

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ Β5

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΠΙΚ251	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ <i>σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων</i>	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	3	5	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ – Ειδίκευσης – Κατεύθυνσης Υποχρεωτική Επιλεγ. Παράδοση		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΚΑΝΕΝΑ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	students-web (https://student.cc.uoc.gr/main.asp), moodle (https://elearn.uoc.gr/course/) και socmedia (http://sociology.soc.uoc.gr/socmedia/)		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Οι φοιτητές/τριες μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος θα είναι σε θέση:

- Να γνωρίζουν τις θεωρητικές προσεγγίσεις που πραγματεύεται η κοινωνιολογία της επικοινωνίας.
- Να αναγνωρίζουν τα βασικά χαρακτηριστικά και τις διαφορές μεταξύ των θεωριών επικοινωνίας.
- Να κατανοούν αφηρημένες έννοιες που αφορούν το νόημα, τη διαδικασία της σημασιοδότησης, τη σημειωτική θεωρία, την ιδεολογία, τις αναπαραστάσεις και την ανάλυσή τους σε εμπειρικά παραδείγματα.
- Να μπορούν να συμμετέχουν στο διάλογο για τη σχέση επικοινωνίας, ιδεολογίας, νοήματος και αναπαραστάσης.
- Να γνωρίζουν το πεδίο που αφορά την ελληνική πραγματικότητα.
- Έχουν αποκτήσει γνώση και κατανόηση θεμάτων στο πεδίο της κοινωνιολογίας της επικοινωνίας

Γενικές Ικανότητες

- Έχουν αναπτύξει εκείνες τις δεξιότητες απόκτησης γνώσεων, που τους χρειάζονται για να συνεχίσουν σε περαιτέρω σπουδές με μεγάλο βαθμό αυτονομίας.
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών και αναλυτικών εργαλείων ποιοτικής και ποσοτικής μεθόδου
- Αυτόνομη εργασία
- Ομαδική εργασία
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
- Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Στόχος του μαθήματος είναι να εξετάσει το φαινόμενο της επικοινωνίας «ως κοινωνική αλληλόδραση μέσω μηνυμάτων» από κοινωνιολογική σκοπιά, δίνοντας έμφαση στη μεσοποιημένη επικοινωνία (μαζική επικοινωνία και νέα μέσα όπως διαδίκτυο κλπ). Για το σκοπό αυτό αναλύονται οι δύο βασικές κατηγορίες θεωρητικών προσεγγίσεων. Πιο συγκεκριμένα, αναλύονται πρώτον, τα πλουραλιστικά και κλασικά μαρξιστικά θεωρητικά υποδείγματα που θεωρούν ότι η επικοινωνία συνιστά *διαδικασία μετάδοσης μηνυμάτων* και εκλαμβάνουν το περιεχόμενο των ΜΜΕ είτε θετικά, ως αποκαλυπτικό της αλήθειας, είτε αρνητικά, ως συνειδητή και σκόπιμη διαστρέβλωση και απόκρυψη της αντικειμενικής πραγματικότητας. Δεύτερον, αναλύονται οι προσεγγίσεις εκείνες που εντάσσονται στο πλαίσιο του κοινωνικού κονστрукτιβισμού και οι οποίες αναλύουν την επικοινωνία ως *διαδικασία παραγωγής και ανταλλαγής νοημάτων*. Σ' αυτό το πλαίσιο, μέσα από ένα συνθετικό εγχείρημα των σημαντικότερων ζητημάτων που θέτει ο διάλογος των υπό ανάλυση προσεγγίσεων με τη βοήθεια της σημειωτικής και των εθνογραφικών πολιτισμικών σπουδών, εξετάζεται ο τρόπος με τον οποίο τα μέσα, κατασκευάζουν ή προτείνουν μια εκδοχή της κοινωνικής πραγματικότητας και ο πρωταγωνιστικός ρόλος των προσληπτικών και ερμηνευτικών δυνατοτήτων των διάφορων κοινωνικών κατηγοριών του κοινού ανάλογα με τις κοινωνικές ταυτότητες, τις πολιτικές ή τις τοπικές κουλτούρες.

