

### COM422 Ideology and Mass Communication

Course Title	Ideology and Mass Communication				
Course Code	COM422				
Course Type	Compulsory				
Level	BA in Journalism and Media Communication				
Year / Semester	2 <sup>nd</sup> / Spring				
Teacher's Name	Professor George Pleios				
ECTS	6	Lectures / week	3	Laboratories / week	
Course Purpose and Objectives	<p>To provide the students with the basis for the knowledge relating to the factor of ideology and the way it interacts with communication.</p> <p>The course is placed on the 4<sup>th</sup> year and elaborates on previous concepts and knowledge relating to communication. In particular, it elaborates on the level of dominance of television and other visual forms in the realm of public communication, and the way they attain power from the ever-growing consumer framework.</p> <p>On those grounds, the module aims in helping the students to familiarise with, consider, correlate and then deduct main and subsequent issues, such as:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- The retreat of established ideologies of early modernism, being a factor upon which "virtual ideology" is being built.</li> <li>- The gradual incorporation of political discourse to the media, affecting the shaping and functions of political discourse;</li> <li>- The concept and problematics of "virtual ideology" and the way it influences political discourse</li> <li>- The contemporary interdependence of political discourse with the consumer society.</li> <li>- Specific aspects of ideology and the media in relation to social classes and political ideologies, gender, ethnicity and "nation", religion, language and subcultural groups.</li> </ul>				
Learning Outcomes	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Develop the skill for identical and equivalent description of the social reality or for identical and equivalent orientation in the social experience and problematic or to create and build an objective description of the image of the social experience.</li> <li>2. Shape and develop skills to search and discover constitutive, causative and topical explanatory relationships with the purpose of creating multifaceted interpretative mechanisms of the social reality at a level in which the students will be in a position to structure fundamental interpretative theoretical schemata and examples.</li> </ol>				
Prerequisites	None	Required	None		

Course Content	<p>ART ONE: THE TRANSFORMATIONS OF IDEOLOGY IN THE VIRTUAL CULTURE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- The concept of "ideology" and modern media. The virtual ideology</li> <li>- The social context of image production and consumption and virtual ideology</li> <li>- The structure of the image and its ideological implications</li> <li>- The image as a "super-sphere" and the shaping of political discourse.</li> </ul> <p>PART TWO: SPECIAL ISSUES OF IDEOLOGY AND THE MEDIA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ideology, social classes and the media</li> <li>- Political ideologies in the media landscape</li> <li>- Gender and ideological prejudices of the media</li> <li>- Media discourse and religion as ideology</li> <li>- Ideology - language- and media</li> </ul>
Teaching Methodology	<p>Lecture: 20 hours Tutorial: 13 hours</p> <p>This course is taught via lectures that encourage discourse and critical thinking</p>
Bibliography	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. . Πλειός Γ. «Ο λόγος της εικόνας. ιδεολογία και πολιτική», Αθήνα, Παπαζήσης 2001.</li> <li>2. Bennett L. «Ειδήσεις. Η πολιτική των ψευδαισθήσεων», Δρομέας, Αθήνα 1999.</li> <li>3. Fiske J. «Ανατομία του τηλεοπτικού λόγου», Δρομέας, Αθήνα 2000.</li> <li>4. Αλτουσέρ Λ. «Θέσεις», Θεμέλιο, Αθήνα, 1990.</li> <li>5. Αντόρνο Τ., Χορκχάιμ Μ. «Κοινωνιολογία. Εισαγωγικά δοκίμια», Κριτική, Αθήνα, 1987.</li> <li>6. Baudrillard J. «Ρέκβιεμ για τα μέσα επικοινωνίας», Ελεύθερος Τύπος, Αθήνα.</li> <li>7. Δεμερτζής Ν. «Ο λόγος του εθνικισμού: αμφίσημο σημασιολογικό πεδίο», Σάκκουλας, Αθήνα, 1996.</li> <li>8. Δοξιάδης Κ. «Εθνικισμός, Ιδεολογία, Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας», Πλέθρον, Αθήνα, 1995.</li> <li>9. Δοξιάδης Κ. «Ιδεολογία και Τηλεόραση», Πλέθρον, Αθήνα, 1993.</li> <li>10. Ezensberger X. M. «Για μια θεωρία των μέσων επικοινωνίας», Επίκουρος, Αθήνα, 1981.</li> <li>11. Λίποβατς Θ., Δεμερτζής Ν. «Δοκίμιο για την ιδεολογία. Ένας διάλογος της κοινωνικής θεωρίας με την ψυχανάλυση», Αθήνα, Οδυσσέας 1994.</li> <li>12. Πλειός Γ. «Κινούμενη εικόνα και καλλιτεχνική επικοινωνία», Δελφίνι, Αθήνα, 1993.</li> <li>13. Μαρξ Κ., Έγκελς Φ. «Η Γερμανική Ιδεολογία», Gutenberg, Αθήνα</li> <li>14. Μανχάιμ Κ. «Ιδεολογία και Ουτοπία», Γνώση, Αθήνα, 1997.</li> <li>15. Ραμονέ Ι., «Η σιωπηλή προπαγάνδα», Πόλις, Αθήνα 2001</li> <li>16. Foucault M. «Εξουσία, γνώση και ηθική», Ύψιλον/ βιβλία, Αθήνα.</li> <li>17. Vincent A. «Modern Political Ideologies», Blackwell, Oxford, 1995.</li> <li>18. Plamenatz J. «Ιδεολογία», Κάλβος, Αθήνα, 1981</li> <li>19. Hartley J. «Understanding News», Routledge, London, 1982.</li> </ol>

