

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 (2020 -2021)**

# ΠΜΣ

## Πολιτική και Διαδίκτυο

Στόχος 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 ελληνικό 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.

**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

### Πρόγραμμα Μαθημάτων

<b>A' Εξάμηνο (χειμερινό)</b>	
<b>Μαθήματα</b>	<b>ECTS</b>
• Πολιτική Ενημέρωση και Διαδίκτυο	10
• Πολιτικές Χρήσεις του Διαδικτύου	10
• Μεθοδολογία Έρευνας	10
<b>Σύνολο</b>	<b>30</b>

<b>B' Εξάμηνο (εαρινό)</b>	
<b>Μαθήματα</b>	<b>ECTS</b>
• Κοινή Γνώμη και Δημοκρατία	10
• Δημόσια Επικοινωνία και Νέα Μέσα	10
• Προπαγάνδα και Διαδίκτυο	10
<b>Σύνολο</b>	<b>30</b>

<b>Γ' Εξάμηνο (χειμερινό)</b>	
	<b>ECTS</b>
• Συγγραφή διπλωματικής εργασίας	30
<b>Σύνολο</b>	<b>30</b>

# Αναλυτικά διαγράμματα μαθημάτων

## Χειμερινό εξάμηνο

**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 Δευτέρα, 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 συμβάλει 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.

## Κύριοι στόχοι του μαθήματος

Μέσα από τις δραστηριότητες του μαθήματος αναμένεται ότι οι φοιτητές/τριες θα:

1. Θα γνωρίσουν εις βάθος την τάση διαρκώς μεγαλύτερης πολιτικής ενημέρωσης από το διαδίκτυο
2. Θα γνωρίσουν το ρόλο που επιτελούν σε αυτό η κοινωνία της πληροφορίας και την ανάδυση του πληροφοριακού καπιταλισμού.
3. Θα ενημερωθούν για την κοινωνική προέλευση και τις κοινωνικές λειτουργίες της μετατόπισης της πολιτικής πληροφόρησης από τα παλιά μέσα στο διαδίκτυο.
4. Θα αποκτήσουν ένα πλαίσιο γνώσεων σχετικά την διαμόρφωση του ειδησεογραφικού και ενημερωτικού περιεχομένου του διαδικτύου.
5. Θα κατανοήσουν ορισμένα κύρια γνωρίσματα της πολιτικής ενημέρωσης στη κοινωνία της πληροφορίας.
6. Θα γνωρίσουν το ρόλο της πολιτικής πληροφόρησης από το διαδίκτυο σε ορισμένα σημαντικά πολιτικά γεγονότα στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.
7. Θα 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.
8. Θα γνωρίσουν την πολιτική ενημέρωση στις πλατφόρμες και τις επιμέρους κατηγορίες διαδικτυακού περιεχομένου (Facebook, Twitter κοκ).
9. Θα αποκτήσουν απαραίτητες ικανότητες για το σχεδιασμό και την υλοποίηση ερευνών στο πεδίο.
10. Θα 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 *ternational 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](https://doi.org/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: Πολύτροπον.
- 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., Reymann 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** (θα διδαχθεί από τη Δρ. Δέσποινα Χρονάκη για το 2020-2021 λόγω εκπαιδευτικής άδειας της διδάσκουσας)

**e-mail:** [despinachronaki@gmail.com](mailto:despinachronaki@gmail.com)

**Ώρες γραφείου:** Τετάρτη 16.30-17.30 (λόγω των έκτακτων μέτρων για τον COVID19 οι συναντήσεις θα γίνονται μέσω skype)

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 Τετάρτη, 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. Πιο συγκεκριμένα, εξετάζει διεξοδικά την αμερικάνικη πολιτική σκηνή μέσα από την κατασκευή της αρρενωπής (Προεδρικής) ηγεσίας σε διαχρονικό επίπεδο, την διάσταση της διασημοποίησής (celebrification) της, την θέση της γυναίκας όχι μόνο στο πολιτικό σκηνικό, αλλά και ευρύτερα σε θέσεις ηγεσίας (women in leadership) μέσα από επιστημονικές μελέτες και εκθέσεις από διαφορετικές χώρες. Συζητά επίσης το Brexit, και το πώς συζητήθηκε στα παραδοσιακά αλλά και στα κοινωνικά μέσα στην Βρετανία, όπως και την ενασχόληση των νέων με την πολιτική και την πολιτότητα αυτών (youth citizenship and political engagement). Παίρνει θέση στη συζήτηση για την κουλτούρα της διασημότητας μέσα από μελέτες-περίπτωσης, όπως για παράδειγμα η διάσταση της βασιλικής διασημότητας (royal celebrity), εμβαθύνει στην κοινωνική κατασκευή της σεξουαλικότητας και της σεξουαλικοποίησης (politics of sexuality), ενώ δεν παραλείπει να δώσει έμφαση και στην ταξική διάσταση της κατανάλωσης (politics of consumption).

## Κύριοι στόχοι του μαθήματος

Μέσα από τις δραστηριότητες του μαθήματος αναμένεται ότι οι φοιτήτριες/τες θα:

- 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 επιτρέπει να αναλύουν το μεταβαλλόμενο κοινωνικό περιβάλλον του διαδικτύου.

## Βασική βιβλιογραφία

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

## Αξιολόγηση

Το μάθημα αξιολογείται:

- από μια ατομική **εργασία 3000-4000 λέξεων** (70% του συνολικού βαθμού, 20+50) η οποία αποτελείται από 2 μέρη. Υπάρχει η δυνατότητα εκπόνησης εργασιών σε ζεύξη (7.000-8.000 λέξεων).
  - στο α' μέρος, κάνετε την προφορική παρουσίαση της θεματικής που έχετε αναλάβει (βλ.παρακάτω) (20% του βαθμού, 10/02/2021) και
  - στο β' μέρος, παραδίδετε τη γραπτή εργασία (50%, 19/2/2021 ).
- από την **παρουσίαση** - λεπτομέρειες στην 'εβδομαδιαία παρουσίαση' στις [εργασίες] (20% του βαθμού σας).
- από την **ενεργή συμμετοχή σας στο μάθημα** (10%): 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).

Για περισσότερα, στις [εργασίες] στην ηλεκτρονική τάξη.

Σκοπός σας είναι να ξεκινήσετε να δουλεύετε την εργασία αμέσως, καθώς είναι ιδιαίτερα χρονοβόρα και πολύπλοκη, συνδυάζοντας και θεωρία και εμπειρική έρευνα.

Τέλος, κατά τη συγγραφή των εργασιών σας, καλείστε να ακολουθήσετε το harvard referencing system. Θα βρείτε σχετικές οδηγίες στο doc 'harvard referencing system' στον φάκελο 'research stuff', στην κατηγορία 'σεμινάριο μεθοδολογίας' στα [εγγραφα]. Εκμεταλλευτείτε όλο το υποστηρικτικό υλικό που είναι διαθέσιμο.