Αναλυτικά περιεχόμενα

1. Η Κοινωνική Επικοινωνία - Βασικές έννοιες και ορισμοί (1 παράδοση)
2. Η επικοινωνία ως μετάδοση νοήματος. Διαβιβαστικά Θεωρητικά Μοντέλα Επικοινωνίας (1 παράδοση)
3. Η επικοινωνία ως παραγωγή νοήματος. Σημασιοδότηση (2 παραδόσεις)
4. Ιδεολογία, ηγεμονία και παραγωγή της κοινωνικής συναίνεσης. Gramsci – Althusser (1 παράδοση)
5. Η συμβολή του S. Hall στη μελέτη του ιδεολογικού ρόλου των ΜΜΕ. Οι ειδήσεις (2 παραδόσεις)
6. Διαφημιστικός λόγος – Η συγκρότηση ενός κόσμου κατανάλωσης (2 παραδόσεις)

7. Η θεωρία της πρόσληψης. Το ενεργό κοινό. John Fiske (1 παράδοση)
8. Η φουκωική θεωρία του λόγου. Αρχαιολογία – Γενεολογία – Προβληματοποίηση (2 παραδόσεις)

(4). ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Διαλέξεις πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία και στην Επικοινωνία με τους φοιτητές και τις φοιτήτριες. Χρησιμοποιείται το σύστημα ασύγχρονης τηλεκπαίδευσης Moodle για τη διάθεση σημειώσεων και ασκήσεων στους φοιτητές.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	65
	Αυτοτελής μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	40
	Συγγραφή εργασίας/ ασκήσεων	20
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i> <i>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</i>	Γραπτές εξετάσεις μετά το τέλος του μαθήματος	

(5.) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

Γενική

- Fiske, John (2010) *Εισαγωγή στην Επικοινωνία*, Αθήνα Αιγόκερως.
- Fiske, J. (2000) *Η Ανατομία του Τηλεοπτικού Λόγου*, Αθήνα, Δρομέας.
- Fowler, R. (1991) *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*, London, Routledge.
- Hall, S. (2017) *Το έργο της αναπαράστασης*, Αθήνα, Πλέθρον.
- Hall, S. (ed.) (1997) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London, Sage.
- Hall, S. et al. (eds) (1980) *Culture, Media, Language*, London, Hyman Publishers Ltd.
- Fowler, R. (1991) *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*, London, Routledge.
- Χαλβελάκη, Μ. (2010) *Εισαγωγή στη Σημειολογία. Θεωρία και Εφαρμογές*, Αθήνα, Καστανιώτης.

