται υπόψη:

1. Η εκπόνηση ατομικής εργασίας (50% του βαθμού)
2. Η συμμετοχή στην πρόοδο (25% του βαθμού)
3. Η συστηματική παρουσία και συστηματικά ενεργή συμμετοχή στις εβδομαδιαίες διαλέξεις (25% του βαθμού). Υπενθυμίζεται ότι βάσει του κανονισμού λειτουργίας του ΠΜΣ, οι παρουσίες είναι υποχρεωτικές, ενώ ο μέγιστος επιτρεπτός αριθμός απουσιών είναι 3 (στο σύνολο των παραδόσεων).

### **Θεματικοί άξονες**

Παρατίθενται ορισμένοι από τους θεματικούς άξονες του μαθήματος:

- Η σχέση φιλελεύθερης δημοκρατίας και κοινής γνώμης

- Τα πολιτικά κόμματα ως πυλώνες της δημοκρατίας και η ιδεολογική τους ταξινόμηση
- Στρατηγικές επικοινωνίας των κομμάτων σε MME και social media για τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και η επίδρασή τους σε αυτή
- Η επίδραση των MME και των social media στην κοινή γνώμη
- Παράγοντες διαμόρφωσης της κοινής γνώμης σε εθνικές εκλογές.
- Παράγοντες διαμόρφωσης της κοινής γνώμης σε εκλογές 2ης τάξης (ευρωεκλογές, αυτοδιοικητικές) και ειδικές εκλογές (εσωκομματικές και δημοψηφίσματα)
- Πολιτικές δημοσκοπήσεις (ποσοτικές και ποιοτικές) και κοινή γνώμη

### Προϋποθέσεις επιτυχούς ολοκλήρωσης του μαθήματος

Υφίστανται τρεις προϋποθέσεις:

1. Εκπόνηση ατομικής γραπτής εργασίας, η έκταση της οποίας πρέπει να είναι 3000 λέξεις (χωρίς να προσμετράται η σχετική βιβλιογραφία). Για την εκπόνηση της, θα χρειαστεί να αξιοποιήσετε και συμπληρωματική ακαδημαϊκή βιβλιογραφία. Επίσης η παράθεση των παραπομπών πρέπει να αναφέρεται βάσει του προτύπου APA (<http://www.apa.org>). Ακόμα η χρήση μη έγκυρων πηγών όπως π.χ. η wikipedia απαγορεύονται. Αναφορικά με τη συστηματική αντιγραφή ακαδημαϊκών πηγών (λογοκλοπή), ανάλογα με την έκταση της, θα τιμωρείται είτε με αφαίρεση βαθμών είτε με μηδενισμό.
2. Συμμετοχή στη γραπτή πρόοδο (σύντομο τεστ) που θα διεξαχθεί κατά τη διάρκεια του εξαμήνου κατά την πρώτη ώρα του μαθήματος και θα καλύπτει την ύλη των εβδομαδιαίων διαλέξεων που θα έχουν προηγηθεί.
3. Συστηματική παρουσία και συμμετοχή στις εβδομαδιαίες διαλέξεις.

### Αναλυτικό Πρόγραμμα Διαλέξεων

- |   |
|---|
| 1.Εισαγωγή: η ανάδυση της φιλελεύθερης δημοκρατίας και η συγκρότηση της κοινής γνώμης         |
| 2. Πυλώνες της φιλελεύθερης δημοκρατίας: Τα πολιτικά κόμματα και η ιδεολογική τους ταξινόμηση |
| 3. Οι έννοιες της προπαγάνδας και των δημοσίων σχέσεων και η διαμόρφωση στην κοινή γνώμη      |
| 4. Προεκλογική εκστρατεία, διαρκής εκλογική καμπάνια και η επίδραση στην κοινή γνώμη          |

5. Πολιτική ρητορική, πολιτική διαφήμιση και η επίδραση στην κοινή γνώμη
6. Η διαμόρφωση της κοινής γνώμης: η έννοια του πολιτικού marketing
7. Η διαμόρφωση της κοινής γνώμης: η έννοια του πολιτικού branding
8. Η πολιτική επίδραση των ΜΜΕ (έντυπων, ηλεκτρονικών, ψηφιακών) στην κοινή γνώμη
9. Η πολιτική επίδραση των social media στην κοινή γνώμη
10. Η διαμόρφωση της κοινής γνώμης: βασικές θεωρίες ερμηνείας εκλογικής συμπεριφοράς εθνικών εκλογών
11. Η διαμόρφωση της κοινής γνώμης: βασικές θεωρίες ερμηνείας εκλογικής συμπεριφοράς εκλογών 2ης τάξης (ευρωεκλογών και αυτοδιοικητικών)
12. Η διαμόρφωση της κοινής γνώμης: βασικές θεωρίες ερμηνείας της εκλογικής συμπεριφοράς ειδικών εκλογών (εσωκομματικών και δημοψηφισμάτων)
13. Η μέτρηση των πολιτικών τάσεων της κοινής γνώμης: ποσοτικές και ποιοτικές δημοσκοπήσεις

