

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

Μεθοδολογικές Προσεγγίσεις Μέσων, Επικοινωνίας και Πολιτισμού

Διδάσκουσα: Μάρθα Μιχαηλίδου, Επίκουρη Καθηγήτρια

Το μάθημα (υποχρεωτικό και για τις τρεις κατευθύνσεις του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών) αποσκοπεί

- Στην εξοικείωση των φοιτητών/τριών με το βασικό σκεπτικό των ποσοτικών και ποιοτικών μεθόδων έρευνας στις σπουδές επικοινωνίας και πολιτισμού
- Στην ανάπτυξη βασικών ικανοτήτων σχεδιασμού εμπειρικής έρευνας έτσι ώστε να υλοποιήσουν βασικές ερευνητικές δραστηριότητες στο πλαίσιο της διπλωματικής τους εργασίας,
- Στην ανάπτυξη κριτικής ικανότητας όσον αφορά τη δεοντολογική, ηθική και επιστημονική διάσταση της κοινωνικής έρευνας

Παραγωγή Περιεχομένου και Επιχειρήσεις Μέσων

Διδάσκων: Καθηγητής Νίκος Λέανδρος

Η ανάδειξη ενός νέου επικοινωνιακού παραδείγματος που χαρακτηρίζεται από μαζική αυτό-επικοινωνία, δικτύωση και ψηφιοποίηση διαμορφώνει μια νέα πραγματικότητα στο ευρύτερο πεδίο των Μέσων. Η παρακμή των παλαιών ΜΜΕ συνδέεται αναπόσπαστα με την αναζήτηση νέων επιχειρηματικών μοντέλων, τις αυξανόμενες δυνατότητες των πολιτών για παραγωγή περιεχομένου και τη σημασία που αποκτούν ο κυβερνοχώρος και οι κινητές πλατφόρμες.

Στο πλαίσιο του μαθήματος θα συνδυάσουμε την ευρύτερη θεωρητική συζήτηση με την εμπειρία επιχειρήσεων Μέσων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Αξιοποιώντας και εργαλεία χρηματοοικονομικής ανάλυσης θα αναλύσουμε τα οικονομικά τους αποτελέσματα και τις επιχειρηματικές στρατηγικές.

Μέσα και Ψηφιακές Εφαρμογές

Διδάσκων: Σταύρος Καπερώνης, PhD, ΕΔΙΠ

Η είσοδος των νέων τεχνολογιών στην καθημερινότητα μας επηρεάζουν τόσο την προσωπική όσο και την επαγγελματική μας ζωή και λειτουργούν ως μέσα για την

διαπροσωπική μας επικοινωνία. Η ενσωμάτωση των ψηφιακών εφαρμογών και των δικτύων επικοινωνίας, επαναπροσδιορίζει την επικοινωνία μας και τον τρόπο διάδοσης της πληροφορίας. Σκοπός του μαθήματος είναι να αναλύσουμε την εξέλιξη των Μέσων και πως επηρεάζουν την ποιότητα της δημοσιογραφίας (web 2.0) μέσω των εργαλείων διαδικτυακής ή ασύρματης δημοσιογραφίας [blogging, κινητή δημοσιογραφία (mobile reporting), συμμετοχική-crowding δημοσιογραφία, ψηφιακή εικόνα κτλ.] και πως διαμορφώνεται το ψηφιακό τοπίο στα μέσα ενημέρωσης. Κατά τη διάρκεια του εξαμήνου οι μεταπτυχιακοί φοιτητές/τριες αξιολογούνται με ασκήσεις και αναλαμβάνουν σειρά εργασιών (ατομικών και ομαδικών).

Ηγεσία και Επιχειρηματικότητα στη Δημοσιογραφία

Διδάσκουσες: Μπέτυ Τσακαρέστου, Επίκουρη Καθηγήτρια

Δήμητρα Ιορδάνογλου, Λέκτορας

Το μάθημα παρουσιάζει τα αλληλένδετα πεδία της ηγεσίας και της καινοτομίας επιχειρηματικότητας στη δημοσιογραφία και οργανώνεται σε δύο ενότητες.