Κοινωνική κατασκευή της πραγματικότητας

- Αρμενάκης, Α., Γκοτσόπουλος, Θ., Δεμερτζής, Ν., Παναγιωτοπούλου, Ρ. & Χαραλάμπης, Δ. (1996) "Ο εθνικισμός στον ελληνικό τύπο: το Μακεδονικό ζήτημα κατά την περίοδο Δεκεμβρίου 1991-Απριλίου 1993". *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, τχ. 89-90, σελ. 188-231.
- Barthes, R. (1988) *Εικόνα - Μουσική - Κείμενο*, Αθήνα, Πλέθρον. .
- Γαλάνης, Γ. Ν. & Παπαδόπουλος, Γ. Ε. (2004) *Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, Εξουσία και Πόλεμος στο Ιράκ*, Αθήνα, Παπαζήσης.
- Champagne, P. (2004) *Η Κατασκευή της Κοινής Γνώμης*, Αθήνα, Πατάκης. τοποθεσία:
- Δεμερτζής, Ν. & Αρμενάκης, Α. (1998) "Εθνική ταυτότητα και εθνικά θέματα στα ΜΜΕ: Η περίπτωση της ενδιάμεσης συμφωνίας μεταξύ Ελλάδας και ΠΓΔΜ στον Τύπο". *Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών*, τομ. Στ, τχ. 23, σελ. 115-138.
- Edelman, J. M. (1999) *Η Κατασκευή του Πολιτικού Θεάματος. Πρόλογος Ν. Δεμερτζής*, Αθήνα, Παπαζήσης. Κωδικός: JA 74.5 E39 1999 c.1.
- Κακαβούλια, Μ. (επιμ.) *Μελέτες για τον Αφηγηματικό Λόγο*. Αθήνα, Ψυχογιός, σελ. 165-193.
- Κομνηνού, Μ. & Λυριντζής, Χ. (επιμ.) *Κοινωνία, Εξουσία και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*. Αθήνα, Παπαζήσης.
- Κουκουτσάκη, Α. (επιμ.) (1999) *Εικόνες Εγκλήματος*. Αθήνα, Πλέθρον, Κωδικός: HV6017 .E55 1999.
- Kress, G. R. & Van Leeuwen, T. (2010) *Η ανάγνωση των εικόνων. Η γραμματική του οπτικού σχεδιασμού*, Θεσσαλονίκη, Επίκεντρο. τοποθεσία: Ρέθυμνο NK1510G76 1996 (αγγλικά).
- Κωνσταντινίδου, Χ. (2001) *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις του Εγκλήματος. Η Εγκληματικότητα των Αλβανών Μεταναστών στον Αθηναϊκό Τύπο*, Αθήνα, Κομοτηνή, Α.Ν. Σάκκουλας.
- Κωνσταντινίδου, Χ. (2002) "Τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και η Παραγωγή Νοήματος. Θεωρητικές προσεγγίσεις και προοπτικές – α' μέρος". *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, τχ. 108-109, σελ. 139-188.
- Κωνσταντινίδου, Χ. (2003) "Τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και η Παραγωγή Νοήματος. Θεωρητικές προσεγγίσεις και προοπτικές – β' μέρος". *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, τχ. 111-112, σελ. 193-265.
- Κωνσταντινίδου, Χ. (2003) "Οι αναπαραστάσεις της βίας και της εγκληματικότητας στα ΜΜΕ. Οριοθέτηση ενός 'κοινωνικού προβλήματος'". *Σύγχρονα Θέματα*, τχ. 82, σελ. 33-44.
- Κωνσταντινίδου, Χ. (2006) "Η πολιτική ταυτότητα την εποχή της παγκοσμιοποίησης. Το κίνημα της αντιπαγκοσμιοποίησης στον ημερήσιο αθηναϊκό τύπο". *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, τχ. 28, σελ. 51-84.
- Λαμπροπούλου, Ε. (1997) *Η Κατασκευή της Κοινωνικής Πραγματικότητας και τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας. Η Περίπτωση της Βίας και της Εγκληματικότητας*, Αθήνα, Ελληνικά Γράμματα. Κωδικός: HM258.K47.1999.
- Lavoine, Y. (2004) *Η Γλώσσα των Μέσων Ενημέρωσης*, Θεσσαλονίκη, Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών.
- McQuail, D. (1997) *Εισαγωγή στη Θεωρία της Μαζικής Επικοινωνίας*, Αθήνα, Καστανιώτης.
- McQuail, D. & et al. (1991) *Μοντέλα Επικοινωνίας. Για τη Μελέτη των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης*, Αθήνα.
- Μαδιανού, Μ. (2008) *Εθνος, Ταυτότητες και Τηλεόραση στη Σύγχρονη Ελλάδα. Μελέτη πάνω στη Θεωρία της Διαμεσολάβησης*, Αθήνα, Πατάκης.
- Παναγιωτοπούλου, Ρ. & κ.ά. (επιμ.) *Η "κατασκευή" της Πραγματικότητας και τα ΜΜΕ*. Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
- Τσαγκαροσιάνου, Ρ. (1994) "Πολιτική κουλτούρα και μαζική επικοινωνία στη σύγχρονη Ελλάδα: Ο αθηναϊκός Τύπος και οι πολιτικές μειονότητες". Στο Δεμερτζής, Ν. (επιμ.) *Η Ελληνική Πολιτική Κουλτούρα Σήμερα*. Αθήνα, Οδυσσεάς, σελ. 329-349. Κωδικός: JA76 .D47 1995.
- Ψύλλα, Μ. (2003) *Η Πολιτική ως Δράση και ως Λόγος*, Αθήνα, Τυπωθήτω - Γ. Δαρδανός. Κωδικός: JA85.P89 2003.