	<p>20. Bell D. «The Cultural Contradictions of Capitalism», Basic Books, New York, 1978.</p> <p>21. Dahlgren P. “Television and the Public Sphere”, Polity press, London, 1995.</p> <p>22. Ewen A. “All consuming images”, Basic Books, New York 1999.</p> <p>23. Eagleton T. (επιμ.) “Ideology”, Longman, London, 1994.</p> <p>24. van Dijk. T. “Ideology”, Sage, London, 1998.</p> <p>25. Eadie W., “21<sup>st</sup> Century Communication: A reference Handbook”, London, Sage 2009</p>
Assessment	<p><b>Methods:</b> Students are assessed with coursework that involves homework assignments and class participation, a midterm and a final exam. Students are assessed continuously and their knowledge is checked through tests with their assessment weight, date and time being set at the beginning of the semester via the course syllabus. Students are prepared for final exam, by revision on the matter taught and are trained to be able to deal with time constraints and revision timetable. The final assessment of the students is formative and cumulative and is assured to comply with the subject’s expected learning outcomes and the quality of the course.</p> <p><b>Students are assessed on the following:</b></p> <p><b>Knowledge and understanding - 30%</b></p> <p>In – depth knowledge and understanding towards the relevant topics of interest.</p> <p><b>Research and Analytical Skills - 40%</b></p> <p>Competence in research methods and ability of evaluating the results. The possibility of using them in different ways.</p> <p><b>Presentation and Communication - 30%</b></p> <p>Able to explain and defend the solutions given by them in a way to transmit the knowledge achieved beforehand.</p> <p>Assessment criteria are available in each written assignment, midterm or in the final exam.</p> <p><b>Weights:</b></p> <p>Final Exam 50 %</p> <p>Mid-term 25 %</p> <p>Homework assignments and participation 25 %</p>
Language	Greek

