



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Υπουργείο Παιδείας, Θρησκευμάτων
και Αθλητισμού



Δημοσιογραφίας, Επικοινωνίας και Νέων Μέσων Ενημέρωσης

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΣΑΕΚ

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2026

ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ

Δημοσιογραφίας, Επικοινωνίας και Νέων Μέσων Ενημέρωσης

ΣΑΕΚ

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2026

**ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟΥ
ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ
«ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΚΑΙ ΝΕΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ»**

Συγγραφική ομάδα

Ευανθία Μαλινάκη
Χριστίνα Γεωργοπούλου
Άννα Ποδάρα
Αθανάσιος Κάππος
Ιωάννα Κατσικοπούλου
Φώτης Λαζαρίνης

Σύμβουλος μεθοδολογίας ανάπτυξης

του εκπαιδευτικού εγχειριδίου

Προκόπης Πανδής

Γλωσσική επιμέλεια

Εκδόσεις Σοκόλη

Σχεδιασμός-σελιδοποίηση

Mr. Moschos / WINK DESIGN

Το περιεχόμενο του εκπαιδευτικού εγχειριδίου της ειδικότητας διαμορφώθηκε από τη συγγραφική ομάδα με βάση μεθοδολογικές προδιαγραφές και ειδικά πρότυπα που επεξεργάστηκε το ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ στο πλαίσιο της Πράξης «ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΟΔΗΓΩΝ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΩΝ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ (ΙΕΚ)» (κωδικός ΟΠΣ [MIS] 5069281) του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση 2014-2020», που υλοποιήθηκε με σύμπραξη των κοινωνικών εταίρων και, ειδικότερα, από το ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ (επικεφαλής εταίρο της κοινοπραξίας), το ΙΝΕ/ΓΣΕΕ, το ΙΜΕ/ΓΣΕΒΕΕ, το ΚΑΕΛΕ/ΕΣΕΕ, το ΙΝΣΕΤΕ και τον ΕΟΠΠΕΠ, και συγχρηματοδοτήθηκε από την Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Κ.Τ.). Το παρόν εκπαιδευτικό εγχειρίδιο αναπτύχθηκε με την ευθύνη του ΙΜΕ/ΓΣΕΒΕΕ, τα επιστημονικά στελέχη του οποίου παρακολούθησαν και υποστήριξαν τον συντονισμό του έργου σε όλες του τις φάσεις.

Περιεχόμενα

1	Πρόλογος	7
2	Εισαγωγή	9
A	Περιγραφή ειδικότητας	11
1	Τίτλος της ειδικότητας και ομάδα προσανατολισμού	11
1 . 1	Τίτλος ειδικότητας	11
1 . 2	Ομάδα προσανατολισμού (επαγγελματικός τομέας)	11
2	Συνοπτική περιγραφή ειδικότητας	12
2 . 1	Ορισμός ειδικότητας	12
2 . 2	Αρμοδιότητες/Καθήκοντα	12
2 . 3	Προοπτικές απασχόλησης στον κλάδο ή τομέα	13
2 . 4	Πρόσθετες πηγές πληροφόρησης	13
B	Σκοπός και προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας	15
1	Σκοπός του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας	15
2	Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης	16
Γ	Βασικές εκπαιδευτικές προδιαγραφές και αναλυτικό περιεχόμενο του προγράμματος της θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης	21
1	Ωρολόγιο πρόγραμμα	22
2	Αναλυτικό περιεχόμενο προγράμματος θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης	24
2 . 1	ΕΞΑΜΗΝΟ Α΄	24
2 . 1 . A	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	24
2 . 1 . B	ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ ΣΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΙ ΝΕΑ ΜΕΣΑ	30
2 . 1 . Γ	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	36
2 . 1 . Δ	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ	42
2 . 1 . Ε	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ	50
2 . 1 . ΣΤ	ΑΓΓΛΙΚΑ ΓΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ	56
2 . 1 . Ζ	ΧΡΗΣΗ Η/Υ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΓΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ	61
2 . 1 . Η	ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	67

2 . 2	ΕΞΑΜΗΝΟ Β΄	73
2 . 2 . Α	ΤΕΧΝΙΚΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ	73
2 . 2 . Β	ΚΑΝΟΝΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ	79
2 . 2 . Γ	ΠΗΓΕΣ ΡΕΠΟΡΤΑΖ	85
2 . 2 . Δ	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ	92
2 . 2 . Ε	ΑΓΓΛΙΚΑ ΓΙΑ ΕΝΤΥΠΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ	99
2 . 2 . ΣΤ	ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ	104
2 . 2 . Ζ	ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ ΣΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΙ ΝΕΑ ΜΕΣΑ	110
2 . 2 . Η	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	118
2 . 3	ΕΞΑΜΗΝΟ Γ΄	126
2 . 3 . Α	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ	126
2 . 3 . Β	ΦΩΤΟΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑ	132
2 . 3 . Γ	ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	137
2 . 3 . Δ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ	143
2 . 3 . Ε	ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	151
2 . 3 . ΣΤ	ΕΙΔΗ ΡΕΠΟΡΤΑΖ	157
2 . 3 . Ζ	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ	164
2 . 3 . Η	ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	170
2 . 4	ΕΞΑΜΗΝΟ Δ΄	180
2 . 4 . Α	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ PODCAST	180
2 . 4 . Β	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΒΙΝΤΕΟ	187
2 . 4 . Γ	ΡΕΠΟΡΤΑΖ: ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ	193
2 . 4 . Δ	ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΜΜΕ	201
2 . 4 . Ε	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΗ ΕΝΤΥΠΩΝ ΜΕΣΩΝ	209
2 . 4 . ΣΤ	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ	216
2 . 4 . Ζ	ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	223
3	Διδακτική μεθοδολογία	230
4	Υγεία και ασφάλεια κατά τη διάρκεια της κατάρτισης	233
4 . 1	Βασικοί κανόνες υγείας και ασφάλειας	233
4 . 2	Μέσα ατομικής προστασίας	234

Δ	Προδιαγραφές υλοποίησης πρακτικής άσκησης	235
1	Ο θεσμός της πρακτικής άσκησης	236
2	Οδηγίες για τον/την πρακτικά ασκούμενο/-η	238
2 . 1	Προϋποθέσεις εγγραφής στο πρόγραμμα πρακτικής άσκησης	238
2 . 2	Δικαιώματα και υποχρεώσεις του/της πρακτικά ασκούμενου/-ης	238
2 . 3	Φορείς υλοποίησης πρακτικής άσκησης	240
3	Ο ρόλος του/της εκπαιδευτή/-τριας της πρακτικής άσκησης	244
4	Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα της πρακτικής άσκησης	243
5	Αναλυτικό περιεχόμενο προγράμματος πρακτικής άσκησης	253
5 . 1 . Α	ΡΕΠΟΡΤΑΖ ΚΑΙ ΣΥΝΤΑΞΗ ΕΙΔΗΣΕΩΝ	253
5 . 1 . Β	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ	254
5 . 1 . Γ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	254
5 . 1 . Δ	ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ	255
5 . 2	Μεθοδολογία υλοποίησης πρακτικής άσκησης	256
	Βιβλιογραφία	258
A	Βιβλιογραφικές αναφορές σχετικές με την ειδικότητα	259
B	Βιβλιογραφικές αναφορές σχετικές με τη μεθοδολογία ανάπτυξης των εκπαιδευτικών εγχειριδίων	273
Γ	Σχετική εθνική νομοθεσία	276

1 | Πρόλογος

Το εκπαιδευτικό εγχειρίδιο της ειδικότητας «Δημοσιογραφίας, Επικοινωνίας και Νέων Μέσων» αναπτύχθηκε στο πλαίσιο της Πράξης «ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΟΔΗΓΩΝ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΩΝ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ (ΙΕΚ)» [κωδικός ΟΠΣ (MIS) 5069281], η οποία υλοποιήθηκε από σύμπραξη των κοινωνικών εταίρων, και, ειδικότερα από το ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ (επικεφαλής εταίρο της κοινοπραξίας), το ΙΝΕ/ ΓΣΕΕ, το ΙΜΕ/ΓΣΕΒΕΕ, το ΚΑΕΛΕ/ΕΣΕΕ, το ΙΝΣΕΤΕ και τον ΕΟΠΠΕΠ, και συγχρηματοδοτήθηκε από το ΕΠ «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση».

Το έργο αυτό αποτέλεσε μια ολοκληρωμένη παρέμβαση για τη βελτίωση και ενίσχυση του θεσμού της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης σε μια περίοδο κατά την οποία, περισσότερο από ποτέ, το αίτημα της διασύνδεσής του με την αγορά εργασίας είναι επιτακτικό και επίκαιρο. Ιδιαίτερα, μετά τη μακρά περίοδο οικονομικής κρίσης και ύφεσης την οποία αντιμετώπισε η ελληνική κοινωνία, αλλά και τις συνέπειες από την πανδημική κρίση Covid-19, οι αναδυόμενες προκλήσεις καθιστούν αναγκαία στοχευμένα μέτρα εκσυγχρονισμού του θεσμού. Το συγκεκριμένο έργο αποτέλεσε μία συστηματική προσπάθεια αντιμετώπισης χρόνιων αδυναμιών του πεδίου, αναβάθμισης του επιπέδου των παρεχόμενων γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων, και βελτίωσης των μαθησιακών αποτελεσμάτων που απορρέουν από την επαγγελματική κατάρτιση σε συγκεκριμένες ειδικότητες.