### Θεματικοί άξονες

Παρατίθενται ορισμένοι από τους θεματικούς άξονες του μαθήματος:

- Με ποιόν τρόπο μπορούμε να κατανοήσουμε καλύτερα και να εμβαθύνουμε στη σύγχρονη αμερικάνικη πολιτική σκηνή?
- Ποιά είναι η θέση των γυναικών υποψηφίων στις ΗΠΑ?
- Πώς ερμηνεύεται η γρήγορη ανάπτυξη των κοινωνικών μέσων?
- Ποιά είναι η συζήτηση για τη νεανική πολιτική συμμετοχή?
- Ποιά είναι η συζήτηση για το Brexit στη Βρετανία?
- Ποιά είναι η δημόσια συζήτηση γύρω από τα politics of sexuality και τα politics of consumption, 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

Εβδομάδα	Αντικείμενο
1	εισαγωγή στο μάθημα
2	political participation- politics in the Trump era
3	politics in the Trump era - continued
4	american politics - Donald Trump [student led]
5	gender in politics
6	gender in politics- american presidential elections- HRC [student led]
7	<b>Guest lecture -Αγγελική Γαζή, Επίκουρη Καθηγήτρια, Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού, Πάντειο Πανεπιστήμιο</b>
8	EU Referendum Analysis 2016 [student led]
9	media representations of class [student led]
10	<b>guest lecture, Ευα Στεφανή, Καθηγήτρια, Τμήμα ΕΜΜΕ, ΕΚΠΑ</b>
11	politics of sexuality, part i (pornography)
12	politics of sexuality ii [sexualization]
13	politics of consumption
14	προφορική παρουσίαση εργασιών

**Μάθημα: Μεθοδολογία έρευνας****Διδάσκοντες:** Σταμάτης Πουλακιδάκος (stamatisp@media.uoa.gr)

Δέσποινα Χρονάκη (despoinachronaki@gmail.com)

**Ώρες γραφείου:****Σταμάτης Πουλακιδάκος:** Σοφοκλέους 1, 1ος όροφος, γραφείο 108 (Δευτέρα 15.00-16.00, Πέμπτη 12.00-15.00)**Δέσποινα Χρονάκη:** γραφείο 105 Σοφοκλέους 1, 1ος όροφος, (Πέμπτη 12.00-15.00)**Αίθουσα, ημέρα και ώρες διδασκαλίας:** Τρίτη 6-9 (Σοφοκλέους 1, Αίθουσα 101). Οι παραδόσεις των πρώτων επτά (7) εβδομάδων θα εστιάσουν στην ποιοτική έρευνα, ενώ οι τελευταίες επτά (7) εβδομάδες στην ποσοτική.**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 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 ειδικών λογισμικών που χρησιμοποιούνται τόσο στην ποσοτική, όσο και στην ποιοτική έρευνα.

**Κύριοι στόχοι του μαθήματος**

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

1. κατανοούν σε θεωρητικό και πρακτικό/εφαρμοσμένο επίπεδο τις διαφορετικές ερευνητικές μεθοδολογίες
2. μεταφέρουν και εφαρμόζουν τις γνώσεις τους σε θέματα ερευνητικών μεθοδολογιών
3. αποκτήσουν μια πρώτη δέσμη αναλυτικών ικανοτήτων για την αποσαφήνιση και μελέτη προβλημάτων που αφορούν τις ερευνητικές μεθοδολογίες
4. 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
5. εξοικειωθούν με τη φύση της έρευνας στο πεδίο των Σπουδών στα Μέσα Επικοινωνίας 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.

**Παροχή λογισμικού:** IBM SPSS Statistics.

#### **Αξιολόγηση: (ποσοτικές μέθοδοι) (50% του συνολικού βαθμού)**

Προφορική εξέταση επί της θεωρίας και ασκήσεις-εξέταση σε Η/Υ μέσω του προγράμματος SPSS.

#### **Αναλυτικό διάγραμμα περιεχομένου (ποσοτικές μέθοδοι)**

A/A ενότητας	Αντικείμενο
1	Κοινωνικές επιστήμες και κοινωνική έρευνα. Γιατί η έρευνα είναι τόσο σημαντική; Οι παραδόσεις του θετικισμού και

	του σχετικισμού. Εισαγωγή στη δομή και τους σκοπούς του μαθήματος.
2	Οργάνωση και σχεδιασμός ποσοτικής έρευνας 1: Το κύριο ερευνητικό ερώτημα, οι υποθέσεις εργασίας, η συνάφεια με τη θεωρία. Η μονάδα ανάλυσης. Συγγραφή ερευνητικής πρότασης.
3	Οργάνωση και σχεδιασμός ποσοτικής έρευνας 2: Δειγματοληψία, περιορισμοί, σχεδιασμός σταδίων, εκτιμώμενος χρόνος διεξαγωγής.
4	Οργάνωση και σχεδιασμός ποσοτικής έρευνας 3: Ο σχεδιασμός του ερευνητικού εργαλείου (δομημένο ερωτηματολόγιο, πρωτόκολλο έρευνας). Τα χαρακτηριστικά των μεταβλητών. Η κλίμακα Likert. Το πιλοτικό στάδιο έρευνας.
5	Η ποσοτική έρευνα κοινού
6	Η ποσοτική ανάλυση περιεχομένου
7	Συλλογή ποσοτικών δεδομένων (προκλήσεις, περιορισμοί)
8	Εισαγωγή στην επεξεργασία ποσοτικών δεδομένων- Εισαγωγή στη χρήση ειδικού λογισμικού (SPSS) (εισαγωγή μεταβλητών, οι εντολές recode, compute, count, το φίλτρο select cases)
9	Βασικά στατιστικά μέτρα- Περιγραφική στατιστική, ο έλεγχος ανεξαρτησίας $\chi^2$ , οι στατιστικές υποθέσεις
10	Ο έλεγχος μέσων τιμών t-test & η ανάλυση διακύμανσης (ANOVA)
11	Η συσχέτιση (Correlation)
12	Ο έλεγχος αξιοπιστίας των ερευνητών (ανάλυση περιεχομένου)
13	Ανακεφαλαίωση ενοτήτων