Ελληνικά

Τίτλος Μαθήματος	Ιδεολογία και Μαζική Επικοινωνία				
Κωδικός Μαθήματος	AJER 422				
Τύπος μαθήματος	Επιλεγόμενο				
Επίπεδο	Πτυχίο, Δημοσιογραφία και Μέσα Επικοινωνίας				
Έτος / Εξάμηνο φοίτησης	Επιλογής				
Όνομα Διδάσκοντα	Καθηγητής Γιώργος Πλειός				
ECTS	6	Διαλέξεις / εβδομάδα	3	Εργαστήρια / εβδομάδα	
Στόχοι Μαθήματος	<p>Η κυριαρχία της τηλεόρασης και άλλων μορφών τεχνολογικής εικόνας στη δημόσια επικοινωνία, σε συνδυασμό με το διευρυνόμενο καταναλωτικό πλαίσιο και την υποχώρηση των καθιερωμένων ιδεολογιών της πρώιμης νεωτερικότητας, είναι το υπόβαθρο πάνω στο οποίο οικοδομείται η "εικονική ιδεολογία" και η οποία συμβάλλει στην μικρότερη ή μεγαλύτερη υποταγή του πολιτικού λόγου στα ΜΜΕ. Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές τη διαδικασία της γένεσης και των μεταμορφώσεων της "εικονικής ιδεολογίας", και ιδιαίτερα τον τρόπο με τον οποίο αυτή επηρεάζει τη διαμόρφωση, και τις λειτουργίες του πολιτικού λόγου, την εξάρτησή του από τα ΜΜΕ και τα προβλήματα της καταναλωτικής κοινωνίας. Παράλληλα εξετάζονται ειδικότερες πτυχές της ιδεολογίας και των ΜΜΕ, αναφορικά με τις</p>				

	κοινωνικές τάξεις και τις πολιτικές ιδεολογίες, το φύλο, την εθνότητα και τη «φυλή», τη θρησκεία, τη γλώσσα και τις υποπολιτισμικές ομάδες.		
Μαθησιακά Αποτελέσματα	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ανάπτυξη της ικανότητας για ταυτόσημη και ισοδύναμη περιγραφή της κοινωνικής πραγματικότητας ή ανάπτυξη της ικανότητας για ταυτόσημο ή ισοδύναμο προσανατολισμό στην κοινωνική εμπειρία και προβληματική ή και πάλι ανάπτυξη της ικανότητας για δημιουργία και οικοδόμηση αντικειμενικής περιγραφής της εικόνας της κοινωνικής εμπειρίας.</li> <li>2. Διαμόρφωση και ανάπτυξη ικανοτήτων και δεξιοτήτων για την αναζήτηση και την ανακάλυψη ουσιωδών, αιτιωδών και εννοιακών εξηγητικών σχέσεων με σκοπό την δημιουργία πολυσύνθετων ερμηνευτικών μηχανισμών της κοινωνικής πραγματικότητας στο βαθμό, που οι διδασκόμενοι να είναι σε θέση να οικοδομήσουν βασικά ερμηνευτικά θεωρητικά σχήματα και παραδείγματα.</li> </ol>		
Προαπαιτούμενα	Κανένα	Συναπαιτούμενα	Κανένα
Περιεχόμενο Μαθήματος	<p><b>Α' ΜΕΡΟΣ: ΟΙ ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΙΔΕΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ ΤΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Η έννοια "ιδεολογία" και τα σύγχρονα ΜΜΕ. Η εικονική ιδεολογία</li> <li>- Το κοινωνικό πλαίσιο της παραγωγής και κατανάλωσης εικόνας, και της εικονικής ιδεολογίας</li> <li>- Η δομή της εικόνας και οι ιδεολογικές της προεκτάσεις</li> <li>- Η εικόνα ως "υπερ-σφαίρα" και η διαμόρφωση του πολιτικού λόγου.</li> </ul> <p><b>Β' ΜΕΡΟΣ: ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΙΔΕΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΜΜΕ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ιδεολογία, κοινωνικές τάξεις και ΜΜΕ</li> <li>- Οι πολιτικές ιδεολογίες στο τοπίο των ΜΜΕ</li> <li>- Φύλο και ιδεολογικές προκαταλήψεις των ΜΜΕ</li> <li>- Ο λόγος των ΜΜΕ και η θρησκεία ως ιδεολογία</li> <li>- Ιδεολογία –γλώσσα- και ΜΜΕ</li> </ul>		
Μεθοδολογία Διδασκαλίας	<p>Παράδοση: 20 ώρες</p> <p>Συζήτηση: 13 ώρες</p> <p>Η διδασκαλία γίνεται μέσω διαλέξεων και διαδραστικών συζητήσεων που ενθαρρύνουν το διάλογο και τη κριτική σκέψη.</p>		
Βιβλιογραφία	<ol style="list-style-type: none"> <li>26. Πλειός Γ. «Ο λόγος της εικόνας. ιδεολογία και πολιτική», Αθήνα, Παπαζήσης 2001.</li> <li>27. Bennett L. «Ειδήσεις. Η πολιτική των ψευδαισθήσεων», Δρομέας, Αθήνα 1999.</li> <li>28. Fiske J. «Ανατομία του τηλεοπτικού λόγου», Δρομέας, Αθήνα 2000.</li> <li>29. Αλτουσέρ Λ. «Θέσεις», Θεμέλιο, Αθήνα, 1990.</li> <li>30. Αντόρνο Τ., Χορκχάιμερ Μ. «Κοινωνιολογία. Εισαγωγικά δοκίμια», Κριτική, Αθήνα, 1987.</li> </ol>		