Εμπερικλείοντας μια καινοτόμο δέσμη αλληλοσυμπληρούμενων δράσεων, μεθόδων και πρακτικών επιδίωξε να συμβάλει με πολλαπλασιαστικό τρόπο στην ενίσχυση της ποιότητας και της αποτελεσματικότητας του πεδίου της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης. Ειδικότερα, στο πλαίσιο του έργου:

- Διεξήχθη ποιοτική έρευνα με στόχο τη διερεύνηση των χαρακτηριστικών και της δυναμικής που διέπει το πεδίο της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης στη χώρα μας και στον ευρωπαϊκό χώρο, με στόχο τη διαμόρφωση σχετικών προτάσεων πολιτικής.
- Αναπτύχθηκαν:
 - Επικαιροποιημένοι «οδηγοί κατάρτισης» για 130 ειδικότητες αρχικής κατάρτισης,
 - Αντίστοιχα εκπαιδευτικά εγχειρίδια για την υποστήριξη της κατάρτισης/εκπαίδευσης των σπουδαστών/-τριών,
 - Συναφείς τράπεζες θεμάτων για κάθε ειδικότητα.
- Το σύνολο των παραπάνω στηρίχθηκε σε ένα ενιαίο μεθοδολογικό πλαίσιο, μέσω του οποίου επιδιώχθηκε η σύνδεση της κοινωνικής εμπειρίας της εργασίας, της εκ-

παίδευσης και της πιστοποίησής της λαμβάνοντας υπόψη του το ισχύον θεσμικό πλαίσιο, καθώς και τις ιδιαιτερότητες του πεδίου της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης.

- Τέλος, με γνώμονα την ενίσχυση της θετικής επενέργειας του έργου σε θεσμικό επίπεδο αναπτύχθηκε μια μεθοδολογία ευέλικτης τακτικής περιοδικής επανεξέτασης και επικαιροποίησης των περιεχομένων των οδηγιών κατάρτισης, των εγχειριδίων και των τραπεζών θεμάτων, έτσι ώστε αυτά να βρίσκονται –κατά το δυνατόν– σε αντιστοιχία με τα νέα τεχνολογικά, οργανωσιακά, εργασιακά, περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά δεδομένα και τις ανάγκες της αγοράς εργασίας και των εκπαιδευομένων.

2 | Εισαγωγή

Το παρόν εγχειρίδιο, εκκινώντας από την περιγραφή της ειδικότητας, εστιάζεται στο αναλυτικό περιεχόμενο και τις βασικές εκπαιδευτικές προδιαγραφές ενός προγράμματος κατάρτισης στην ειδικότητα «Δημοσιογραφίας, Επικοινωνίας και Νέων Μέσων». Στοχεύει στην ενημέρωση του συνόλου των συντελεστών του λαμβάνοντας υπόψη τα περιεχόμενα των καθηκόντων και τις ιδιαιτερότητές της, καθώς και τους ισχύοντες θεσμικούς περιορισμούς στο πεδίο.

Απευθύνεται κυρίως στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες αλλά και στους/στις εκπαιδευτές/-τριες των προγραμμάτων αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης. Επιπλέον, αποτελεί ένα χρήσιμο εγχειρίδιο για τα στελέχη σχεδιασμού, τους σχετικούς φορείς υλοποίησής τους –τα Ινστιτούτα Επαγγελματικής Κατάρτισης–, αλλά και για το σύνολο των υπόλοιπων δυνητικών συντελεστών ενός προγράμματος αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης, ιδιαίτερα για όσους/-ες συμμετέχουν στην υλοποίηση της πρακτικής άσκησης.

Το εγχειρίδιο αυτό αποτελεί μια συστηματική βάση η οποία περιλαμβάνει βασικά στοιχεία για την κατανόηση του πεδίου της συγκεκριμένης ειδικότητας, αλλά κυρίως εστιάζεται στην ανάλυση των μαθησιακών ενοτήτων και των εκπαιδευτικών προδιαγραφών της θεωρητικής και της εργαστηριακής κατάρτισης, καθώς και την υλοποίηση της πρακτικής άσκησης.

Στην κατεύθυνση αυτή, για το κάθε πρόγραμμα αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης το οποίο δύναται να υλοποιηθεί, είναι απαραίτητο να ληφθούν συστηματικά υπόψη τα εκπαιδευτικά περιεχόμενα αλλά και οι μεθοδολογικές προδιαγραφές που περιλαμβάνονται.

Ειδικότερα, το εκπαιδευτικό εγχειρίδιο αποτελείται από τέσσερα (Α΄-Δ΄) Μέρη.

- **Το Μέρος Α΄ παρέχει συνοπτικά τις πληροφορίες που αφορούν την περιγραφή της ειδικότητας.**

Περιλαμβάνει την περιγραφή της ειδικότητας, των κύριων εργασιακών καθηκόντων της, των προοπτικών απασχόλησης σε αυτήν, ενώ γίνεται αναφορά σε βασικές πηγές πληροφόρησης σε σχέση με την ειδικότητα.

- **Το Μέρος Β΄ εστιάζεται στον καθορισμό των ευρύτερων αλλά και των επιμέρους ενοτήτων προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων του προγράμματος κατάρτισης.**

Αναφέρεται στις δραστηριότητες που θα είναι σε θέση να επιτελέσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες, μετά το πέρας της συνολικής κατάρτισής τους στη συγκεκριμένη ειδικότητα.

- **Το Μέρος Γ΄ εστιάζεται στο περιεχόμενο και τη διάρθρωση του προγράμματος θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης, καθώς και σε βασικές εκπαιδευτικές προδιαγραφές υλοποίησής του.**

Το Μέρος Γ΄ περιλαμβάνει το ωρολόγιο πρόγραμμα καθώς και την περίληψη, τα προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα, τις ώρες διδασκαλίας ανά εβδομάδα, τις βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά, ένα κείμενο αναφοράς και τις προτεινόμενες πηγές μελέτης κάθε μαθησιακής ενότητας. Επιπλέον, αναφέρεται στην προτεινόμενη διδακτική μεθοδολογία, καθώς και σε σημαντικές πληροφορίες που αφορούν την υγεία και την ασφάλεια κατά τη διάρκεια της κατάρτισης.

- **Το Μέρος Δ΄ εστιάζεται στην περιγραφή του περιεχομένου, των χαρακτηριστικών και των προδιαγραφών υλοποίησης της πρακτικής άσκησης.**

Περιλαμβάνεται η περιγραφή του θεσμού της πρακτικής άσκησης και παρέχονται χρήσιμες οδηγίες για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες και τους/τις εκπαιδευτές/-τριες στον χώρο εργασίας. Στα περιεχόμενα συγκαταλέγονται, επίσης, οι ενότητες μαθησιακών αποτελεσμάτων της πρακτικής άσκησης, ενδεικτικές εργασίες τις οποίες θα εκτελέσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες, καθώς και οι ειδικές προδιαγραφές υλοποίησης που αφορούν τον εξοπλισμό. Αναλύονται οι ενότητες μαθησιακών αποτελεσμάτων, ενώ προτείνονται βασικές μεθοδολογικές αρχές για την υλοποίηση της πρακτικής άσκησης.

Το εκπαιδευτικό εγχειρίδιο και η τράπεζα θεμάτων της ειδικότητας συνδέονται οργανικά με τον αντίστοιχο οδηγό κατάρτισης της ειδικότητας.¹

Για τη συγγραφή της μεθοδολογίας ανάπτυξης των εκπαιδευτικών εγχειριδίων συνεργάστηκαν οι Ρένα Βαρβιτσιώτη, Ελένη Θεοδωρή, Κωνσταντίνος Μαρκίδης και Δέσποινα Μπαμπανέλου, η οποία ανέλαβε και τη συντακτική της επιμέλεια. Αυτή εκπονήθηκε στο πλαίσιο της «Οριζόντιας Εκπαιδευτικής Μεθοδολογίας» της εν λόγω Πράξης «ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΟΔΗΓΩΝ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΩΝ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ (ΙΕΚ)» και με βάση μια κατάλληλα προσαρμοσμένη εκδοχή του προτύπου ανάπτυξης εκπαιδευτικών υλικών του ΙΝΕ/ΓΣΕΕ (Γούλας, Μαρκίδης & Μπαμπανέλου, 2021).

1 Κάππος, Θ., Μαλινάκη, Ε. & Ποδάρα, Α. (2022). *Οδηγός Κατάρτισης ειδικότητας ΙΕΚ «Δημοσιογραφίας, επικοινωνίας & νέων μέσων ενημέρωσης»*. Αθήνα: Γενική Γραμματεία Επαγγελματικής Εκπαίδευσης Κατάρτισης και Διά Βίου Μάθησης.

A

Περιγραφή ειδικότητας

1 | Τίτλος της ειδικότητας και ομάδα προσανατολισμού

1.1 • Τίτλος ειδικότητας

«Δημοσιογραφίας, Επικοινωνίας και Νέων Μέσων Ενημέρωσης».²

1.2 • Ομάδα προσανατολισμού (επαγγελματικός τομέας)

Η ειδικότητα «Δημοσιογραφίας, Επικοινωνίας και Νέων Μέσων Ενημέρωσης» ανήκει στην ομάδα επαγγελματών «Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης».