Διαφήμιση

- Dyer, G. (1994) *Η Διαφήμιση ως Επικοινωνία*, Αθήνα, Πατάκη. Κωδικός: HF5281.D89 2000, τοποθεσία: Ρέθυμνο
- Βενετή, Α. (2009) *Πολιτική διαφήμιση και συμπεριφορά : ενεργοποίηση, ενημέρωση ή χειραγώγηση του πολίτη; :οι νέοι ψηφοφόροι και ο επαναπροσδιορισμός της τηλεοπτικής πολιτικής διαφήμιση*, Αθήνα, Νήσος. Κωδικός: JA85.2.G8 V45 2009.
- Κεραμυδά, Μ. (2010) *Κουζινικά για κορίτσια, σούπερ ήρωες για αγόρια : η χρήση κοινωνικών στερεοτύπων στις διαφημίσεις παιδικών παιχνιδιών*, Θεσσαλονίκη University Studio Press. Κωδικός: HF5827.85 K373 2010.
- Leiss, W. & Λαίς, Ο. (2008) *Διαφήμιση και επικοινωνία: η κατανάλωση στην εποχή των μέσων επικοινωνίας*, Αθήνα, Καστανιώτης. Κωδικός: HF5827 .S6316 2008.
- Σαμαράς, Α. Ν. (2008) *Τηλεοπτική πολιτική διαφήμιση στην Ελλάδα, 1993-2007*, Αθήνα Καστανιώτης, Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων. Κωδικός: HE8700 .76 G8 S36 2008.
- Sivulka, J. (1999) *Η ιστορία της διαφήμισης: soap, sex and cigarettes*, Περιστέρι, Ελλην. Κωδικός: HF5813.U6 555 1998.
- Τσίρμπας, Γ. (2007) *Είκοσι οκτώ μέρες : εκλογές πολιτική διαφήμιση και ειδησιογραφία: μια ποσοτική ανάλυση περιεχομένου της πολιτικής επικοινωνίας στην Ελλάδα*, Αθήνα, Παπαζήσης. Κωδικός: JA85.2.G8 T86 2007.
- Williamson, J. (2001) "Αποκωδικοποιώντας τη διαφήμιση: τα σημεία απευθύνονται σε κάποιον". Στο Βιδάλη, Α. (επιμ.) *Αφήγηση και Φαντασίωση*. Αθήνα, Νήσος, σελ. 27-78. Κωδικός: BF175.5.F36 A656 2001
- Χαιρετάκης, Μ. (2003) *Η πολιτική διαφήμιση : μια εφαρμογή στις βουλευτικές εκλογές του έτους 2000* Αθήνα University Studio Press. Κωδικός: JF2112.A4 .C537 2003.

Χαιρετάκης, Μ. (2010) *MME, διαφήμιση και κατανάλωση : η ελληνική περίπτωση, 1960-2000* Θεσσαλονίκη, University Studio Press. Κωδικός: HF5813.G8 C454 2010.

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Ζητήματα Επικοινωνίας
Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών
Το Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών
Σύγχρονα Θέματα

Media Culture and Society
Feminist Media Studies
Journal of Visual Culture
Journal of Communication
Critical Studies in Media Communication
European Journal of Communication
International Journal of Cultural Studies
New Media Society
Television & New Media
Theory Culture Society
Visual Anthropology
Visual Communication