**Ενδεικτική βιβλιογραφία**

1. Berelson B. (1971) *Content Analysis in Communication Research*. New York: Hafner Publishing Company
2. Budd R. W., Thorp R. K. et al. (1967) *Content Analysis of Communications*. New York: Macmillan
3. Γναρδέλλης Χ. (2003) *Εφαρμοσμένη Στατιστική*. Αθήνα: Παπαζήσης
4. Carley, T. F. (1972) *Content Analysis: A Technique for Systematic Inference from Communications*. Winnipeg: University of Manitoba Press
5. Chilton P. A. (2004) *Analyzing Political Discourse: Theory and practice*. London: Routledge
6. Holsti O. (1969) *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. London: Addison Wesley
7. Κυριαζή Ν. (2001) *Κοινωνιολογική Έρευνα: κριτική Επισκόπηση των Μεθόδων και των Τεχνικών*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα
8. Krippendorff K. (2004) *Content Analysis. An Introduction to its Methodology*. 2nd edition, London: Sage
9. Kumar R. (2011) *Research Methodology. A step-by- step guide for beginners*. London: Sage
10. Neuendorf K. A. (2002) *The Content Analysis Guidebook*. London: Sage
11. Riffe D. (1998) *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*. Mahwah: Lawrence Erlbaum
12. Rutherford A. (2001) *Introducing ANOVA and ANCOVA. A GLM Approach*. London: Sage
13. Σιώμκος Γ. Ι., Βασιλακοπούλου Α. (2005) *Εφαρμογή Μεθόδων Ανάλυσης στην Έρευνα Αγοράς*. Αθήνα: Αθ. Σταμούλης
14. Tavakol M., Dennick R. (2011) Making Sense of Cronbach's Alpha. *International Journal of Medical Education*. 2011, 2:53-55
15. Walliman N. (2011) *Research Methods, the basics*. London: Routledge
16. Weber R. (1990) *Basic Content Analysis*. London: Sage Publications
17. Kultar S. (2007) *Quantitative Social Research Methods*. London: Sage.
18. Thelwall M. (2009) *Introduction to Webometrics: Quantitative Web Research for the Social Sciences*. London: Morgan and Claypool.
19. Creswell J. W. (2014) *Research Design: Quantitative, Qualitative and Mixed Methods Approaches*. London: Sage.
20. Field A. (2015) *Discovering Statistics Using the SPSS*. 4th edition. London: Sage.



**Αναλυτικό διάγραμμα περιεχομένου (ποιοτικές μέθοδοι)**

A/A ενότητας	Αντικείμενο
1	Εισαγωγή στις Πολιτισμικές Σπουδές: Οντολογική και επιστημολογική προσέγγιση του πεδίου. Δομή του μαθήματος και τρόπος εργασίας.
2	Μέθοδοι έρευνας στις Πολιτισμικές Σπουδές: Ο σχεδιασμός ενός ερευνητικού προγράμματος ποιοτικής φύσης. Τα εργαλεία της συνέντευξης και της ομάδας εστίασης (focus group)
3	Μέθοδοι ανάλυσης δεδομένων στις Πολιτισμικές Σπουδές: Ανάλυση κειμένου (Textual Analysis) και θεματική ανάλυση (Thematic Analysis)
4	Μέθοδοι ανάλυσης δεδομένων στις Πολιτισμικές Σπουδές: Ανάλυση λόγου (Discourse Analysis)
5	Μέθοδοι ανάλυσης δεδομένων στις Πολιτισμικές Σπουδές: Αφηγηματική ανάλυση (narrative analysis)
6	Μέθοδοι ανάλυσης δεδομένων στις Πολιτισμικές Σπουδές: Κριτική ανάλυση λόγου (Critical Discourse Analysis)
7	Ανακεφαλαίωση ενοτήτων

**Αξιολόγηση (ποιοτικές μέθοδοι) (50% του συνολικού βαθμού)**

Η αξιολόγηση της ενότητας αυτής θα γίνει με τη μορφή εργασίας. Οι φοιτήτριες/φοιτητές θα συγγράψουν μια επισκόπηση εμπειρικής έρευνας πάνω σε μια θεματική από αυτές που θα έχουν διδαχθεί κατά τη διάρκεια του εξαμήνου. Το θέμα θα είναι κοινό για όλους και η έκταση της κάθε εργασίας θα είναι 2500-3000 λέξεις.

**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. Davies, B., & Harré, R. (1990). Positioning: The discursive production of selves. *Journal for the theory of social behaviour*, 20(1): 43-63.

4. 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.
5. Edley, N. (2001). Analysing masculinity: Interpretative repertoires, ideological dilemmas and subject positions. *Discourse as data: A guide for analysis*, London: Sage, pp. 189-228.
6. Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London: Routledge.
7. Mason, J. (2017). *Qualitative researching*. London: Sage.
8. McKee, A. (2001). A beginner's guide to textual analysis. *Metro Magazine*, (127): 138-149.
9. Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2013). *Qualitative data analysis*. London: Sage.
10. 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.
11. Tenorio, E. H. (2011). Critical discourse analysis, an overview. *Nordic Journal of English Studies*, 10(1): 183-210.

## ΕΑΡΙΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

### Δημόσια Επικοινωνία και Νέα Μέσα

Διδάσκοντες: Νίκος Παπαναστασίου

e-mail: [papanast@media.uoa.gr](mailto: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.

Ειδικότερα θα εξεταστούν οι νέες μορφές επικοινωνίας και επιρροής της κοινής γνώμης όπως εξελίσσονται με τη χρήση των νέων μέσων (διαδίκτυο, smartphones, κ.ά.). 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. Στο μάθημα αυτό θα αναλυθούν οι νέες μορφές πολιτικής επικοινωνίας που προήλθαν από τη χρήση των ψηφιακών μέσων ενημέρωσης.

Τα ΜΜΕ αναλαμβάνουν πλέον καθοριστικό ρόλο στη συγκρότηση των όρων του διαμεσολαβημένου πολιτικού διαλόγου καθώς και στον επηρεασμό της ψήφου μέσω διαφόρων τρόπων προώθησης των πολιτικών μηνυμάτων και του πολιτικού προσωπικού (π.χ., πολιτικές εκπομπές, εκπομπές διαλόγου, δημοσκοπήσεις, ειδήσεις, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μηνύματα στο twitter, κ.ά.).

## Κύριοι στόχοι του μαθήματος

Από την ενασχόληση με τη θεματική του μαθήματος αναμένεται ότι οι φοιτητές/τριες θα:

- αποκτήσουν ένα πλήρες, συστηματικό πλαίσιο γνώσεων σχετικά με την έννοια της γνώμης και της κοινής γνώμης, θα εξοικειωθούν 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.

- 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.

## Βασική βιβλιογραφία

Ως ενδεικτική βιβλιογραφία για την εξοικείωση με τη θεματική αναφέρονται οι ακόλουθοι τίτλοι:

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: Διακινδύνευση, 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-PRC, 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*, 2<sup>nd</sup> 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*, 13<sup>th</sup> edition, Cambridge: Cambridge University Press.