2 ΦΕΚ 2661/Β'/30-5-2022

2 | Συνοπτική περιγραφή ειδικότητας

2.1 • Ορισμός ειδικότητας

Ο/Η επαγγελματίας της ειδικότητας «Δημοσιογραφίας, Επικοινωνίας και Νέων Μέσων» είναι εκείνος/-η που ασχολείται με την έρευνα, τη συλλογή και επαλήθευση πληροφοριών και πηγών, τη σύνταξη και την ερμηνεία ειδήσεων. Πρωταρχικό μέλημα του είναι η αμερόληπτη ενημέρωση του κοινού για τα διάφορα θέματα της επικαιρότητας. Ο/Η επαγγελματίας της ειδικότητας «Δημοσιογραφίας, Επικοινωνίας και Νέων Μέσων» συμμορφώνεται με τους κανόνες ηθικής και δεοντολογίας που διέπουν τον κλάδο, όπως η ελευθερία του λόγου και το δικαίωμα απάντησης. Απασχολείται επαγγελματικά στον Τύπο (εφημερίδες και περιοδικά), τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα (τηλεόραση και ραδιόφωνο) και τα διαδικτυακά μέσα (ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης κ.ά.). Παράλληλα, μπορεί να εργάζεται και ως υπεύθυνος/-η Τύπου και επικοινωνίας σε γραφεία τύπου εταιρειών και οργανισμών.

2.2 • Αρμοδιότητες/Καθήκοντα

Ο/Η επαγγελματίας της ειδικότητας «Δημοσιογραφίας, Επικοινωνίας και Νέων Μέσων» ασκεί (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά) τις παρακάτω αρμοδιότητες/καθήκοντα:

- Συλλέγει τοπικές, εθνικές και διεθνείς ειδήσεις μέσω έρευνας, συνεντεύξεων και παρατήρησης, αλλά και μέσω της συμμετοχής του σε κοινωνικές δράσεις, καθώς και μέσω της μελέτης και της ανάλυσης αρχειακού υλικού,
- Συλλέγει, μεταδίδει και σχολιάζει ειδήσεις στον Τύπο, την τηλεόραση, το ραδιόφωνο και το Διαδίκτυο,
- Λαμβάνει και αναλύει πληροφορίες προερχόμενες από διάφορες πηγές ελέγχοντας παράλληλα την αξιοπιστία τους,
- Διενεργεί συνεντεύξεις με πρόσωπα δημόσιου ενδιαφέροντος τις οποίες και δημοσιοποιεί στα Μέσα όπου εργάζεται,
- Αρθρογραφεί πάνω σε θέματα της επικαιρότητας προσφέροντας μια βαθύτερη ανάλυση των γεγονότων της επικαιρότητας,
- Διαχειρίζεται με προσοχή τον δημοσιογραφικό λόγο παράγοντας κείμενα που δεν θίγουν την προσωπικότητα και την αξιοπρέπεια κανενός/καμίας εμπλεκομένου/-ης,
- Προετοιμάζει και παρουσιάζει εκπομπές στο ραδιόφωνο, την τηλεόραση και το Διαδίκτυο,
- Διαχειρίζεται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με επαγγελματικό τρόπο,
- Εκπροσωπεί ως υπεύθυνος/-η Τύπου και επικοινωνίας εταιρείες και οργανισμούς και συνάπτει επαγγελματικές σχέσεις με διάφορες ομάδες κοινού.

2.3 • Προοπτικές απασχόλησης στον κλάδο ή τομέα

Ο/Η επαγγελματίας της ειδικότητας «Δημοσιογραφίας, Επικοινωνίας και Νέων Μέσων Ενημέρωσης» μπορεί να στελεχώσει όλες τις κατηγορίες των Μέσων Ενημέρωσης, αλλά και ευρύτερους φορείς που ανήκουν στο πεδίο της Επικοινωνίας.

Ακριβέστερα, μπορεί να απασχοληθεί σε:

- Έντυπα μέσα ενημέρωσης (εφημερίδες ή/και περιοδικά) εθνικής ή τοπικής κυκλοφορίας,
- Ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς, εθνικής, περιφερειακής ή τοπικής εμβέλειας,
- Διαδικτυακές ιστοσελίδες ενημερωτικού χαρακτήρα ή λοιπά μέσα που παράγουν διαδικτυακό περιεχόμενο,
- Ειδησεογραφικά πρακτορεία, εγχώρια ή διεθνή,
- Γραφεία Τύπου και Δημοσίων Σχέσεων διαφόρων φορέων και οργανισμών,
- Εταιρείες που αναλαμβάνουν έργο παρακολούθησης του περιεχομένου των Μέσων (media monitoring) καθώς και αποδελτίωσης,
- Διαφημιστικές εταιρείες, αναλαμβάνοντας έργο συγγραφής κειμένων, στο πλαίσιο της διαφημιστικής επικοινωνίας.

2.4 • Πρόσθετες πηγές πληροφόρησης

- Γενική Γραμματεία Επικοινωνίας & Ενημέρωσης:
<https://www.media.gov.gr/>
- Ενιαίος Δημοσιογραφικός Οργανισμός, Επικουρικής Ασφάλισης & Περίθαλψης (ΕΔΟΕΑΠ):
<https://www.edoeap.gr/>
- European Federation of Journalists (EFJ):
<https://europeanjournalists.org/>
- Ελληνική Ραδιοφωνία & Τηλεόραση (ΕΡΤ):
<https://www.ert.gr/>
- Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΣΗΕΑ):
<https://www.esiea.gr/>
- Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Μακεδονίας – Θράκης (ΕΣΗΕΜΘ):
<https://esiemth.gr/>
- Ένωση Συντακτών Περιοδικού & Ηλεκτρονικού Τύπου (ΕΣΠΗΤ):
<https://www.espit.gr/>
- Πανελλήνια Ομοσπονδία Ενώσεων Συντακτών (ΠΟΕΣΥ):
www.poesy.gr

- Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Θεσσαλίας Στερεάς Ελλάδος Εύβοιας:
www.pressunion.gr
- Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Πελοποννήσου – Ηπείρου – Νήσων:
www.esiepin.gr
- Ένωση Ανταποκριτών Ξένου Τύπου (ΕΑΞΤ):
www.fpa.gr
- Ένωση Φωτορεπόρτερ Ελλάδας:
www.photounion.gr
- Ένωση Εταιριών Διαφήμισης Επικοινωνίας (ΕΔΕΕ):
www.edee.gr
- Σύνδεσμος Διαφημιζόμενων Ελλάδας (ΣΔΕ):
www.sde.gr
- Σύνδεσμος Ανεξάρτητων Παραγωγών Οπτικοακουστικών Έργων (ΣΑΠΟΕ):
www.sapoe.gr
- Ένωση Ιδιοκτητών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΙΗΕΑ):
www.eihea.gr
- Ένωση Ιδιοκτητών Επαρχιακού Τύπου (ΕΙΕΤ):
www.eiet.gr
- Σύνδεσμος Ημερήσιων Περιφερειακών Εφημερίδων (ΣΗΠΕ):
www.regionalpress.gr
- Ένωση Δημοσιογράφων Ιδιοκτητών Περιοδικού Τύπου (ΕΔΙΠΤ):
www.edipt.gr
- Ένωση Ιδιωτικών Τηλεοπτικών Σταθμών Εθνικής Εμβέλειας (ΕΙΤΗΣΕΕ):
www.omed.gr
- Πανελλήνια Ένωση Ιδιοκτητών Ραδιοφωνικών Σταθμών (ΠΕΙΡΑΣ):
www.peiras.gr
- Ένωση Ιδιοκτητών Ιδιωτικών Ραδιοφωνικών Σταθμών Αθηνών:
www.eiira.gr
- Ένωση Ιδιοκτητών Ιδιωτικών Ραδιοφωνικών Σταθμών Θεσσαλονίκης (ΕΙΠΘ):
www.eiira.gr
- Ένωση Τεχνικών Ιδιωτικής Τηλεόρασης Αττικής (ΕΤΙΤΑ):
www.etita.gr
- Ένωση Τεχνικών Ελληνικής Ραδιοφωνίας (ΕΤΕΡ):
www.eter.gr
- Ένωση Τεχνικών Ιδιωτικής Τηλεόρασης Βόρειας Ελλάδας (ΕΤΙΤΒΕ):
<https://etitbe.gr/>
- Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ):
<https://www.esr.gr/>

B

Σκοπός και προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας

1 | Σκοπός του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας

Ο βασικός σκοπός του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας είναι να προετοιμάσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες για την επαγγελματική τους σταδιοδρομία στην ειδικότητα «Δημοσιογραφίας, Επικοινωνίας και Νέων Μέσων Ενημέρωσης».

2 | Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης

Οι γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες που θα αποκτήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατά τη διάρκεια της κατάρτισής τους, οργανώνονται σε ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων.

Στον πίνακα που ακολουθεί, παρουσιάζονται τα επιμέρους προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα ανά ενότητα.