### Ενδεικτική Βιβλιογραφία

- Clarke, H., Sanders, D., Stewart, M., & Whiteley, P. (2004). Political choice in Britain. Oxford University Press.
- Deligiaouri, A. (2020). Changes and Shifts in Political Communication and Media Democracy Landscape in Greece from 1981-2020. in A. Veneti & A. Karatzogianni (eds), The Emerald Handbook of Digital Media in Greece (Digital Activism and Society: Politics, Economy And Culture In Network Communication). Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Δεμερτζής Ν. (2002) 'Εισαγωγή σε ένα νέο ερευνητικό πεδίο: Η πολιτική επικοινωνία στην Ελλάδα', στο Νίκος Δεμερτζής (επιμ.) Η Πολιτική Επικοινωνία στην Ελλάδα, Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Δεμερτζής, Ν. και Καφετζής, Π. (1996) «Πολιτικός Κυνισμός, Πολιτική Αλλοτρίωση και ΜΜΕ: Η Περίπτωση της Τρίτης Ελληνικής Δημοκρατίας», στο Λυριντζής, Χρ., Νικολακόπουλος, Η., Σωτηρόπουλος, Δ. (επιμ.), Κοινωνία και Πολιτική: Όψεις της Γ' Ελληνικής Δημοκρατίας 1974-1994, Αθήνα: Θεμέλιο, σ. 174-245.
- Heywood, A. (2007). Πολιτικές Ιδεολογίες. Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο.
- Joathan, I. & Lilleker, D.G. (2020). Permanent Campaigning: A Meta-Analysis and Framework for Measurement, Journal of Political Marketing, DOI:10.1080/15377857.2020.
- Katz, J., Barris, M. & Jain, A. (2013). The social media president: Barack Obama and the politics of digital engagement. New York: Palgrave MacMillan.

- Koliastasis, P. (2022). Permanent campaigning in Greece in Times of Crisis: The Samaras, Tsipras and Mitsotakis Premierships. Palgrave Macmillan/ Springer.
- Κολιαστάσης, Π. (2021). Πρωθυπουργοί σε διαρκή προεκλογική εκστρατεία: Κώστας Σημίτης, Κώστας Καραμανλής, Γιώργος Παπανδρέου. Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο.
- Lilleker, D. & Lees-Marshment, J. (2005). Political Marketing: A Comparative Perspective. Manchester: Manchester University Press.
- Lilleker, D. (2006). Key concepts in Political Communication. London: SAGE Publications.
- Lilleker, D. (2011). Political Campaigning, elections and the Internet: Comparing the US, UK, France and Germany. London: Routledge.
- Lippman, W. (1997) Public Opinion. New York: Free Press
- McNair, B., (2011). Εισαγωγή στην Πολιτική Επικοινωνία. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Mudde, C. & Kaltwasser, Cristobal R. (2017) Populism: A very short Introduction, Oxford University Press, Oxford.
- Nielsen S. W. (2017) On political brands: A systematic review of the literature. *Journal of Political Marketing*, 18 (2), 118-146.
- Νικολακόπουλος, Η. (2003). Η ανάπτυξη των πολιτικών δημοσκοπήσεων στην Ελλάδα. Στο Δ. Τσάτσος & Ξεν. Κοντιάδης (επιμ.), Το μέλλον των πολιτικών κομμάτων. Αθήνα: Κέντρο Ευρωπαϊκού Συνταγματικού Δικαίου, Εκδόσεις Παπαζήση.
- Norris P., LeDuc L. & Niemi R. (1996). Comparing Democracies: Elections and Voting in Global Perspective. London: Sage Publications.
- Norris, P. (2000). The evolution of campaign communications. in *A Virtuous Circle. Political Communications in Post-industrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- N. O'Shaughnessy (2004) *Politics and Propaganda: Weapons of Mass Seduction*. Manchester: Manchester University Press.
- Papathanasopoulos, St. (2004). *Media and politics: The case of Southern Europe*. Kastaniotis Publications.
- Papathanassopoulos, S. (2005). *Television in 21st century*. Kastaniotis Publications. (in Greek).
- Price V. (1996) *Κοινή γνώμη*, Αθήνα: Οδυσσέας.