## Αξιολόγηση

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, στατιστικά δεδομένα 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.

### Θεματικοί άξονες

Θεωρίες προπαγάνδας και απαρχές της πολιτικής επικοινωνίας (επικοινωνία- πειθώ - δημόσιες σχέσεις, οι πρώτοι θεωρητικοί, κ.α. («προπαγάνδα «φρικαλεοτήτων», λευκή, φαιά και μαύρη προπαγάνδα, διαφορά προπαγάνδας και αγκιτάτσια, «ολική» προπαγάνδα )

Θεωρίες πολιτικής κουλτούρας, κοινής γνώμης και δημόσιας σφαίρας (John Dewey και Walter Lippmann)

Ο ρόλος των ΜΜΕ (παλαιών και νέων) στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης

Στρατηγικές πολιτικής επικοινωνίας (προεκλογικές εκστρατείες)

Ο λαϊκισμός στην ελληνική και διεθνή πολιτική

Επικοινωνιακή χρήση των δημοσκοπήσεων από τα διάφορα ΜΜΕ.

### Αναλυτικό διάγραμμα περιεχομένου μαθήματος

- Εισαγωγή στη θεματική της κοινής γνώμης – πολιτικής κουλτούρας
- Δημόσια σφαίρα- δημόσιος χώρος: θεωρήσεις
- Κοινή γνώμη I: Κλασσικές προσεγγίσεις
- Κοινή γνώμη II: Σύγχρονες προσεγγίσεις
- Ειδικά θέματα: Προδιάθεση, γνώμη, στερεότυπα, πολιτική γνώση - διαμόρφωση απόψεων, βαθμός πληροφόρησης πολιτών, δυνατότητα ανάκλησης πληροφοριών και συμβάντων, κομματική επιλογή

- Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πολιτική επικοινωνία (διαδραστικότητα, χρήση των νέων μέσων επικοινωνίας από τους Έλληνες πολιτικούς στις εκλογές
- Χρήση των παραδοσιακών και νέων μέσων επικοινωνίας (τύπος, έντυπο υλικό, τηλεόραση, επίσημοι ιστότοποι, κ.ά.)
- Στρατηγικές πολιτικής επικοινωνίας (προεκλογικές εκστρατείες, 2009-2019)
- Εκλογές Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΤΑ): Σημασία της ΤΑ στη λειτουργία του κράτους, αποκέντρωση, αυτοδιοίκηση, μεταρρυθμίσεις, εκλογικοί νόμοι, εκλογικές πρακτικές, διαφορές με εθνικές εκλογές
- Εκλογές Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου (ΕΚ): Διαδικασία, εκπροσώπηση, συνασπισμοί, εξέλιξη εκλογικών αποτελεσμάτων ΕΚ στην Ελλάδα και ΕΕ, προεκλογικό βαρόμετρο ή εκλογές «δεύτερης τάξης»;, προεκλογικές προβλέψεις, καμπάνιες συμμετοχής, κ.ά.
- Αναληθείς ειδήσεις (fake news, fact checking)



**Προπαγάνδα και δημόσια επικοινωνία σε παραδοσιακά και νέα μέσα****Διδάσκων:** Σταμάτης Πουλακιδάκος (stamatisp@media.uoa.gr)**Ώρες γραφείου:** Σοφοκλέους 1, 1ος όροφος, γραφείο 108 (Δευτέρα 12.00-15.00, Πέμπτη 15.00-16.00)**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 εν τέλει θεμελιώδες χαρακτηριστικό του δημόσια εκφερόμενου πολιτικού και δημοσιογραφικού λόγου. Κατά πόσο επιδιώκει, δηλαδή, όχι απλά την αποσπασματική επιρροή της κοινής γνώμης επί ενός συγκεκριμένου θέματος, αλλά τη συνεχή προσπάθεια δημιουργίας μιας «πραγματικότητας» εντός της οποίας τοποθετεί τα υποκείμενα που επιθυμεί να επηρεάσει.

Κατ' αρχάς θα προσεγγίσουμε την έννοια του κοινωνικού κονστρουξιονισμού, καθώς αποτελεί το «φακό» μέσω του οποίου εξετάζουμε το δημόσια εκφερόμενο λόγο και κατ' επέκταση την προπαγάνδα (ως προπαγανδιστικό λόγο).

Ακολούθως θα παρουσιάσουμε την έννοια της προπαγάνδας, παραθέτοντας διαφορετικές προσεγγίσεις της, καθώς και σε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που έχει εμφανίσει ιστορικά σε διάφορες εφαρμογές της. Παράλληλα, θα τη συνδέσουμε με άλλες έννοιες της δημόσιας επικοινωνίας όπως στρατηγική επικοινωνία, (πολιτικό) marketing, δημόσιες σχέσεις, μετα-αλήθεια τις οποίες και θα συζητήσουμε τόσο θεωρητικά όσο και σε επίπεδο εφαρμογής τους μέσα από μελέτες περιπτώσεων.

Εστιάζοντας περαιτέρω στο διαδικτυακό επικοινωνιακό περιβάλλον και στο φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων, θα ασχοληθούμε και με την εξέταση της αξιοπιστίας ειδήσεων και γενικότερα πληροφοριών, ασχολούμενοι τόσο θεωρητικά όσο και πρακτικά με τη διαδικασία του fact-checking.

Εβδομάδες μαθημάτων	Ενότητες μαθήματος
1.	Εισαγωγή στη λογική και τους σκοπούς του μαθήματος. Ο Κοινωνικός κονστρουξιονισμός.
2.	Εισαγωγή στην έννοια της προπαγάνδας. Κοινωνική-ιστορική επισκόπηση εφαρμογών της προπαγάνδας. Κριτική επισκόπηση των προσεγγίσεων στην έννοια.
3.	Συνάρθρωση της προπαγάνδας με τις διαφορετικές περιόδους της νεωτερικότητας. Προπαγανδιστικές μέθοδοι και τεχνικές (και η διαφορά μεταξύ μεθόδου και τεχνικής).
4.	Η έννοια του πολιτικού marketing
5.	Η έννοια των δημοσίων σχέσεων
6.	Η έννοια της δημόσιας διπλωματίας
7.	Η έννοια της στρατηγικής επικοινωνίας
8.	Η έννοια του nation branding
9.	Η έννοια του lobbying
10.	Η μετα-αλήθεια και ο μετασχηματισμός της σπειροειδούς γραμμής της σιωπής
11.	Ενσωματωμένη δημοσιογραφία- Ψυχολογικές επιχειρήσεις
12.	Ο έλεγχος για την αξιοπιστία της πληροφορίας (fact-checking)
13.	Σύνοψη των θεματικών που συζητήθηκαν κατά τη διάρκεια του εξαμήνου