Πίνακας 1 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	
ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	Επιμέρους προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα Με την ολοκλήρωση του προγράμματος κατάρτισης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:
A. «Ρεπορτάζ και σύνταξη ειδήσεων» συνέχεια >>	• Αναγνωρίζουν τον ρόλο του/της δημοσιογράφου απέναντι στην ενημέρωση και το κοινωνικό σύνολο, • Προσδιορίζουν τα χαρακτηριστικά της αγοράς των ΜΜΕ και τους οργανισμούς στους οποίους μπορεί να εργαστεί ένας/μία επαγγελματίας δημοσιογράφος, • Εντοπίζουν τα γεγονότα με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον (ειδήσεις) σε τοπικό, πανελλαδικό και παγκόσμιο επίπεδο, • Συντάσσουν ειδήσεις χρησιμοποιώντας συγκεκριμένα κριτήρια αξιολόγησης ειδήσεων, • Αξιολογούν δημοσιογραφικές πληροφορίες που θα χρησιμοποιήσουν, • Εφαρμόζουν τεχνικές διασταύρωσης πληροφοριών, • Διακρίνουν τα ειδησεογραφικά από τα ερμηνευτικά είδη κειμένου, • Κατονομάζουν τα είδη και τις κατηγορίες του ρεπορτάζ, • Παράγουν πρωτότυπα ρεπορτάζ με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον, • Συντάσσουν lead (εισαγωγή ρεπορτάζ) που εμπλέκουν τον θεατή στην είδηση, ακολουθώντας κατάλληλες τεχνικές, • Εφαρμόζουν τεχνικές συνεντεύξεων που οδηγούν σε ειδησεογραφικό περιεχόμενο, • Διακρίνουν τους διαφορετικούς τύπους δημοσιογραφικών συνεντεύξεων,

συνέχεια >>

Πίνακας 1 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	
ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	Επιμέρους προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα Με την ολοκλήρωση του προγράμματος κατάρτισης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:
« συνέχεια A. «Ρεπορτάζ και σύνταξη ειδήσεων»	- Χρησιμοποιούν τις απαραίτητες πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές κατά την προετοιμασία των δημοσιογραφικών κειμένων, - Παράγουν πρωτότυπα δημοσιογραφικά κείμενα διαφόρων ειδών (π.χ. ρεπορτάζ, συνέντευξη, άρθρο γνώμης, σχόλιο, editorial, ανάλυση, κριτική, έρευνα), - Αναγνωρίζουν τις διαφορές του δημοσιογραφικού λόγου από άλλα είδη λόγου, - Προσδιορίζουν τις ομοιότητες και τις διαφορές της (επαγγελματικής) δημοσιογραφίας από τη «δημοσιογραφία των πολιτών», - Ελέγχουν την αξιοπιστία των πηγών που χρησιμοποιούν, - Εντοπίζουν δημοσιογραφικό υλικό από διεθνή πρακτορεία ειδήσεων και ειδησεογραφικούς οργανισμούς του εξωτερικού, - Χρησιμοποιούν την αγγλική γλώσσα κατά την αναζήτηση δημοσιογραφικών πληροφοριών στο Διαδίκτυο, - Συντάσσουν δημοσιογραφικά κείμενα στην αγγλική γλώσσα με την κατάλληλη ορολογία, - Αναγνωρίζουν τη δημοσιογραφική ορολογία στη σύνταξη κειμένου (π.χ. «σκαλέτα», «σαλόνι», «καπέλο», lead κ.λπ.).
B. «Δημοσιογραφική δεοντολογία» συνέχεια »	- Αναγνωρίζουν τις συνταγματικές αρχές περί ελευθεροτυπίας και ελεύθερης διακίνησης ιδεών, - Εφαρμόζουν την αρχή της εμπιστευτικότητας των πηγών, - Υιοθετούν τους επαγγελματικούς κώδικες δεοντολογίας, - Υπερασπίζονται τα δικαιώματά τους ως εργαζόμενοι/-ες δημοσιογράφοι, - Γνωρίζουν τη σχετική με το δημοσιογραφικό επάγγελμα νομοθεσία, - Περιγράφουν τον ελεγκτικό και ρυθμιστικό ρόλο του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης, - Αναγνωρίζουν τον ρόλο και τη σημασία των πειθαρχικών οργάνων των Δημοσιογραφικών Ενώσεων,

συνέχεια »

Πίνακας 1 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	
ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	Επιμέρους προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα Με την ολοκλήρωση του προγράμματος κατάρτισης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:
« συνέχεια Β. «Δημοσιογραφική δεοντολογία»	- Απορρίπτουν κάθε μορφή στερεοτύπων και ρατσιστικών αντιλήψεων, - Χρησιμοποιούν με προσοχή και σύνεση τον δημοσιογραφικό λόγο αποφεύγοντας «κλισέ» και στερεοτυπικές εκφράσεις, - Αναγνωρίζουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της τοπικής και παγκόσμιας αγοράς των μέσων, - Εφαρμόζουν τους Κανόνες Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας κατά τη λήψη φωτογραφιών και βίντεο, - Διαχειρίζονται με επαγγελματικό τρόπο τυχόν προκλήσεις που θα αντιμετωπίσουν κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού τους έργου.
Γ. «Επικοινωνία και δημόσιες σχέσεις» συνέχεια >>	- Αναγνωρίζουν τις βασικές αρχές της επικοινωνίας, - Περιγράφουν τα συστατικά μέρη ενός μοντέλου επικοινωνίας, - Εφαρμόζουν θεωρίες και αρχές επικοινωνίας, - Ερμηνεύουν με κριτικό τρόπο επικοινωνιακά μηνύματα, - Εξηγούν τις ομοιότητες και τις διαφορές ανάμεσα σε δημοσιογραφία, δημόσιες σχέσεις, δημοσιότητα και προπαγάνδα, - Δημιουργούν επικοινωνιακά μηνύματα ειδικά προσαρμοσμένα στο εκάστοτε κοινό, τον σκοπό και το πλαίσιο, - Αναγνωρίζουν τα επικοινωνιακά εργαλεία των δημοσίων σχέσεων, - Αναπτύσσουν καμπάνιες δημοσίων σχέσεων και συντάσσουν δελτία τύπου, - Οργανώνουν συνεντεύξεις τύπου και άλλες εταιρικές εκδηλώσεις, - Συντάσσουν με επαγγελματικό τρόπο μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (emails), - Δημιουργούν οργανωμένα δίκτυα επαγγελματικών επαφών, - Διαχειρίζονται τη φήμη του οργανισμού τον οποίο εκπροσωπούν, - Οργανώνουν και να διαχειρίζονται ένα Γραφείο Τύπου, - Εφαρμόζουν τεχνικές αποδελτίωσης,

συνέχεια >>

Πίνακας 1 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	
ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	Επιμέρους προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα Με την ολοκλήρωση του προγράμματος κατάρτισης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:
« συνέχεια Γ. «Επικοινωνία και δημόσιες σχέσεις»	• Ενθαρρύνουν τη δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης με διάφορες ομάδες κοινού, • Υιοθετούν τους κώδικες επαγγελματικής δεοντολογίας που διέπουν τους κλάδους των δημοσίων σχέσεων και της επικοινωνίας γενικότερα, • Ενθαρρύνουν τον δημόσιο διάλογο για τα σημαντικά θέματα της επικαιρότητας, • Χρησιμοποιούν την επικοινωνία προς όφελος της κοινωνίας, • Συμμετέχουν ενεργά σε δράσεις επικοινωνίας και προώθησης που ευνοούν το κοινωνικό σύνολο.
Δ. «Ψηφιακά μέσα και νέες τεχνολογίες» συνέχεια >>	• Κατανοούν τη δημοσιογραφική ορολογία σχετικά με το κάθε μέσο, • Περιγράφουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε μέσου, • Προσδιορίζουν τον τρόπο λειτουργίας κάθε μέσου και τη θέση του στο σύγχρονο περιβάλλον των ΜΜΕ, • Κατονομάζουν τα διάφορα τμήματα και τις διευθύνσεις κάθε μέσου, • Αναγνωρίζουν τον ρόλο κάθε επαγγελματικής ειδικότητας (συντακτικής και τεχνικής ομάδας) στο μέσο που εργάζονται, • Δημιουργούν πρωτότυπο δημοσιογραφικό περιεχόμενο προσαρμοσμένο στον τρόπο λειτουργίας κάθε μέσου, • Συντάσσουν την ημερήσια δημοσιογραφική ατζέντα ανάλογα με το μέσο στο οποίο εργάζονται, • Οργανώνουν ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές παραγωγές, • Σχεδιάζουν τη σκαλέτα ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών εκπομπών, • Χρησιμοποιούν ψηφιακές εφαρμογές για την παραγωγή οπτικοακουστικού υλικού στο Διαδίκτυο, • Παράγουν ολιγόλεπτα δελτία ειδήσεων για το ραδιόφωνο και την τηλεόραση, • Εφαρμόζουν βασικές τεχνικές σελιδοποίησης εντύπων,

συνέχεια >>

Πίνακας 1 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	
ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	Επιμέρους προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα Με την ολοκλήρωση του προγράμματος κατάρτισης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:
« συνεχής » Δ. «Ψηφιακά μέσα και νέες τεχνολογίες»	• Αναγνωρίζουν τις ομοιότητες και τις διαφορές στη θεματολογία του ημερήσιου από τον περιοδικό τύπο, • Περιγράφουν τις ομοιότητες και τις διαφορές ανάμεσα στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: ΜΚΔ (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube κ.λπ.), • Παράγουν πρωτότυπο δημοσιογραφικό και επικοινωνιακό περιεχόμενο για τα ΜΚΔ, • Γνωρίζουν βασικές τεχνικές λήψης και επεξεργασίας φωτογραφιών και βίντεο, • Επαληθεύουν την αξιοπιστία των φωτογραφιών και των βίντεο που πρόκειται να δημοσιευτούν στο μέσο στο οποίο εργάζονται, • Παράγουν περιεχόμενο για podcast και διαδικτυακά βίντεο, • Αναγνωρίζουν τον τρόπο λειτουργίας μιας ειδησεογραφικής ιστοσελίδας, • Δημιουργούν τα δικά τους ιστολόγια (blogs), • Τροφοδοτούν τη ροή μιας ειδησεογραφικής ιστοσελίδας, • Χρησιμοποιούν τεχνικές βελτιστοποίησης κειμένων για να είναι φιλικά στις διαδικτυακές μηχανές αναζήτησης πληροφοριών, • Συντάσσουν δημοσιογραφικά κείμενα στον Η/Υ, • Δημιουργούν παρουσιάσεις με τη βοήθεια του Η/Υ, • Χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για την εύρεση δημοσιογραφικών πληροφοριών και πηγών, • Χρησιμοποιούν διαδικτυακές εφαρμογές τηλεδιασκέψεων και ομαδικής εργασίας στο πλαίσιο της εταιρικής επικοινωνίας, • Αντιλαμβάνονται τη λειτουργία των αλγορίθμων που καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό το διαδικτυακό περιεχόμενο.