Η πρώτη ενότητα έχει θέμα την ηγεσία, που στην ψηφιακή εποχή περνάει περίοδο ριζικού μετασχηματισμού. Ειδικά στους δημοσιογραφικούς οργανισμούς, με τη μετάβαση από τα παραδοσιακά στα Νέα Μέσα και την άνοδο των start ups και της επιχειρηματικής δημοσιογραφίας οι μελλοντικοί ηγέτες καλούνται να λειτουργήσουν σε ένα περιβάλλον αβεβαιότητας, υψηλών απαιτήσεων και ρίσκου. Το μάθημα έχει ως στόχο να εισάγει τους φοιτητές/τριες στις σύγχρονες προκλήσεις της ηγεσίας στα Νέα Μέσα και να τους βοηθήσει να αναπτύξουν τις απαραίτητες ηγετικές ικανότητες όπως αυτοπεποίθηση, δημιουργικότητα, ανθεκτικότητα και συνεργατικότητα. Η μεθοδολογία του μαθήματος περιλαμβάνει ανάλυση θεωρητικών μοντέλων ηγεσίας, μελέτες περιπτώσεων και βιωματικές ασκήσεις μέσα από τις οποίες οι συμμετέχοντες θα κατανοήσουν τον κρίσιμο ρόλο της ηγεσίας και θα προετοιμαστούν κατάλληλα ώστε να γίνουν φορείς θετικής αλλαγής στο ραγδαία μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον των Μέσων (διδάσκουσα Δήμητρα Ιορδάνογλου).

Η δεύτερη ενότητα για την Επιχειρηματικότητα στη Δημοσιογραφία (Entrepreneurial Journalism) δίνει απαντήσεις, τόσο στο πεδίο της Δημοσιογραφίας και των Μέσων όσο και στα ακαδημαϊκά προγράμματα, στη διαρκή διαδικασία αλλαγών και ανατρεπτικής καινοτομίας (disruptive innovation) που παρακολουθούμε διεθνώς μέσα από τις δυνατότητες που δίνουν η ψηφιακή και mobile τεχνολογία, τα μεγάλα δεδομένα, οι νέες μορφές χρηματοδότησης. Η επιδίωξη είναι οι δημοσιογράφοι να αναλάβουν, μαζί με άλλους δημιουργούς, την ευθύνη της κοινωνικής και ψηφιακής καινοτομίας, και να

δημιουργήσουν το μέλλον της δημοσιογραφίας, υλοποιώντας τα δικά τους δημοσιογραφικά επιχειρηματικά μοντέλα.

Η πρόκληση στα αναδυόμενα δημοσιογραφικά startups είναι να προτείνουν βιώσιμα νέα οργανωτικά πλαίσια (contexts), νέα μοντέλα χρηματοδότησης, να ανοιχτούν στη συνεργασία με developers και designers, να αξιοποιήσουν τα μεγάλα δεδομένα (big data) ως εργαλεία τεκμηρίωσης και διαφάνειας και με τη δύναμη της δημοσιογραφικής αφήγησης (storytelling) να ανανεώσουν το δημόσιο θετικό ρόλο και αντίκτυπο (impact) της δημοσιογραφίας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο σχεδιασμός του προγράμματος “ Επιχειρηματικότητα στη Δημοσιογραφία” αναπτύχθηκε στο πλαίσιο του Study of the United States Institute (SUSI) for Journalism and Media Scholars, στο Ohio University, Institute for International journalism, E.W.Scripps School of Journalism, το διάστημα 2 Ιουλίου- 14 Αυγούστου 2015, με την χρηματοδότηση του U.S. Department of State και την υποστήριξη της U.S. Embassy Athens.

Δημόσιες Πολιτικές και Ψηφιακή Επικοινωνία

Διδάσκουσα: Μαριάννα Ψύλλα, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια.

Η προβληματική γύρω από τις Δημόσιες Πολιτικές συνδυαστικά με το επικοινωνιακό πεδίο συνιστά μια πρόκληση στο πλαίσιο της σύγχρονης ελληνικής πραγματικότητας, ανοίγοντας τον διάλογο στο ευρύτερο πλαίσιο της Πολιτικής Επικοινωνίας με κεντρικούς άξονες αναφοράς, το δημόσιο χώρο, τη γένεση της δημόσιας δράσης και τους δρώντες που παρεμβαίνουν στην ανάδειξη των δημόσιων προβλημάτων και τον καθορισμό των δημόσιων πολιτικών. Στο πλαίσιο αυτού του μαθήματος ιδιαίτερη έμφαση αποδίδεται στη διερεύνηση των δημόσιων πολιτικών, όπου εμβαθύνουμε στην έννοια και την πρακτική της δημόσιας δράσης, κάτω από την επίδραση των Νέων Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας. Η πρότασή μας που θα αναπτυχθεί στο πλαίσιο των μαθημάτων σχετίζεται τόσο με τη θεωρητική προσέγγιση των δημόσιων πολιτικών όσο και με την πραγματιστική τους διάσταση ενώ προτείνονται και νέα μεθοδολογικά εργαλεία όσον αφορά τον τρόπο διερεύνησης τους από τη σκοπιά του ερευνητή.