**Εφαρμογές ποσοτικών μεθόδων στην έρευνα στα ΜΜΕ****Διδάσκοντες:** Δρ. Μιχάλης Τατσσόγλου, [tastsog@media.uoa.gr](mailto:tastsog@media.uoa.gr)Δρ. Μιχάλης Χατζηκωνσταντίνου, [chmihalis@media.uoa.gr](mailto:chmihalis@media.uoa.gr)**Ώρες γραφείου:** Σοφοκλέους 1, Τετάρτη 12.00 - 15.00, γραφείο 117.**Αίθουσα, ημέρα και ώρες διδασκαλίας:** Σοφοκλέους 1, αίθουσα 101**Σύντομη Περιγραφή:**

Το εν λόγω μάθημα αποσκοπεί να διδάξει πώς διεξάγεται η ποσοτική έρευνα στην επικοινωνία και τα ΜΜΕ. Φιλοδοξεί, πέραν των γνώσεων, να βοηθήσει φοιτητές και φοιτήτριες να αναπτύξουν συγκεκριμένες δεξιότητες, οι οποίες θα τους/τις χρησιμεύσουν, πρώτον, κατά την εκπόνηση της διπλωματικής τους εργασίας, δεύτερον, στην πιθανή ενασχόλησή τους με το αντικείμενο της ποσοτικής έρευνας στον εργασιακό τους βίο.

Ως εκ τούτου, το μάθημα βασίζεται σε δύο κεντρικούς πυλώνες: τη θεωρία της μεθοδολογίας έρευνας και την εφαρμογή της στο πεδίο της επικοινωνίας. Επομένως, οι αναπτυσσόμενες κατά τη διάρκεια του μαθήματος δεξιότητες αφορούν το σχεδιασμό της έρευνας, τη διεξαγωγή της και τη στατιστική ανάλυση των αποτελεσμάτων. Το μάθημα βασίζεται στην εκμάθηση της χρήσης του λογισμικού SPSS από τους φοιτητές και τις φοιτήτριες.

Τα γνωστικά αντικείμενα υποδιαιρούνται σε τρεις ενότητες. Η πρώτη ενότητα, που είναι και η αμιγώς θεωρητική, θίγει ζητήματα επιστημολογικά, όπως η ποσοτική έρευνα, οι μικτές μέθοδοι, η αξιοπιστία και η εγκυρότητα, οι μεταβλητές κτλ. Η δεύτερη ενότητα ασχολείται με την επαγωγική στατιστική, την εισαγωγή δεδομένων στο SPSS, τη συσχέτιση μεταβλητών και την εξαγωγή αποτελεσμάτων. Η τρίτη ενότητα, που σχετίζεται αμιγώς με την ανάπτυξη δεξιοτήτων, περιλαμβάνει το στατιστικό έλεγχο στην ποσοτική έρευνα (Pearson's Chi Square Test, Fisher's exact test, T-test, ANOVA και παλινδρόμηση), την παρουσίαση δεδομένων και τη μορφοποίηση των αποτελεσμάτων σε γραφήματα.

**Μαθησιακά αποτελέσματα****Με το πέρας του μαθήματος αναμένεται ότι οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:**

- κατανοούν εις βάθος πώς γίνεται η έρευνα στο περιεχόμενο των ΜΜΕ,
- γνωρίζουν τα εργαλεία της περιγραφικής στατιστικής,



- διακρίνουν τα διάφορα είδη δειγματοληψίας.
- οργανώνουν και να υλοποιούν κατάλληλες έρευνες στο πεδίο των ΜΜΕ,
- εισάγουν, κωδικοποιούν και εξάγουν δεδομένα στο SPSS,
- εκπονούν ακαδημαϊκές εργασίες- και εν προκειμένω διπλωματικές- που στηρίζονται σε ποσοτική έρευνα,
- αναγνωρίζουν τη σημασία της λειτουργικοποίησης σε μία επιστημονική έρευνα,
- προωθούν το διάλογο επί τη βάσει διαφανών ερευνητικών δεδομένων,
- υπερασπίζονται τα ευρήματά τους με ποσοτικά και στατιστικά σημαντικά δεδομένα.