Βασικές εκπαιδευτικές προδιαγραφές και αναλυτικό περιεχόμενο του προγράμματος της θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης

1 | Ωρολόγιο πρόγραμμα

Παρατίθεται το ωρολόγιο πρόγραμμα της ειδικότητας «Δημοσιογραφίας, Επικοινωνίας και Νέων Μέσων», με παρουσίαση των εβδομαδιαίων ωρών θεωρίας (Θ), εργαστηρίων (Ε) καθώς και του συνόλου (Σ) αυτών ανά μάθημα και ανά εξάμηνο:

Πίνακας 2 /// Ωρολόγιο πρόγραμμα

ΕΞΑΜΗΝΟ		Α			Β			Γ			Δ		
Α/Α	ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	2		2									
2	ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ ΣΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΙ ΝΕΑ ΜΕΣΑ	2		2									
3	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	2		2									
4	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ	2	2	4									
5	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ		3	3									
6	ΑΓΓΛΙΚΑ ΓΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ	2		2									
7	ΧΡΗΣΗ Η/Υ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΓΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ		3	3									
8	ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ		2	2									
9	ΤΕΧΝΙΚΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ				2	2	4						
10	ΚΑΝΟΝΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ				2	1	3						
11	ΠΗΓΕΣ ΡΕΠΟΡΤΑΖ				2		2						
12	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ					3	3						
13	ΑΓΓΛΙΚΑ ΓΙΑ ΕΝΤΥΠΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ				2		2						
14	ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ				2		2						
15	ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ ΣΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΙ ΝΕΑ ΜΕΣΑ				2		2						

συνέχεια >>

Πίνακας 2 /// Ωρολόγιο πρόγραμμα

ΕΞΑΜΗΝΟ		Α			Β			Γ			Δ		
Α/Α	ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ
16	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ Η/Υ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ					2	2						
17	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ							2		2			
18	ΦΩΤΟΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑ							2		2			
19	ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ							2	1	3			
20	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ							1	1	2			
21	ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ							2	1	3			
22	ΕΙΔΗ ΡΕΠΟΡΤΑΖ							2	1	3			
23	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ								3	3			
24	ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ								2	2			
25	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ PODCAST										2	2	4
26	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΒΙΝΤΕΟ										2	2	4
27	ΡΕΠΟΡΤΑΖ: ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ										2		2
28	ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΜΜΕ										2		2
29	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΗ ΕΝΤΥΠΩΝ ΜΕΣΩΝ										2	1	3
30	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ											3	3
31	ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ										2		2
ΣΥΝΟΛΟ		10	10	20	12	8	20	11	9	20	12	8	20

2 | Αναλυτικό περιεχόμενο προγράμματος θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης

2.1 • ΕΞΑΜΗΝΟ Α'

2.1.A • ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός τους μαθήματος είναι η κατανόηση των αρχών και του περιεχομένου της δημοσιογραφίας ως επιστήμης και ως επαγγέλματος, μέσω της ιστορικής εξέλιξής της. Στο πλαίσιο του μαθήματος, οι καταρτιζόμενοι/-ες καλούνται να κατανοήσουν τον ρόλο και τη σημασία της δημοσιογραφίας για την κοινωνία, να αντιληφθούν το αντικείμενο εργασίας και την αποστολή των επαγγελματιών δημοσιογράφων, ενώ παράλληλα αναλύονται τα διάφορα Μέσα Ενημέρωσης (Τύπος, Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, Διαδίκτυο) στα οποία μπορεί να εργαστεί ο σύγχρονος δημοσιογράφος. Ταυτόχρονα, σκοπός είναι η κατανόηση της σημασίας της δημοσιογραφίας στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης στο πλαίσιο λειτουργίας μιας δημοκρατικής συνταγματικής πολιτείας.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Γνωρίζουν την εξέλιξη της δημοσιογραφίας και να διακρίνουν τα παραδοσιακά από τα νέα μέσα,
- Αναγνωρίζουν τη σημασία και την αναγκαιότητα της δημοσιογραφίας στη σύγχρονη κοινωνία,
- Εξηγούν έννοιες όπως «κοινή γνώμη», «συνταγματικό δικαίωμα στην ενημέρωση», «δημόσια σφαίρα» κ.ά.,
- Γνωρίζουν τα μέσα στα οποία μπορεί να εργαστεί ένας/μία δημοσιογράφος σήμερα,
- Αντιλαμβάνονται τη σχέση του/της δημοσιογράφου με τις πηγές του,
- Χρησιμοποιούν τη βασική δημοσιογραφική ορολογία,
- Θέτουν τα όρια του δημοσιογραφικού επαγγέλματος,
- Επιδεικνύουν επαγγελματισμό όσον αφορά το επάγγελμα του/της δημοσιογράφου,
- Περιγράφουν το επάγγελμα του/της δημοσιογράφου στην κοινωνία του σήμερα,
- Ασκούν κριτική για το τι είναι και τι δεν είναι δημοσιογραφία.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Δημοσιογραφία / Δημοσιογράφος / Είδηση / Αλήθεια / Ενημέρωση / Παραπληροφόρηση / Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης/Επικοινωνίας / Τύπος / Τηλεόραση / Ραδιόφωνο / Διαδίκτυο.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ
2	ΑΡΧΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ
3	Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥ
4	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΑ ΤΥΠΟΥ, ΡΑΔΙΟΦΩΝΟΥ ΚΑΙ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ
5	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ
6	ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ
7	ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΚΑΙ ΜΜΕ
8	ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ ΣΤΑ ΜΜΕ

Κείμενο αναφοράς**2.1.A.1 | ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ**

Η δημοσιογραφία έχει μακρά και σπουδαία ιστορία που εξελίχθηκε μέσα από διάφορες εποχές και τεχνολογικές επαναστάσεις. Οι καταρτιζόμενοι/-ες μέσα από την παρούσα υποενότητα θα γνωρίσουν όλες τις φάσεις εξέλιξης της δημοσιογραφίας ως πρακτικής, επαγγέλματος και επιστήμης. Ξεκινώντας από την αρχαιότητα και τις πρώτες μορφές δημοσιογραφίας στην αρχαία Ρώμη, όπου οι πληροφορίες μεταφέρονταν μέσω ρητόρων, κωμικών και πεζογράφων, φτάνουμε στην επανάσταση του Γουτεμβέργιου τον 15ο αιώνα με την εφεύρεση της τυπογραφίας. Ακολουθούν η Αμερικανική Επανάσταση του 18ου αιώνα και η Βιομηχανική Επανάσταση του 19ου αιώνα, όπου η εφεύρεση της ατμομηχανής αύξησε την παραγωγή των εφημερίδων. Τον 20ό αιώνα, η επικοινωνιακή επανάσταση του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης μεταμόρφωσε ριζικά το πεδίο της επικοινωνίας και της δημοσιογραφίας. Τέλος, η ψηφιακή εποχή την οποία διανύουμε, με την έλευση του Διαδικτύου και των λοιπών ψηφιακών μέσων, έφερε νέες προκλήσεις και ευκαιρίες στη δημοσιογραφία. Η εν λόγω εκπαιδευτική υποενότητα προσφέρει τη βάση για την απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων που απαιτούνται για την αποτελεσματική λειτουργία των καταρτιζομένων στο μιντιακό πεδίο. Ως εκ τούτου, κρίνεται σκόπιμο οι καταρτιζόμενοι/-ες να εστιάσουν την προσοχή τους στην κατανόηση όλων των φάσεων της εξέλιξης της δημοσιογραφίας τόσο παγκοσμίως όσο και στο ελληνικό γίγνεσθαι.