Β' ΕΞΑΜΗΝΟ

Δημοσιογραφική αφήγηση στα Παλαιά και στα Νέα Μέσα. Σύγκλιση και Πολυμεσικότητα

Διδάσκων: Καθηγητής Νίκος Μπακουνάκης

Το μάθημα εξετάζει, από την πλευρά της κατασκευής, την αφήγηση (storytelling) στα Μέσα. Από την εποχή της «ιστορίας με ανθρώπινο ενδιαφέρον» μέχρι την πολυμεσική αφήγηση, τα Μέσα αναζητούν και δημιουργούν περιεχόμενο με στόχο τόσο την κατανόηση όσο και την αναπαράσταση της σύνθετης πραγματικότητας. Πόσο η τεχνολογία επηρεάζει την διαδικασία αυτή; Πόσο την αλλάζει; Κατά πόσο τα παλαιά είναι νέο και το νέο είναι παλαιό; Τι σημαίνει «αφηγηματική ταυτότητα» και γιατί το storytelling διεκδικείται σήμερα από σχεδόν όλες τις μορφές της εφαρμοσμένης επικοινωνίας; Τι μας λέει η νέα επιστήμη της Αρχαιολογίας των Μέσων; Υπάρχει τέλος (για παράδειγμα της εφημερίδας) ή μετασχηματισμός; Στη διάρκεια του μαθήματος θα παρουσιαστούν παραδείγματα πολυμεσικής αφήγησης, κυρίως από αμερικανικά Μέσα, ενώ οι φοιτητές/τριες θα κληθούν να παρουσιάσουν σχετικές εργασίες.

Διαμεσική Επικοινωνία (Transmedia)

Διδάσκουσα: Ιωάννα Βώβου, Επίκουρη Καθηγήτρια

Η σύγκλιση των μέσων και η διαμεσικότητα εξετάζονται ως ένα νέο παράδειγμα εξέλιξης της επικοινωνίας. Η συνεχής ροή περιεχομένου σε πολλές και διαφορετικές επικοινωνιακές πλατφόρμες συνδυάζεται με την ευμετάβλητη ροή της σχέσης των ανθρώπων με τα μέσα. Το μάθημα προσβλέπει σε έναν εγγραμματισμό στη διαμεσική επικοινωνία για τους επαγγελματίες των μέσων και τους δημοσιογράφους ώστε να κατανοήσουν και να δράσουν σ'ένα -εν εξελίξει- υβριδικό μεντιακό περιβάλλον.

Εισαγωγή στις Πρακτικές Δεδομένων (Data Practices)

Διδάσκων: Γιάννης Σκαρπέλος, Αναπληρωτής Καθηγητής

Οι κυβερνήσεις, οι υπερεθνικοί και διεθνείς οργανισμοί, ο κόσμος των επιχειρήσεων (πολυεθνικών και off shore), του αθλητισμού και της επιστήμης, παράγουν τεράστιο όγκο δεδομένων. Δεδομένων που αφορούν τους πολίτες, αλλά λόγω του όγκου τους και τον παγκόσμιο χαρακτήρα της ροής τους είναι αδύνατο να τα κατανοήσει ο μέσος πολίτης χωρίς βοήθεια. Τα Wikileaks, τα Luxileaks, ο Snowden και ο Assange, είναι οι προβεβλημένοι ήρωες και τα διάσημα μέσα της προσπάθειας για την κατανόηση και την αποκάλυψη όσων κρύβονται στα «Big Data».

Το μάθημα Πρακτικές δεδομένων θα προσπαθήσει να εξηγήσει τη λογική της ενασχόλησης με τα μεγάλα δεδομένα, και να εξοικειώσει τους φοιτητές με τους τρόπους απόκτησης, καθαρισμού και ανάλυσης των δεδομένων αυτών, στο πλαίσιο της ερευνητικής δημοσιογραφίας.

Μάνατζμεντ και Μάρκετινγκ στα Μέσα

Διδάσκων: Γιώργος Κλήμης, Αναπληρωτής Καθηγητής

Σκοπός του μαθήματος αυτού είναι να δώσει στους φοιτητές την ικανότητα να κατανοήσουν τις έννοιες της διοίκησης και του μάρκετινγκ με εστίαση στους οργανισμούς και επιχειρήσεις στον τομέα των media. Έμφαση δίνεται στις σύγχρονες προσεγγίσεις των θεμάτων της διοίκησης και μάρκετινγκ καθώς και στην ανάπτυξη προσωπικών και διαπροσωπικών ικανοτήτων διοίκησης και ηγεσίας. Ταυτόχρονα θα επιχειρηθεί μία ολιστική κατανόηση των οργανισμών/ επιχειρήσεων και του μακρο-μίκρο περιβάλλοντος στο οποίο αυτοί λειτουργούν.