## Εβδομαδιαίες ενότητες

### Εβδομάδα Ενότητα

1η	Εκπαιδευτικό συμβόλαιο: Εισαγωγή στη λογική και τους σκοπούς του μαθήματος. Ζητήματα επιστημολογίας
2η	Περιγραφική στατιστική
3η	Τεχνικές δειγματοληψίας και πειραματικές μέθοδοι
4η	Ανάλυση περιεχομένου
5η	Media Monitoring
6η	Μεθοδολογία και λειτουργικοποίηση
7η	Εισαγωγή δεδομένων στο SPSS
8η	Διασταυρώσεις ποιοτικών μεταβλητών
9η	Στατιστικοί έλεγχοι για ποσοτικές μεταβλητές
10η	Εξαγωγή αποτελεσμάτων, πίνακες και γραφήματα
11η	Προσκεκλημένη διάλεξη από ειδικό
12η	Παρουσίαση εργασιών Α'
13η	Σύνοψη των θεματικών που συζητήθηκαν κατά τη διάρκεια του εξαμήνου και κριτική επανεξέταση/αξιολόγηση του εκπαιδευτικού συμβολαίου

### Αξιολόγηση μαθήματος:

Η αξιολόγηση του μαθήματος θα γίνει κυρίως μέσω γραπτής απαλλακτικής εργασίας 3.000 λέξεων (χωρίς να υπολογίζονται οι βιβλιογραφικές αναφορές), η οποία θα συνοδεύεται από παρουσίαση στην ολομέλεια των συμμετεχόντων και συμμετεχουσών στο μάθημα. Η εργασία θα στηρίζεται σε ποσοτική έρευνα στο πεδίο των ΜΜΕ. Ο βαθμός θα προκύπτει κατά 70% από την τελική εργασία, κατά 20% από

την παρουσίασή της και κατά 10% από τη συμμετοχή των φοιτητών και φοιτητριών στις εργασίες και τις δραστηριότητες που θα τελούνται κατά τη διάρκεια του μαθήματος, εν είδει πρακτικής εφαρμογής.

**Παρουσίες:**

Οι παρουσίες στις παραδόσεις είναι υποχρεωτικές. Βάσει του κανονισμού του προγράμματος μεταπτυχιακών σπουδών, επιτρέπονται μέχρι τρεις απουσίες.

**Ενδεικτική Βιβλιογραφία:**

Babbie E. (2018), Εισαγωγή στην κοινωνική έρευνα. Αθήνα: Κριτική.

Berelson B. (1971), Content analysis in communication research. New York: Hafner Publishing Company.

Christensen L. B. (2007), Η πειραματική μέθοδος στην επιστημονική έρευνα. Αθήνα: Παπαζήσης.

Γναρδέλλης Χ. (2013), Ανάλυση δεδομένων με το IBM SPSS Statistics 21. Αθήνα: Παπαζήσης.

Γναρδέλλης Χ. (2019), Εφαρμοσμένη στατιστική (δεύτερη βελτιωμένη έκδοση). Αθήνα: Παπαζήσης.

Δαφέρμος Β. (2011), Κοινωνική στατιστική και μεθοδολογία έρευνας με το SPSS. Αθήνα: Ζήτη.

de Vaus D. (2011), Ανάλυση κοινωνικών δεδομένων: 50 βασικά θέματα. Αθήνα: Πεδίο.

Deacon D., Pickering M., Golding P. & Murdock G. (1999, επιμ.), Researching communication: A practical guide to methods in media and cultural analysis. London: Arnold.

Field A. (2016), Η διερεύνηση της στατιστικής με τη χρήση του SPSS της IBM. Αθήνα: Προπομπός.

Hansen A. (1998, επιμ.), Mass communication research methods. New York: New York University Press.

Jensen K. B. (2002, επιμ.), A handbook of media and communication research: Qualitative and quantitative methodologies. London: Routledge.

Κατσής Α., Σιδερίδης Γ. & Εμβαλωτής Α. (2010), Στατιστικές μέθοδοι στις κοινωνικές επιστήμες. Αθήνα: Τόπος.

Krippendorff K. (2004), Content analysis: an introduction to its methodology. Thousand Oaks, CA: Sage.

Κυριαζή Ν. (2011), Η κοινωνιολογική έρευνα: Κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών. Αθήνα: Πεδίο.

Neuendorf K. A. (2002), The content analysis guidebook. London: Sage

Nordenstreng K. & Griffin M. (1999, επιμ.), International media monitoring. Cresskill, NJ: Hampton Press.

Norris G., Qureshi F., Howitt D. & Cramer D. (2017), Εισαγωγή στη στατιστική με το SPSS για τις κοινωνικές επιστήμες. Αθήνα: Κλειδάριθμος.

Πλειός Γ. (2011), Η κοινωνία της ενημέρωσης. Αθήνα: Καστανιώτης.