	<p>31. Baudrillard J. «Ρέκβιεμ για τα μέσα επικοινωνίας», Ελεύθερος Τύπος, Αθήνα.</p> <p>32. Δεμερτζής Ν. «Ο λόγος του εθνικισμού: αμφίσημο σημασιολογικό πεδίο», Σάκκουλας, Αθήνα, 1996.</p> <p>33. Δοξιάδης Κ. «Εθνικισμός, Ιδεολογία, Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας», Πλέθρον, Αθήνα, 1995.</p> <p>34. Δοξιάδης Κ. «Ιδεολογία και Τηλεόραση», Πλέθρον, Αθήνα, 1993.</p> <p>35. Ezensberger X. M. «Για μια θεωρία των μέσων επικοινωνίας», Επίκουρος, Αθήνα, 1981.</p> <p>36. Λίποβατς Θ., Δεμερτζής Ν. «Δοκίμιο για την ιδεολογία. Ένας διάλογος της κοινωνικής θεωρίας με την ψυχανάλυση», Αθήνα, Οδυσσέας 1994.</p> <p>37. Πλειός Γ. «Κινούμενη εικόνα και καλλιτεχνική επικοινωνία», Δελφίни, Αθήνα, 1993.</p> <p>38. Μαρξ Κ., Έγκελς Φ. «Η Γερμανική Ιδεολογία», Gutenberg, Αθήνα</p> <p>39. Μανχάϊμ Κ. «Ιδεολογία και Ουτοπία», Γνώση, Αθήνα, 1997.</p> <p>40. Ραμονέ Ι., «Η σιωπηλή προπαγάνδα», Πόλις, Αθήνα 2001</p> <p>41. Foucault M. «Εξουσία, γνώση και ηθική», Ύψιλον/ βιβλία, Αθήνα.</p> <p>42. Vincent A. «Modern Political Ideologies», Blackwell, Oxford, 1995.</p> <p>43. Plamenatz J. «Ιδεολογία», Κάλβος, Αθήνα, 1981</p> <p>44. Hartley J. «Understanding News», Routledge, London, 1982.</p> <p>45. Bell D. «The Cultural Contradictions of Capitalism», Basic Books, New York, 1978.</p> <p>46. Dahlgren P. “Television and the Public Sphere”, Polity press, London, 1995.</p> <p>47. Ewen A. “All consuming images”, Basic Books, New York 1999.</p> <p>48. Eagleton T. (επιμ.) “Ideology”, Longman, London, 1994.</p> <p>49. van Dijk. T. “Ideology”, Sage, London, 1998.</p> <p>50. Eadie W., “21<sup>st</sup> Century Communication: A reference Handbook”, London, Sage 2009</p>
Αξιολόγηση	<p>A' Αξιολόγηση: Ενδιάμεση Εξέταση (20%)</p> <p>B' Αξιολόγηση: Εργασία (20%)</p> <p>Γ' Αξιολόγηση: Τελική Εξέταση (60%)</p>
Γλώσσα	Ελληνική