2.1.A.2 | ΑΡΧΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Η δημοσιογραφία είναι ένας σημαντικός τομέας των μέσων μαζικής ενημέρωσης που ασχολείται με τη συλλογή, την επεξεργασία και τη διάδοση ειδήσεων και πληροφοριών προς το κοινό. Στη συγκεκριμένη εκπαιδευτική υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με τις βασικές αρχές και το περιεχόμενο της δημοσιογραφίας. Θα εξοικειωθούν με έννοιες όπως η αντικειμενικότητα και η αμεροληψία, ενώ ταυτόχρονα θα ανακαλύψουν τη σπουδαιότητα της αξιοπιστίας των πηγών. Επιπλέον, θα μάθουν ότι η δημοσιογραφία περιλαμβάνει διάφορα είδη κειμένου, όπως ειδήσεις, αναλύσεις, ρεπορτάζ και συνεντεύξεις. Σημαντική αρχή της δημοσιογραφίας είναι, επίσης, η ηθική και η τήρηση των κανόνων δεοντολογίας.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω της εν λόγω υποενότητας, θα μάθουν ότι οι δημοσιογράφοι πρέπει πάντοτε να τηρούν υψηλά επίπεδα ηθικής και διαφάνειας στην εργασία τους, αποφεύγοντας για παράδειγμα τη διάδοση ψευδών ειδήσεων. Επιπρόσθετα, όσοι/-ες ασχολούνται με τη δημοσιογραφία θα πρέπει να διαθέτουν κοινωνική συνείδηση και να λειτουργούν προς όφελος του κοινού. Η δημοσιογραφία έχει χαρακτηριστεί ως η Τέταρτη εξουσία και αυτό σημαίνει ότι οι δημοσιογράφοι, δεδομένης της ικανότητάς τους να επηρεάζουν την κοινή γνώμη, θα πρέπει να είναι ευαίσθητοποιημένοι/-ες και δίκαιοι/-ες σε θέματα κοινωνικής σημασίας, όπως η δικαιοσύνη, η ανισότητα, το περιβάλλον και οι κοινωνικές προκλήσεις. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στην εν λόγω υποενότητα, θα διδαχθούν επίσης τη σχέση μεταξύ δημοσιογραφίας και δημοκρατίας και διάφορες συνταγματικές αρχές, συμπεριλαμβανομένης της σημασίας της ελευθερίας του Τύπου.

2.1.A.3 | Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥ

Η εν λόγω υποενότητα εστιάζεται στον ρόλο του/της δημοσιογράφου στο σύγχρονο μιντιακό περιβάλλον. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα ανακαλύψουν ότι οι δημοσιογράφοι πρέπει να παρουσιάζουν τις πληροφορίες χωρίς προκαταλήψεις ή προσωπικές απόψεις και να επιδιώκουν την αντικειμενική και αμερόληπτη κάλυψη των γεγονότων. Επίσης, θα πρέπει να επιβεβαιώνουν τις πληροφορίες τους προτού να τις δημοσιεύσουν. Οι δημοσιογράφοι πρέπει να είναι διαφανείς σχετικά με τις πηγές τους και τον τρόπο εύρεσης και επεξεργασίας των πληροφοριών τους. Για τον λόγο αυτόν, η παρούσα υποενότητα θα εστιαστεί αρκετά και στη σημασία της αξιοπιστίας των πηγών.

Πρωταρχικός ρόλος του/της δημοσιογράφου άλλωστε είναι η ενημέρωση του κοινού για τα τρέχοντα γεγονότα και τις εξελίξεις. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσα από τη συγκεκριμένη υποενότητα, θα εξοικειωθούν με τους πολλαπλούς και σύνθετους ρόλους του/της δημοσιογράφου, ο/η οποίος/-α πέρα από την απλή μετάδοση των ειδήσεων, αναλύει, σχολιάζει, εκφέρει άποψη, ερευνά σε βάθος, στηρίζει τη δημοκρατία και τους θεσμούς, στηλιτεύει τα κακώς κείμενα, προασπίζεται τα ανθρώπινα δικαιώματα και συμβάλλει στην αύξηση του πνευματικού επιπέδου της κοινωνίας. Επομένως, θα συνειδητοποιήσουν ότι ο/η δημοσιογράφος, πέρα από εργαζόμε-

νος/-η σε κάποιο μέσο ενημέρωσης, είναι ταυτόχρονα και ενεργός/-η πολίτης που συμβάλλει στη διαμόρφωση της κοινωνικής συνείδησης ενεργοποιώντας την κοινή γνώμη, αφυπνίζοντάς την και οξύνοντας την ευαισθησία της, κυρίως σε ό,τι αφορά τα κοινωνικά θέματα.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, επομένως, θα αποκτήσουν όλες τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες ώστε να αντεπεξέλθουν στις σύνθετες απαιτήσεις του δημοσιογραφικού επαγγέλματος.

2.1.A.4 | ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΑ ΤΥΠΟΥ, ΡΑΔΙΟΦΩΝΟΥ ΚΑΙ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

Στην υποενότητα με τίτλο «Επαγγέλματα Τύπου, ραδιοφώνου, τηλεόρασης και Διαδικτύου», έμφαση θα δοθεί στην οργάνωση των κυρίαρχων μέσων μαζικής ενημέρωσης (π.χ. εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο, τηλεόραση, Διαδίκτυο). Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα γνωρίσουν, αρχικά, την οργάνωση της εφημερίδας και των δημοσιογραφικών τμημάτων, θα μάθουν για τον ρόλο και την ιδιότητα του/της εκδότη/-τριας, του/της διευθυντή/-τριας, του/της διευθυντή/-τριας σύνταξης, του/της αρχισυντάκτη/-τριας, ενώ θα εντρυφήσουν στις διάφορες ειδικότητες (δημοσιογραφικές και μη) που συναντώνται στο τμήμα σύνταξης μιας εφημερίδας.

Επιπλέον, θα αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες για το αντικείμενο των ρεπόρτερ ανάλογα με το είδος του ρεπορτάζ που υπηρετούν (πολιτικό, οικονομικό, αστυνομικό, δικαστικό, ελεύθερο, πολιτιστικό κ.λπ.). Αναφορικά με το ραδιόφωνο, την τηλεόραση και τους/τις συντελεστές/-τριες των ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών προγραμμάτων, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν για τον ρόλο των δημοσιογράφων στις ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές παραγωγές, ενώ ταυτόχρονα θα μάθουν να διακρίνουν και τις υπόλοιπες ειδικότητες (τεχνικές και μη), όπως παραγωγούς, σκηνοθέτες/-ιδες, μουσικούς/-ές επιμελητές/-τριες, ηχολήπτες/-τριες, μοντέρ/-ές κλπ.

Ακόμη, στην παρούσα υποενότητα θα παρουσιαστούν και θα αναλυθούν και οι ρόλοι όλων όσοι/-ες εργάζονται και στις ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, όπως συντάκτες/-τριες ειδήσεων, υπεύθυνοι/-ες ροής, επιμελητές/-τριες, φωτογράφοι και βιντεογράφοι, συντάκτες/-τριες αναλύσεων, υπεύθυνοι/-ες για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, υπεύθυνοι/-ες επικοινωνίας με το κοινό κ.λπ. Ο στόχος της εκπαιδευτικής υποενότητας είναι να προετοιμάσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες αναφορικά με τις ποικίλες επαγγελματικές ιδιότητες και τα καθήκοντα της καθημιάς που συναντάμε στους σύγχρονους μιντιακούς οργανισμούς.

2.1.A.5 | ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ

Οι δημοσιογραφικές πηγές αποτελούν απαραίτητες προϋποθέσεις πάνω στις οποίες οι δημοσιογράφοι βασίζονται και τα άρθρα τους. Η αξιοπιστία των πηγών είναι ζωτικής σημασίας για τη δημοσιογραφία, καθώς επηρεάζουν την αξιοπιστία των κειμένων και συνεπώς από αυτήν εξαρτάται και η εμπιστοσύνη του κοινού. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσα από τη συγκεκριμένη υποενότητα, θα συνειδητοποιήσουν ότι η

αξιοπιστία αποτελεί τον πυρήνα της ενημέρωσης. Αν οι πηγές δεν είναι αξιόπιστες, το κοινό θα ενημερώνεται με εσφαλμένες πληροφορίες και θα προκαλείται σύγχυση, αλλά και παραπληροφόρηση. Επιπλέον, η αξιοπιστία των πηγών είναι πολύ σημαντική και κρίσιμη και για τη δημοκρατική διαδικασία. Οι πολίτες χρειάζονται αξιόπιστες πηγές ενημέρωσης προκειμένου να λαμβάνουν ενημερωμένες αποφάσεις οι οποίες επηρεάζουν τη ζωή και την καθημερινότητά τους σε πολλά επίπεδα.

Ακόμη, μέσα από την εν λόγω υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα συνειδητοποιήσουν την επιρροή των ΜΜΕ στην κοινή γνώμη. Η αξιοπιστία είναι σημαντική, επίσης, για την επιβίωση και την επιτυχία των μέσων ενημέρωσης. Όταν οι πηγές και οι πληροφορίες που μεταδίδει ένα μέσο είναι αξιόπιστες, τότε κερδίζεται η εμπιστοσύνη του κοινού και αυτό μπορεί να μεταφραστεί και σε αύξηση των κερδών του οργανισμού.

Εντέλει, οι καταρτιζόμενοι/-ες είναι σημαντικό να γνωρίζουν ότι η αξιοπιστία των πηγών βοηθάει και στον περιορισμό της διασποράς των ψευδών ειδήσεων, σύγχρονο φαινόμενο αποπλάνησης του κοινού. Συνολικά, οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσα από την παρούσα υποενότητα, θα αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες σχετικά με τη διαχείριση των δημοσιογραφικών πηγών αναγνωρίζοντας ότι η αξιοπιστία είναι κρίσιμη τόσο για την ενημέρωση και τη δημοκρατία όσο και για την καλή λειτουργία των μέσων.