Οι διαλέξεις επικεντρώνονται στις ιδιαιτερότητες των οργανισμών στα media όπως αναδεικνύονται μέσα από μελέτες περιπτώσεων και την διεθνή βιβλιογραφία - αρθρογραφία.

Ανασκευάζοντας το παρελθόν, Κατασκευάζοντας το παρόν στην ψηφιακή εποχή

Διδάσκουσα: Χρυσάνθη Αβλάμη, Επίκουρη Καθηγήτρια

Σύμφωνα με τον όψιμο μαθητή του Χέγκελ, Φράνσις Φουκουγιάμα, το τέλος της Ιστορίας σηματοδοτεί την εγκαθίδρυση ενός « ομοιογενούς παγκόσμιου καθεστώτος » με φορέα, σε οικονομικό και πολιτικό επίπεδο, την δυτικού τύπου « φιλελεύθερη δημοκρατία ». Η τελευταία προκρίνεται ως το μόνο παγκοσμιοποιησιμο καθεστωτικό σχήμα εφόσον, όπως υποστηρίζει ο Φουκουγιάμα, δεν υπάρχει «άλλη δυνατή πρόοδος στο επίπεδο της εξέλιξης των θεμελιωδών θεσμών και των αρχών που υπόκεινται σε αυτούς, καθώς όλα τα μεγάλα ερωτήματα έχουν ήδη απαντηθεί » (Το τέλος της Ιστορίας, Flammariion, Παρίσι, 1992 σ.12). Υπ'αυτήν την έννοια, το τέλος της Ιστορίας, ως μείζον γεγονός, νοηματοδοτεί το ιστορικό γίνεσθαι προσδίδοντάς του την μορφή ενός αποκρυσταλλωμένου και ταγμένου στην αιωνιότητα παρόντος. Μέσα σ'ένα τέτοιο πλαίσιο, μικρή σημασία έχει αν πολλά εν εξελίξει γεγονότα μοιάζει να διαψεύδουν αυτή την ακράδαντη βεβαιότητα (όπως π.χ. η επίμονη παρουσία ή και εντατικοποίηση των πολεμικών συρράξεων στις παρυφές του Δυτικού πολιτισμού). Μεγαλύτερη σημασία έχει (τουλάχιστον εδώ) το γεγονός ότι οι παραπάνω θέσεις οριοθετούν το κυρίαρχο και κοινό πεδίο εντός του οποίου καλούνται να τοποθετηθούν τα ΜΜΕ είτε συνδιαμορφώνοντας την επικαιρότητα και ερμηνεύοντας την ιστορία σύμφωνα με την λογική του είτε, σπανιότερα και δυσκολότερα, επιδιώκοντας να την καταρρίψουν. Ο άγγλος ιστορικός Ερικ Χομπσμπάουμ δεν είχε λοιπόν άδικο όταν παρατηρούσε ότι : « Η σύγχρονη κοινωνία των ΜΜΕ προσδίδει στο παρελθόν μια απaráμιλλη και περιβλεπτή θέση και αγοραστικό δυναμικό. Το μεγαλύτερο μέρος της ιστορίας αναθεωρείται ή καλύπτεται περισσότερο από ποτέ από ανθρώπους που δεν ενδιαφέρονται πραγματικά για το παρελθόν, αλλά για ένα παρελθόν που ταιριάζει στους σκοπούς τους. Σήμερα είναι η μεγαλειώδης περίοδος της ιστορικής μυθολογίας».

Οργάνωση και απαιτήσεις του μαθήματος

Το μάθημα δομείται πάνω σε δύο παράλληλους άξονες : 1/ Θεωρητικός άξονας : Θα αποτιμήσουμε τη σχέση πολιτικής και ΜΜΕ από τις αρχές του 20ου αιώνα μέχρι σήμερα εστιάζοντας αφενός στην μεταμορφώσεις της ευρύτερης ορολογίας (προπαγάνδα, κατασκευή κοινής γνώμης, πολιτική ή δημόσια επικοινωνία, πολιτιστική διπλωματία κλπ) και αφετέρου σε ζητήματα δημοσιογραφικής ηθικής. Οι φοιτητές θα κληθούν να ανασυνθέσουν προφορικά κατά την διάρκεια των μαθημάτων ορισμένες θεωρητικές προσεγγίσεις από την ελληνική και ξενόγλωσση βιβλιογραφία 2/ Εργαστηριακός άξονας : Εκπόνηση και παρουσίαση εργασιών στον ορίζοντα των ακόλουθων γενικών θεματικών α. ανακατασκευή της ιστορίας μέσα από το διαδίκτυο β. σύγχρονες μορφές προπαγάνδας και ανάλυση της πολιτικής επικαιρότητας με έμφαση στα διεθνή ΜΜΕ και το διαδίκτυο