### Μαθησιακοί στόχοι

Μέσα από τις δραστηριότητες του μαθήματος αναμένεται ότι οι φοιτητές/τριες θα:

- κατανοήσουν τις διαφορετικές προσεγγίσεις στην έννοια της προπαγάνδας και τις αιτίες επικράτησης συγκεκριμένων λογικών προσέγγισης της έννοιας.
- αποκτήσουν ένα πλήρες και συστηματικό πλαίσιο γνώσεων σχετικά με την εφαρμογή προπαγανδιστικών στρατηγικών και των κύριων στόχων τους σε διαφορετικές φάσεις της νεωτερικότητας.
- αποκτήσουν ένα πλήρες και συστηματικό πλαίσιο γνώσεων αναφορικά με την προσέγγιση και διερεύνηση του προπαγανδιστικού λόγου στα μέσα επικοινωνίας με μια έμφαση στο διαδίκτυο και τις εφαρμογές του.
- κατανοήσουν την επιρροή της διαδραστικής διαδικτυακής επικοινωνίας στη διαμόρφωση της προπαγάνδας.
- κατανοήσουν τη σχέση της προπαγάνδας με άλλες συναφείς έννοιες
- αποκτήσουν απαραίτητες ικανότητες για το σχεδιασμό και την υλοποίηση ερευνών στο πεδίο αυτό.
- κατακτήσουν τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την εκπόνηση διδακτορικής διατριβής με συναφές περιεχόμενο, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό.

### **Αξιολόγηση μαθήματος**

Η αξιολόγηση του μαθήματος θα γίνει μέσω της παράδοσης είτε ατομικής (5000 λέξεις) είτε ομαδικής (8000 λέξεις) γραπτής εργασίας και άσκησης fact-checking (1000-1200 λέξεις). Πιο αναλυτικά:

Η γραπτή εργασία θα ολοκληρωθεί σε δύο μέρη. Το πρώτο μέρος (θεωρία), θα παραδοθεί για διορθώσεις-παρατηρήσεις περίπου την 8η εβδομάδα των μαθημάτων. Το μέρος αυτό συμβάλλει με 20% στον τελικό βαθμό του μαθήματος. Το τελικό κείμενο της εργασίας παραδίδεται τη 14η εβδομάδα των μαθημάτων και συμβάλλει με 60% στην τελικό βαθμό του μαθήματος. Κατά τη 13η εβδομάδα του μαθήματος λαμβάνει χώρα και η άσκηση fact-checking που συμβάλλει με 20% στον τελικό βαθμό του μαθήματος.

### **Παρουσίες**

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

## Ενδεικτική Βιβλιογραφία

‘Combating fake news: an agenda for research and action’ (2017), conference held February 17-18, 2017, Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy, Harvard Kennedy School, Μάιος 2, 2017, πρόσβαση 9 Ιανουαρίου 2018, <https://shorensteincenter.org/combating-fake-news-agenda-for-research/>

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.

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.

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.

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.

Jackall, R. (1995). *Propaganda*. London: Palgrave.

Jowett, G. & O'Donnell, V. (2015). *Propaganda and Persuasion*. 6th Edition. London: Sage.

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.

Poster M. (1990) *The Mode of Information. Poststructuralism and Social Context*. Cambridge: Polity Press.

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.

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.

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

Θεοδωρακόπουλος, Π. Χ. (2006). *Προπαγάνδα η Ένδοξη*. Αθήνα: Σιδέρης.

Πουλακιδάκος, Σ. (2014). *Προπαγάνδα και Δημόσιος Λόγος: Η παρουσίαση του Μνημονίου από τα Ελληνικά ΜΜΕ*. Αθήνα: DaVinci.

**Κοινή Γνώμη και Δημοκρατία****Διδάσκοντες:** Μαρίνα Ρήγου και Δημήτρης Χαραλάμπης**e-mail:** [dcharal@media.uoa.gr](mailto:dcharal@media.uoa.gr) [marrigou@media.uoa.gr](mailto:marrigou@media.uoa.gr)**Ώρες γραφείου:** (γραφείο 306) (θα ανακοινωθούν το εαρινό εξάμηνο)**Αίθουσα, ημέρα και ώρες διδασκαλίας:** (θα ανακοινωθούν το εαρινό εξάμηνο)**Σύντομη Περιγραφή**

Στο μάθημα “Κοινή γνώμη και Δημοκρατία” αναλύεται η σχέση κοινής γνώμης και Δημοκρατίας. Εξετάζονται οι θεωρίες σχετικά με τον ορισμό και τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και παρουσιάζεται η ιστορική πορεία της φιλελεύθερης Δημοκρατίας με την οποία συνδέεται άρρηκτα η εμφάνιση της έννοιας της κοινής γνώμης.

Στο μάθημα προσεγγίζονται οι όροι διαμόρφωσης γνώμης σε ατομικό και συλλογικό επίπεδο και η ιστορική διαμόρφωση της έννοιας της ελευθερίας της έκφρασης και της συγκρότησης της δημόσιας σφαίρας λαμβανομένης υπόψη και της πορείας καθιέρωσης της καθολικής ψηφοφορίας και της τυπικής Δημοκρατίας. Η κοινή γνώμη ως πεδίο δημοκρατικής νομιμοποίησης των φορέων της οργανωμένης πολιτικής εξουσίας εξετάζεται υπό τους όρους της τυπικής και της ουσιαστικής Δημοκρατίας. Ως εκ τούτων εξετάζεται αναλυτικά ο ρόλος των παραδοσιακών έντυπων αλλά και ηλεκτρονικών μέσων στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, όπως και οι δεσμευτικοί κανόνες δεοντολογίας που καθόριζαν τη δημοσιότητα μέχρι την ψηφιακή επανάσταση. Στη συνέχεια αναλύονται οι επιπτώσεις της ψηφιακής επανάστασης και των νέων μέσων για τη διαμόρφωση νέων μορφών δημοσιότητας και για τη δημόσια χρήση του ορθού λόγου. Εξετάζονται οι θεωρίες της Δημοκρατίας, αναλύεται η πορεία της Δημοκρατίας από την αμερικανική και την γαλλική επανάσταση έως σήμερα και η σχέση κοινής γνώμης, δημοσιότητας και διαμόρφωσης, σταθεροποίησης και αναπαραγωγής της ασυμμετρίας των σχέσεων κοινωνικής δύναμης και εξουσίας.