2.1.A.6 | ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Σε αυτή την υποενότητα, θα παρουσιαστεί αρχικά ο ορισμός της είδησης. Πρόκειται για ένα είδος γνώσης για τα πράγματα που συμβαίνουν. Ο/Η δημοσιογράφος πρέπει να γνωρίζει τι είναι και τι δεν είναι είδηση. Οι ειδήσεις μπορούν να είναι μορφές λόγου, γραπτές ή προφορικές, που απευθύνονται σε ένα σχετικά ευρύ ακροατήριο, αποτελούνται από επεξεργασμένα τμήματα πληροφοριών και παρουσιάζονται σύμφωνα με συγκεκριμένους τύπους και κανόνες.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω της παρούσας υποενότητας, θα εκπαιδευτούν πάνω στη διαδικασία μετατροπής ενός γεγονότος σε είδηση. Αυτή η διαδικασία της αξιολόγησης γίνεται από τους/τις δημοσιογράφους, οι οποίοι/-ες, χρησιμοποιώντας συγκεκριμένα κριτήρια (π.χ. «αστέρια της είδησης»), αποφασίζουν ποια γεγονότα ενδιαφέρουν το κοινό και έχουν σημασία, και ως εκ τούτου προβαίνουν στη δημοσιοποίησή τους. Ένα γεγονός, για να μπορέσει να χαρακτηριστεί ως είδηση, θα πρέπει μεταξύ άλλων να είναι όσο πιο επίκαιρο γίνεται, να εκτυλίσσεται σε γεωγραφικά κοντινή περιοχή, να ενδιαφέρει όσο το δυνατόν περισσότερους πολίτες, να είναι σπάνιο, να αφορά πολιτικές, ιδεολογικές, κοινωνικές συγκρούσεις, να προκαλεί έντονα το ανθρώπινο ενδιαφέρον κ.λπ.

Επιπλέον, οι ειδήσεις μπορούν παρουσιαστούν σε πολλές μορφές ανάλογα με το μέσο και τον σκοπό ενημέρωσης. Σε μια εφημερίδα, για παράδειγμα, μπορούν να παρουσιαστούν μέσα από μία ευρεία γκάμα κειμένων, όπως ρεπορτάζ, τίτλους, συνεντεύξεις, άρθρα, σχόλια, γελοιογραφίες κ.ά. Κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσης, οι

καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με διαφορετικά παραδείγματα γεγονότων που άλλα αποτελούν ειδήσεις και άλλα όχι, ενώ παράλληλα θα μάθουν τους βασικούς κανόνες γραφής και παρουσίας της είδησης.

2.1.A.7 | ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΚΑΙ ΜΜΕ

Η υποεπνότητα με τίτλο «Παραπληροφόρηση και ΜΜΕ» ασχολείται με τον ορισμό της παραπληροφόρησης στα μέσα μαζικής ενημέρωσης προκειμένου οι καταρτιζόμενοι/-ες να είναι σε θέση να αναγνωρίζουν αυτό το φαινόμενο και να το διαχωρίζουν από τη δημοσιογραφία. Η παραπληροφόρηση, σε αντίθεση με τη δημοσιογραφία, αφορά τη διαδικασία μετάδοσης ψευδών, παραπλανητικών ή παραποιημένων πληροφοριών, με σκοπό τη δημιουργία σύγχυσης στο κοινό γύρω από ένα σημαντικό συνήθως θέμα κοινού ενδιαφέροντος.

Γενικά, τα ΜΜΕ είναι ευάλωτα στην παραπληροφόρηση, καθώς μέσω αυτών καθημερινά εκατομμύρια πολίτες ανά τον κόσμο ενημερώνονται για τα τεκταινόμενα. Επομένως, τα ΜΜΕ χαρακτηρίζονται αφενός για τη δύναμή τους, καθώς έχουν τη δυνατότητα να επηρεάζουν ανθρώπους και συνειδήσεις με τη διακίνηση πληροφοριών καθημερινά. Από την άλλη πλευρά, οι διακινητές ψευδών ειδήσεων, λαμβάνοντας υπόψη τους τη μεγάλη επιρροή που ασκούν τα Μέσα, τα χρησιμοποιούν και διοχετεύουν πληροφορίες που φαινομενικά μοιάζουν αληθείς, αλλά στην πραγματικότητα εξυπηρετούν ιδιοτελείς σκοπούς.

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ανά τις δεκαετίες έχουν χρησιμοποιηθεί για προπαγάνδα και παραπληροφόρηση, αλλά και λόγω της ταχύτητας μετάδοσης των μηνυμάτων. Για τον λόγο αυτόν, στις μέρες μας πολλές από τις ψευδείς ειδήσεις (fake news) επιλέγονται να διανεμηθούν μέσω του Διαδικτύου και ειδικότερα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Συνολικά, η εκπαιδευτική υποεπνότητα προσφέρει τις απαραίτητες γνώσεις και τα εργαλεία ώστε οι καταρτιζόμενοι/-ες να είναι σε θέση να διαχωρίζουν τις ψευδείς ειδήσεις και τους σκοπούς τους από την πραγματική δημοσιογραφία.

2.1.A.8 | ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ ΣΤΑ ΜΜΕ

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ενημέρωση και την ψυχαγωγία του κοινού. Τα ΜΜΕ, παραδοσιακά και μη, διαθέτουν προς κατανάλωση ενημερωτικό και ψυχαγωγικό περιεχόμενο στο κοινό. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω της συγκεκριμένης υποεπνότητας, θα μάθουν να διακρίνουν το ενημερωτικό από το ψυχαγωγικό περιεχόμενο των Μέσων, αλλά και να αναγνωρίζουν άλλες υβριδικές μορφές περιεχομένου όπως η «ενημεροδιασκέδαση» (infotainment) ή το “edutainment”, που αφορά τον συνδυασμό εκπαίδευσης και διασκέδασης μαζί. Τα αμιγώς ενημερωτικά προγράμματα συνήθως περιλαμβάνουν καθαρή ενημέρωση, όπως είναι οι ειδήσεις (πολιτικές, οικονομικές, κοινωνικές κ.λπ.), αναλύσεις από ειδικούς επιστήμονες και αναλυτές, καθώς και ενημέρωση σχετικά με θέματα υγείας (π.χ. πανδημία) κ.ά. Από την άλλη πλευρά, παραδείγματα ψυχαγωγικού περιεχομένου μπορεί να είναι τα

editorial μόδας στα περιοδικά, οι μουσικές εκπομπές στο ραδιόφωνο, τα τηλεπαιχνίδια στην τηλεόραση, η μετάδοση παιχνιδιών μέσω livestreaming στο Διαδίκτυο κ.λπ.

Η εν λόγω εκπαιδευτική ενότητα προσφέρει τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για την καλύτερη κατανόηση του περιεχομένου των Μέσων. Με την απόκτηση αυτών των γνώσεων, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τις διαφορές ενημέρωσης και ψυχαγωγίας, όλες τις υβριδικές μορφές, τους στόχους του κάθε περιεχομένου, αλλά και τα κοινά στα οποία έкаστο απευθύνεται.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2004). *Εισαγωγή στη δημοσιογραφία. Τι πρέπει να γνωρίζουν οι άνθρωποι των Μέσων και τι πρέπει να αναμένει η κοινή γνώμη* (μτφρ. Ε. Μπαρτζινόπουλος). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
2. Σκλαβούνης, Ν. Γ. (1995). *Εισαγωγή στην επιστήμη της δημοσιογραφίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

Συμπληρωματικές

1. Nortz, N. (2008). *Το αλφαβητάρι των Μέσων* (μτφρ. Α. Αναγνώστου). Αθήνα: Εκδόσεις Σμίλη.
2. Δουατζής, Γ. (2010). *Περί Δημοσιογραφίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.

2.1.B • ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ ΣΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΙ ΝΕΑ ΜΕΣΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας με τίτλο «Ανάλυση δημοσιογραφικού λόγου στα παραδοσιακά και νέα μέσα» είναι να αναλύσει τον δημοσιογραφικό λόγο, απαραίτητο εργαλείο του/της δημοσιογράφου, στην έντυπη και ηλεκτρονική δημοσιογραφία. Στόχος του συγκεκριμένου μαθήματος είναι εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με τις ιδιαιτερότητες του γραπτού και προφορικού δημοσιογραφικού λόγου, καθώς και τις ιδιαιτερότητες της γραπτής έκφρασης. Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα διδαχθούν να ξεχωρίζουν τον δημοσιογραφικό λόγο από τα άλλα είδη λόγου και θα δοθεί έμφαση στη δομή, το λεξιλόγιο, τη χρήση συντακτικών και γραμματικών κανόνων, εκφράσεων κ.λπ. μέσα από παραδείγματα και μελέτες περίπτωσης.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τα είδη του δημοσιογραφικού λόγου,
- Περιγράφουν τα χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες του δημοσιογραφικού λόγου,
- Διακρίνουν τον επικοινωνιακό στόχο κάθε δημοσιογραφικού κειμένου,
- Γνωρίζουν τις διαφορές ανάμεσα στο ραδιοφωνικό, τηλεοπτικό, έντυπο και διαδικτυακό δημοσιογραφικό λόγο,
- Εντοπίζουν παθογένειες του δημοσιογραφικού λόγου, όπως είναι οι φράσεις «κλίσέ», οι κοινοτοπίες, οι επαναλήψεις και οι ψευδείς ειδήσεις (fake news) στα δημοσιογραφικά κείμενα,
- Ελέγχουν την αξιοπιστία της είδησης,
- Παρουσιάζουν δημοσιογραφικά ορθές πληροφορίες,
- Χρησιμοποιούν ορθά τον δημοσιογραφικό λόγο,
- Θέτουν τα όρια του δημοσιογραφικού λόγου,
- Υιοθετούν έναν δημοσιογραφικό τρόπο έκφρασης,
- Ενθαρρύνουν τη χρήση του δημοσιογραφικού λεξιλογίου.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Δημοσιογραφικός λόγος / Λειτουργίες δημοσιογραφικού λόγου / Είδη δημοσιογραφικού λόγου / Γραπτός λόγος / Ραδιοφωνικός λόγος / Τηλεοπτικός λόγος / Διαδικτυακός δημοσιογραφικός λόγος / Πλαισίωση / Μοντέλο πυλωρού / Καθορισμός ημερήσιας διάταξης.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΛΟΓΟ
2	ΕΙΔΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ
3	ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ
4	ΟΡΘΗ ΧΡΗΣΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ
5	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΣΕ ΕΝΤΥΠΟ, ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
6	ΟΡΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