Πλειός Γ., Σκαμνάκης Α. & Θεοχαρίδης Σ. (2021, επιμ.), Η επικοινωνιακή κατασκευή μίας πανδημίας: Ο SARS-CoV-2, τα μέσα & η κοινωνία. Αθήνα: Παπαζήσης.

Πουλακιδάκος Σ. (2014), Προπαγάνδα και δημόσιος λόγος. Η παρουσίαση του Μνημονίου από τα ελληνικά ΜΜΕ. Αθήνα: DaVinci.

Riffe D., Lacy S., Watson B. R. & Fico F. (2019, επιμ.), Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research. New York: Routledge.

Robson C. (2010), Η έρευνα του πραγματικού κόσμου: Ένα μέσον για κοινωνικούς επιστήμονες και επαγγελματίες ερευνητές. Αθήνα: Παπαζήσης.

Rosenberg A. (2017), Φιλοσοφία των κοινωνικών επιστημών. Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης.

Ρούσσοσ Π. Λ. & Τσαούσης Γ. (2011), Στατιστική στις επιστήμες της συμπεριφοράς με τη χρήση του SPSS. Αθήνα: Τόπος.

Turner J. (2012), How to use social media monitoring tools. London: FT Press.

**Διπλωματική Εργασία- Χειμερινό εξάμηνο Γ'**

Λεπτομέρειες για την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας, μπορείτε να βρείτε στο άρθρο 9 του Κανονισμού Σπουδών (στην ιστοσελίδα του ΠΜΣ- [https://www.media.uoa.gr/fileadmin/depts/media.uoa.gr/politicsandtheinternet/uploads/A14\\_Kanonismos\\_Spoydon\\_Praktikis\\_fskisis\\_Kinitikotitas\\_Ekponisis\\_Ergasion-PMS\\_Politiki\\_kai\\_Diadi\\_ktyo.pdf](https://www.media.uoa.gr/fileadmin/depts/media.uoa.gr/politicsandtheinternet/uploads/A14_Kanonismos_Spoydon_Praktikis_fskisis_Kinitikotitas_Ekponisis_Ergasion-PMS_Politiki_kai_Diadi_ktyo.pdf))

## ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ – ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΙΣ ΣΧΟΛΕΣ ΤΟΥ ΕΚΠΑ

<https://www.athenstransport.com/2016/09/ekpa/>

Το κτίριο όπου στεγάζεται το Τμήμα Επικοινωνίας Τμήμα και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Σοφοκλέους 1) βρίσκεται σε απόσταση 5 λεπτών με τα πόδια από το σταθμό Πανεπιστήμιο του Μετρό.

## ΦΟΙΤΗΤΙΚΗ ΜΕΡΙΜΝΑ

ΦΟΙΤΗΤΙΚΑ ΑΝΑΓΝΩΣΤΗΡΙΑ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

[https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki\\_merimna/foititika\\_anagnostiria\\_kai\\_bibliothiki/](https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki_merimna/foititika_anagnostiria_kai_bibliothiki/)

ΤΜΗΜΑ ΣΙΤΙΣΗΣ ΦΟΙΤΗΤΩΝ

[https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki\\_merimna/tmima\\_sitisis\\_foititon/](https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki_merimna/tmima_sitisis_foititon/)

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟ

[https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki\\_merimna/panepistimiako\\_gymnastirio/](https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki_merimna/panepistimiako_gymnastirio/)

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΟΜΙΛΟΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ (Π.Ο.Φ.Π.Α.)

[https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki\\_merimna/politistikos\\_omilos\\_panepistimioy\\_athinon\\_pofpa/](https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki_merimna/politistikos_omilos_panepistimioy_athinon_pofpa/)

ΥΓΕΙΟΝΟΜΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ

[https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki\\_merimna/ygeionomiki\\_ypiresia/](https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki_merimna/ygeionomiki_ypiresia/)

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

[https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki\\_merimna/ergastiria\\_pliroforikis/](https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki_merimna/ergastiria_pliroforikis/)

ΤΑΜΕΙΟ ΑΡΩΓΗΣ ΦΟΙΤΗΤΩΝ

[https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki\\_merimna/tameio\\_arogis\\_foititon/](https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki_merimna/tameio_arogis_foititon/)

ΣΥΝΗΓΟΡΟΣ ΤΟΥ ΦΟΙΤΗΤΗ

[https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki\\_merimna/synigoros\\_toy\\_foititi/](https://www.lesxi.uoa.gr/foititiki_merimna/synigoros_toy_foititi/)