Ο προβληματισμός σχετικά με τους όρους και τις προϋποθέσεις της διαμόρφωσης της κοινής γνώμης, λόγω των νέων μορφών δημοσιότητας την

ψηφιακή εποχή όπου η διελκυστίνδα μεταξύ χειραφέτησης και επιτήρησης ορίζουν και καθορίζουν τη δημόσια χρήση του λόγου και της εικόνας, όπως και τη σχέση της δημόσιας και της ιδιωτικής σφαίρας, αποτελεί κεντρική προβληματική του μαθήματος. Η ανάλυση της έντασης μεταξύ ελευθερίας και ισότητας, ως συστατικού και θεμελιώδους στοιχείου της μορφής και της ποιότητας της Δημοκρατίας υπό συνθήκες αναδιαρθρώσεων της κοινωνικής διαστρωμάτωσης, οι οποίες αναδεικνύονται σταδιακά από το τέλος της δεκαετίας του 1970 και μετά και όλο και περισσότερο έντονα μετά το τέλος του ψυχρού πολέμου(1989/91) και τη συγκρότηση του νέου πολυπολικού χαρακτήρα του διεθνούς συστήματος, αποτελεί τον πυρήνα για την κατανόηση της κρίσης της Δημοκρατίας σήμερα.

Το μάθημα θα προσπαθήσει να απαντήσει σε κεφαλαιώδη ερωτήματα που στοιχειοθετούν τα φαινόμενα κρίσης της Δημοκρατίας και τα οποία εκφράζει ο όρος της «μετα-Δημοκρατίας». Ερωτήματα κοινός παρονομαστής των οποίων είναι η επανεμφάνιση του κοινωνικού ανορθολογισμού: α) είτε υπό τη μορφή των ιδεολογημάτων της τεχνοκρατικής διαχείρισης της μοναδικότητας του ορθού λόγου της αγοράς, ως του τόπου της αυθόρμητης συγκρότησης της οικονομικής και κοινωνικής τάξης (και ισορροπίας), β) είτε υπό τη μορφή της επανεμφάνισης ιδεολογημάτων διαχωρισμού και πολιτισμικής/εθνικής/φυλετικής, ή ταξικής οριοθέτησης/ιεράρχησης με στόχο τη συρρίκνωση/ακύρωση της φιλελεύθερης αρχής της Δημοκρατίας και μάλιστα υπό συνθήκες καθολικής ψηφοφορίας.

Ζητούμενο είναι η ανάλυση του αυταρχικού λαϊκισμού, ήτοι της προνομιακής ανάδειξης της δημοκρατικής αρχής ως περίπου μοναδικής διάστασης της Δημοκρατίας με στόχο –υποτίθεται– την υποστήριξη της κοινωνικής αρχής, η οποία ερμηνεύεται ως αντιθετική προς τη φιλελεύθερη αρχή. Το τελικό αποτέλεσμα αυτής της αξιακής συρρίκνωσης της φιλελεύθερης Δημοκρατίας, της αποσύνθεσης της οργανικής σχέσης της φιλελεύθερης και της δημοκρατικής αρχής είναι η ουσιαστική απαξίωση της έννοιας του σεβασμού της ανθρώπινης αξιοπρέπειας, η οποία αποτελεί το θεμέλιο της ισχύος των δικαιωμάτων και ελευθεριών που συγκροτούν το περιεχόμενο και καθορίζουν τη θεσμική/οργανωτική μορφή της Δημοκρατίας. Πρόκειται για την άρνηση της συνύφανσης της φιλελεύθερης, της δημοκρατικής και της κοινωνικής αρχής, όπου η απαξίωση μιας εξ αυτών ισοδυναμεί με την ακύρωση/έκπτωση της ίδιας της θεμελιακής έννοιας της ανθρώπινης αξιοπρέπειας.



Παράλληλα εξετάζεται, πώς στο πλαίσιο του κυρίαρχου παραδείγματος επιχειρείται η απαξίωση του Πολιτικού και ως εκ τούτου και της Δημοκρατίας, μέσω του κυρίαρχου ιδεολογικού δόγματος της προνομιακής πρωτοκαθεδρίας της φιλελεύθερης αρχής θεωρούμενης ως λογικής συνέπειας της ταύτισης του ορθού λόγου με την αυτορυθμιζόμενη και ουσιαστικά αυτοποιοούμενη αγορά.

Τα αποτελέσματα αυτών των διαδικασιών, ήτοι η δημαγωγική - δημοψηφισματική παρερμηνεία της Δημοκρατίας από τη μια πλευρά και η τεχνοκρατική περιφρόνηση των δημοκρατικών διαδικασιών από την άλλη, αποτελούν πλαίσιο διαμόρφωσης κοινωνικών στάσεων και αντιδράσεων, που διαμορφώνουν εκείνα τα πεδία έρευνας, τα οποία συγκροτούν την σύγχρονη πραγματολογική προσέγγιση στην αναγνώριση/ερμηνεία της έννοιας της κοινής γνώμης και των όρων παραγωγής και αναπαραγωγής της.

Η δύσκολη και ιδιόμορφη αντίφαση μεταξύ των αντικειμενικών δημογραφικών αναγκών και της κυρίαρχης εθνοκεντρικής-κρυπτορατσιστικής αντίληψης περί των ιστορικών/πολιτισμικών και οικονομικών όρων κοινωνικής/εθνικής συνοχής, αποτελεί επίσης αντικείμενο του μαθήματος, αφού οι μεταναστευτικές ροές αποτελούν πλέον και ιδιαίτερα μετά το 2015 καθοριστική αναφορά για την έξαρση των αντιδραστικών στάσεων στην Ευρώπη και στις Η.Π.Α. Εξετάζεται κατά πόσον αυτή η επανεμφάνιση παραδοσιακών κυρίως εθνικιστικού και ρατσιστικού χαρακτήρα ιδεολογημάτων είναι συνέπεια του κοινωνικού δαρβινισμού που χαρακτηρίζει το κυρίαρχο παράδειγμα της ακραίας εκδοχής της αγοράς, το οποίο έχει πλέον ένα παρελθόν 40 ετών. Εξετάζεται επίσης κατά πόσον αυτά τα φαινόμενα του αυταρχικού ανορθολογισμού συνδέονται με τις αρνητικές προοπτικές για το εύρος και τη δομή της απασχόλησης μέσω της ψηφιακής επανάστασης όχι μόνο στο χώρο της επικοινωνίας, αλλά και στο χώρο της παραγωγής και των υπηρεσιών (τεχνητή νοημοσύνη, βιομηχανική επανάσταση 4.0)

Τα φαινόμενα αυτά θα εξετασθούν με παραδειγματικές αναφορές και υπό το πρίσμα των θεωρητικών και πραγματολογικών προϋποθέσεων που ήδη αναφέρθηκαν, σε φαινόμενα που υπήρξαν καθοριστικά για την πορεία της χώρας μας κυρίως κατά την περίοδο της κρίσης, αλλά και για τις πολιτικοκοινωνικές διαδικασίες που προηγήθηκαν. Θα εξετασθούν επίσης οι όροι διαμόρφωσης και επηρεασμού της κοινής γνώμης που οδήγησαν στο Brexit, στην εκλογική νίκη του ανορθολογισμού στις Η.Π.Α. και γενικότερα θα μελετηθεί το κοινωνικό, οικονομικό και πολιτικό πλαίσιο απαξίωσης της

κοινωνικής συνοχής, ως θεμέλιου της Δημοκρατίας και οι πολυεπίπεδες μορφές απαξίωσης της φιλελεύθερης Δημοκρατίας. Πλαίσιο απαξίωσης στο οποίο οδηγούνται κοινωνίες των οποίων η πολιτισμική παράδοση στηρίζεται στον Διαφωτισμό και στα αξιακά περιεχόμενα των επαναστάσεων του 17ου και 18ου αιώνα, όπως και στη νίκη επί των πολιτικών ολοκληρωτισμών του 20ου, αλλά καθορίζονται πλέον από την εμβάθυνση της ανισότητας, από πολιτικές λιτότητας, από αναδιάρθρωση της φορολογικής κλίμακας και από την συρρίκνωση των πολιτικών αναδιανεμητικής δικαιοσύνης.

Συνοπτικά, η ιδιόμορφη σχέση νεοφιλελευθερισμού, ανισότητας και λαϊκισμού θα εξεταστεί μέσα από την ανάλυση των αναδιαμορφώσεων της κοινής γνώμης, όπου η επανεμφάνιση του ανορθολογισμού σηματοδοτεί τον τρόπο κοινωνικής αποδοχής της ανισότητας ως κοινωνικής κανονικότητας υπό συνθήκες καθολικής ψηφοφορίας και υπό όρους απειλών, ή ακόμη και έκπτωσης του Δημοκρατικού Κράτους Δικαίου και της φιλελεύθερης αρχής.

## **Μαθησιακοί στόχοι**

Με το πέρας του μαθήματος οι φοιτήτριες/τητες αναμένεται να: • κατανοήσουν τη σχέση πολιτικού, πολιτικής και Δημοκρατίας • κατανοήσουν τη σχέση τυπικής και ουσιαστικής δημοκρατίας • κατανοήσουν τις έννοιες της Δημοκρατίας και της κοινής γνώμης • εξοικειωθούν με διαφορετικές σύγχρονες επιστημονικές θεωρήσεις και εννοιολογικά εργαλεία ανάλυσης της γνώμης σε ατομικό και συλλογικό επίπεδο • αναπτύξουν ικανότητες κριτικής παρατήρησης και ανάλυσης της λειτουργίας που επιτελούν οι δημοσκοπήσεις στο πολιτικό σύστημα και στις διαδικασίες λήψης απόφασης • κατανοήσουν τη σημασία των μεθοδολογικών πρωτοκόλλων στην ανάλυση της κοινής γνώμης • αναπτύξουν τις ικανότητές τους στη γραπτή και προφορική παρουσίαση ενός επιχειρήματος • κατακτήσουν τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την εκπόνηση διδακτορικής διατριβής στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό αν το θελήσουν αργότερα.

## Θεματικοί άξονες

- Η έννοια της νεωτερικότητας και η διαδικασία καθιέρωσης της καθολικής ψηφοφορίας
- Η έννοια του πολιτικού και της πολιτικής
- Ατομικές και πολιτικές ελευθερίες (ελευθερία «από», ελευθερία «για»)
- Η ελευθερία της έκφρασης
- Θεωρίες, Μοντέλα και Τύποι Δημοκρατίας
- Η σχέση των παραδοσιακών έντυπων, ή ηλεκτρονικών ΜΜΕ με την αποδοχή και τη νομιμοποίηση της ασυμμετρίας των εξουσιαστικών δομών
- Βασικές έννοιες στη σύγχρονη θεωρία και έρευνα γνώμης και κοινής γνώμης
- Νέα μέσα και κοινή γνώμη

- Κοινωνική πραγματικότητα – κατασκευή της πραγματικότητας – συμβολική βία – επιστημονική (οικονομική) αυθεντία, προοπτικές εναλλακτικών λύσεων

- Σταθερότητα και διακυμάνσεις της κοινής γνώμης και συνέπειες για τη δημοκρατία

- Ενδεικτικά παραδείγματα διαμόρφωσης της κοινής γνώμης. Ορθολογισμός και ανορθολογισμός ως θεμέλιο της διαδικασίας αναγνώρισης και της αναζήτησης ταυτότητας
- Η δημόσια χρήση του ορθού λόγου και πολλαπλές μορφές δημοσιότητας
- Ασυμμετρία κοινωνικής, οικονομικής και πολιτικής δύναμης
- Ιστορικές στιγμές και ιστορικές συγκυρίες που καθόρισαν και καθορίζουν τη διαμόρφωση της Κοινής Γνώμης

## Βιβλιογραφία

- Bourdieu, P. (1990): «Η κοινή γνώμη δεν υπάρχει», στο: *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, τεύχος 77, σ. 3-14. 31
- Brown, Wendy, *Undoing the Demos : Neoliberalism’s Stealth Revolution*, Zoone books, New York 2015
- Brown, Wendy, *In the Ruins of Neoliberalism. The Rise of Antidemocratic Politics in the West*, Columbia University Press, New York 2019
- Champagne, P. (2004): *Η κατασκευή της κοινής γνώμης*, Αθήνα, Πατάκης.
- Crouch, Colin (2011): *The Strange Non-Death of Neoliberalism*, Cambridge, Polity Press
- Eichengreen, Barry, *The populist Temptation. Economic Grievance and Political Reaction in the Modern Era*, Oxford University Press, Oxford and New ork 2018
- Ferguson, Niall (2011): *Civilization. The West and the Rest*, London, Allen Lane
- Levitsky, Steven and Ziblatt, Daniel, *How Democracies Die. What History Reveals about our Future*, Random House, New York 2018
- Mounk, Yascha(2018): *The People versus Democracy: Why our Freedom is in Danger and How to Save it*, Harvard University Press
- Mudde, Cas and Kaltwasser, Cristobal Rovira, *Populism. A very short Introduction*, Oxford University Press, Oxford 2017
- Noelle-Neumann E: (1991 [1980]): *The Spiral of Silence. Public Opinion – our Social Skin*, 2nd edition, Chicago, The University of Chicago Press.
- Pabst, Adrian, *The Demons of Liberal Democracy*, Polity Press, Cambridge 2019
- Piketty, Thomas, *Le Capital au XXIe siècle*, Editions du Seuil, Paris 2013
- Price V. (1992): *Κοινή γνώμη*, Αθήνα, Οδυσσέας.

- Rajan, G. Raghuram (2010): *Fault Lines*, Princeton and Oxford, Princeton University Press
- Rorty, Richard (1998): *Achieving Our Country. Leftist Thought in Twentieth Century America*, Cambridge Massachusetts, Harvard University Press.
- Rosanvallon, Pierre (1992): *Le sacre du citoyen. Histoire du suffrage universelle en France*, Paris, Gallimard.
- Rosanvallon, Pierre (2014): *Η κοινωνία των ίσων*, Αθήνα, Πόλις
- Shiller, J. Robert (2008): *The Subprime Solution*, Princeton and Oxford, Princeton University Press
- Skocpol, Theda (2012): *Obama and America's Political Future*, Cambridge Massachusetts, London, Harvard University Press
- Sternhell, Zeev (2009): *Ο αντι-διαφωτισμός*, Αθήνα, Πόλις
- Stiglitz, Joseph (2010): *Freefall America. Free Markets and the Sinking of the World Economy*, New York, Norton and Company
- Traverso, Enzo, *The New Faces of Fascism*, Verso, London/New York 2019
- Vogl, Joseph (2010): *Das Gespenst des Kapitals*, Zürich, diaphanes
- Winkler, Heinrich August (2009): *Geschichte des Westens*, Bd.I., München, Beck
- Βερναρδάκης Χ. (επιμ.). *Η κοινή γνώμη στην Ελλάδα 1999-2000*, Αθήνα: Νέα Σύνορα – Λιβάνης και ομοίως, 2002, 2003, Αθήνα: Σαββάλας 2004, 2007.
- Βερναρδάκης, Νίκος (2006): *Οικονομική της τεχνολογίας*, Τόμος Α', Αθήνα, Τυπωθήτω- Δαρδανός
- 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.

- Κοντιάδης, Σπυρόπουλος, Τσουκαλάς (επιμ.) (2012): «*Δημοκρατία, Σύνταγμα, Ευρώπη την εποχή της κρίσης*», Αθήνα, Σαββάλας
- Norris, Pippa and Inglehart Ronald, *Cultural Backlash. Trump. Brexit and Authoritarian Populism*, Cambridge University Press, Cambridge 2019
- Ρήγου, Μαρίνα (2011): «Έλλειμμα ενημέρωσης, έλλειμμα δημοκρατίας», στο Κ. Ζώρας, Α. Παναγιωταρέα, Δ. Ποταμιάνος, Μ. Σπουρδαλάκης (επιμ.) *Δημοκρατία και ΜΜΕ*, Αθήνα, Λιβάνης
- Ρήγου, Μαρίνα (2014): *Από την ψηφιακή επανάσταση στην ψηφιακή επιτήρηση. Νέα μέσα, δημοσιότητα και πολιτική*, Αθήνα, Σιδέρης
- Τσουκαλάς, Κωνσταντίνος (1991): *Είδωλα πολιτισμού. Ελευθερία, ισότητα και αδελφότητα στη σύγχρονη πολιτεία*, Αθήνα, Θεμέλιο.
- Tooze, Adam (2018): *Crashed. How a decade of financial crises changed the world*, New York, Viking
- Χαραλάμπης, Δημήτρης (1998): «*Δημοκρατία και παγκοσμιοποίηση. Πραγματική αφαίρεση και ορθός λόγος. Η έννοια του ανθρώπου στη νεωτερικότητα*», Αθήνα: Ίδρυμα Σάκη Καράγιωργα/Εξάντα
- Χαραλάμπης, Δημήτρης (2010): “*Η συγκρότηση του πολιτικού ως τέλος, αλλά όχι ως έσχατον του κανονιστικού εγχειρήματος της νεωτερικότητας*”, στο: Ι. Στράγγας, Χαρ. Παπαχαραλάμπους: *Σκοπός, τελεολογία και δίκαιο*. Αθήνα-Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Σάκκουλα, Baden-Baden, Nomos Verlag, Paris, L’ Harmattan σελ. 297-341
- Χαραλάμπης, Δημήτρης (2012): “*Οι έννοιες του αγαθού και του συμφέροντος στην κανονιστική πολιτική θεωρία και οι επιπτώσεις της απορρύθμισης*”, στο: Ι. Στράγγας, Χαρ. Παπαχαραλάμπους: *Αγαθό, συμφέρον και δίκαιο*, Αθήνα-Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Σάκκουλας, BadenBaden, Nomos Verlag, Paris, L’ Harmattan
- Χαραλάμπης, Δημήτρης (2018): «*Πολιτική και κοινωνική συμμετοχή: πραγματικότητα και αυταπάτη (Η αντοχή του κυρίαρχου παραδείγματος: ανισότητα και μετα-δημοκρατία)*» στο: *Κοινωνική και Πολιτική εκπροσώπηση. Προκλήσεις και προοπτικές στη Δημοκρατία τον 21ο αιώνα*,

Αθήνα, Ίδρυμα της Βουλής των Ελλήνων για τον κοινοβουλευτισμό και τη Δημοκρατία

### Προϋποθέσεις για την επιτυχή παρακολούθηση του μαθήματος

- Εκπόνηση ατομικής γραπτής εργασίας που η έκτασή της θα κυμαίνεται μεταξύ 5000 και 6000 λέξεων.
- Παρουσίαση της εργασίας
- Σχολιασμός μίας εργασίας
- Προϋπόθεση επιτυχίας είναι η εβδομαδιαία προετοιμασία για το μάθημα ώστε είστε σε θέση να συμμετέχετε ενεργώς.
- Για τις εργασίες θα πρέπει να ανατρέξετε και σε συμπληρωματική βιβλιογραφία. Σε όλες τις περιπτώσεις πρέπει να γίνεται σύνθεση των πηγών και όχι αντιγραφή. Η αντιγραφή μέρους της εργασίας απαγορεύεται και τιμωρείται με μηδενισμό. Η πηγή οποιασδήποτε πληροφορίας πρέπει να αναφέρεται βάσει του προτύπου APA (<http://www.apa.org>, <http://owl.english.purdue.edu/owl/resource/560/01/>). Απαγορεύεται η χρήση πηγών, όπως π.χ., wikipedia ή ηλεκτρονικών και μη εγκυκλοπαιδειών.

### Αξιολόγηση

- Η τελική βαθμολογία διαμορφώνεται από τους παρακάτω συντελεστές:
- Συγγραφή εργασίας και παρουσίασή της 70%
- Σχολιασμός άλλης εργασίας 20%
- Ενεργός συμμετοχή 10%

**Σημείωση:** Οι εργασίες θα παραδοθούν σε ορισμένη ημερομηνία, περί τα τέλη Μαΐου. Όποια εργασία δεν παραδοθεί εγκαίρως, θα μετατεθεί αυτόματα για την περίοδο του Σεπτεμβρίου.