Κείμενο αναφοράς

2.1.B.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΛΟΓΟ

Στην εισαγωγική μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τον δημοσιογραφικό λόγο ως τυπολογικό χαρακτηρισμό και μαθαίνουν να τον ξεχωρίζουν από τα άλλα είδη λόγου. Αναγνωρίζουν τα βασικά χαρακτηριστικά του δημοσιογραφικού λόγου που είναι η έρευνα, η αντικειμενικότητα, η διακειμενικότητα, η σφαιρικότητα, η αμεσότητα κ.ά. Επίσης, κατανοούν τις ιδιαιτερότητες που έχει ο δημοσιογραφικός λόγος ως είδος δημόσιου λόγου που διέπεται από επαγγελματικές αρχές. Στο πλαίσιο αυτό, αναγνωρίζουν την πολιτιστική και εκπαιδευτική σημασία που έχει για το κοινωνικό σύνολο καθώς και τις αιτίες που καθιστούν την παραγωγή του λειτούργημα. Κατανοούν την επιρροή που είχε ο δημοσιογραφικός λόγος στη διαμόρφωση της εθνικής γλώσσας, την καθιέρωση κουλτούρας και την άτυπη εκπαίδευση.

Ο δημοσιογραφικός λόγος ως προϊόν διαμεσολαβημένης επικοινωνίας αποτελεί τον συνδετικό κρίκο μεταξύ ιδιωτικής και δημόσιας σφαίρας, αλλά και μια μορφή κοινωνικοποίησης. Σε αντίθεση με τη διαπροσωπική επικοινωνία που αποτελεί μια άμεση μορφή συνομιλίας, η διαμεσολαβημένη επικοινωνία είναι πιο περίπλοκη. Οι καταρτιζόμενοι/-ες μαθαίνουν να αναγνωρίζουν τις ιδιαιτερότητες που προκύπτουν από τη διαμεσολαβητική λειτουργία (χρήση τεχνολογίας, παραγωγή περιεχομένου με συγκεκριμένο στόχο, παραγωγή προϊόντος προς κατανάλωση, μαζική απεύθυνση, χρήση τεχνολογικών μέσων κ.λπ.)

Μετά το τέλος αυτής της μαθησιακής υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να κατανοήσουν τον θεσμικό και διαμεσολαβητικό ρόλο της δημοσιογραφίας και τις ιδιαιτερότητες που προκύπτουν από αυτόν.

2.1.B.2 | ΕΙΔΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

Στόχος της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας είναι να εξοικειώσει τους καταρτιζόμενους/-ες με τις βασικές τυπολογίες του δημοσιογραφικού λόγου. Αρχικά, εξοικειώνονται με τους βασικούς στόχους του δημοσιογραφικού λόγου: ενημέρωση, εκπαίδευση, ψυχαγωγία, επιμόρφωση, ευαισθητοποίηση, επαλήθευση είδησης, πειθώ κ.λπ. Στη συνέχεια, μελετούν τις τυπολογίες δημοσιογραφικού λόγου. Μια από τις πιο δημοφιλείς διακρίσεις είναι αυτή του Χατζησαββίδη (1999), ο οποίος διακρίνει τέσσερα είδη: τον σχολιαστικό λόγο, τον ειδησεογραφικό λόγο, τον λόγο της συνέντευξης και τον λόγο των τίτλων. Κάθε είδος αναλύεται και εξετάζεται διεξοδικά μέσω παραδειγμάτων. Διακρίνεται ο επικοινωνιακός στόχος κάθε είδους και μελετώνται ομοιότητες και διαφορές.

Στη συνέχεια, μελετώνται τα βασικά είδη δημοσιογραφικών κειμένων που εμπίπτουν σε αυτές τις κατηγορίες: το ρεπορτάζ, το φωτορεπορτάζ, η συνέντευξη, το χρονογράφημα, η γελοιογραφία, το άρθρο γνώμης και η κριτική. Οι καταρτιζόμενοι/-ες διακρίνουν τις κειμενολογικές και υφολογικές ιδιαιτερότητες κάθε είδους

κειμένου. Αντιλαμβάνονται πότε επιλέγεται κάθε είδος δημοσιογραφικού λόγου και πώς η επιλογή αυτή συνδέεται με την επικοινωνιακή πρόθεση του/της δημοσιογράφου που μπορεί να είναι να ενημερώσει, να ψυχαγωγήσει, να εκπαιδεύσει, να πείσει κ.λπ. Κατανοούν γιατί στον ειδησεογραφικό λόγο το ύφος είναι ουδέτερο και απρόσωπο, στον σχολιαστικό προσωπικό, στους τίτλους ελλειπτικό κ.λπ.

Ως μελέτη περίπτωσης, συνίσταται οι καταρτιζόμενοι/-ες να εστιάσουν την προσοχή τους στην ανάλυση του λόγου των τίτλων και της εισαγωγής ενός τηλεοπτικού ρεπορτάζ ή μιας τηλεοπτικής συνέντευξης βασιζόμενοι/-ες στις κατευθυντήριες γραμμές του πολίτη (βλ. βιβλιογραφία).

Μετά το τέλος αυτής της ενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τα είδη του δημοσιογραφικού λόγου και να διακρίνουν τον επικοινωνιακό στόχο κάθε δημοσιογραφικού κειμένου.

2.1.B.3 | ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες κατανοούν, επίσης, σημαντικές θεωρίες που αφορούν τις λειτουργίες του δημοσιογραφικού λόγου, όπως είναι η πλαίσίωση, το μοντέλου του πυλωρού και η διαμόρφωση της ημερήσιας διάταξης.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες αντιλαμβάνονται πώς ο δημοσιογραφικός λόγος έχει τη δύναμη να επηρεάζει την κοινή γνώμη, ελέγχοντας τη ροή των πληροφοριών και φιλτράροντας τις πληροφορίες που θα συζητηθούν στην ημερήσια διάταξη.

Επίσης, ο δημοσιογραφικός λόγος θέτει το πλαίσιο μέσα στο οποίο παρουσιάζεται μια είδηση, δίνοντας έμφαση σε ορισμένες πτυχές και υποβαθμίζοντας άλλες. Η πλαίσίωση επηρεάζει σημαντικά την αντίληψη του κοινού και την κατανόηση των ειδήσεων. Οι καταρτιζόμενοι/-ες διακρίνουν ότι ο/η δημοσιογράφος μπορεί να ασκήσει μεγάλη επιρροή τόσο με αυτά που παραλείπει όσο και με αυτά που επιλέγει να αναφέρει. Κατανοούν, επίσης, τις δεξιότητες που απαιτούνται για τη διαχείριση και οργάνωση πολλών φωνών (πολυφωνία) σε ένα δημοσιογραφικό προϊόν.

Αφού κατανοήσουν τη στρατηγική πίσω από τον καθορισμό της ημερήσιας διάταξης, καλούνται να αναλύσουν συγκεκριμένα παραδείγματα (π.χ. τα δελτία ειδήσεων της ημέρας). Αφού εντοπίσουν τις ομοιότητες και τις διαφορές στην κατανομή των ειδήσεων στα βραδινά τηλεοπτικά δελτία, είναι σε θέση να απариθμήσουν τις αιτίες διαφοροποίησης, αλλά και ομοιογένειας μεταξύ τους.

Μετά το τέλος της μαθησιακής υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να διακρίνουν την επικοινωνιακή λειτουργία κάθε δημοσιογραφικού προϊόντος. Θα μπορούν, επίσης, να περιγράφουν το πλαίσιο μέσα στο οποίο παράγεται κάθε είδηση και να διακρίνουν το φίλτρο συμπερίληψης ή παράλειψης συγκεκριμένων πληροφοριών.

2.1.B.4 | ΟΡΘΗ ΧΡΗΣΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να χρησιμοποιούν ορθά τον δημοσιογραφικό λόγο. Ως προς τη μορφή, ο δημοσιογραφικός

λόγος είναι συνήθως απρόσωπος, καθώς αποτελεί προϊόν συλλογικής εργασίας. Οι καταρτιζόμενοι/-ες κατανοούν τις αιτίες που οι δημοσιογράφοι δεν γράφουν σε πρώτο πρόσωπο.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες κατανοούν την αναγκαιότητα της χρήσης λαϊκής γλώσσας, χωρίς γλωσσικούς εντυπωσιασμούς και λόγιες λέξεις. Επίσης, αντιλαμβάνονται τη συνετή χρήση των σημείων στίξεων, αλλά και των επιθετικών προσδιορισμών. Μαθαίνουν να αποφεύγουν τις υπερβολικές εκφράσεις και τα κλισέ, να φροντίζουν ώστε να παραθέτουν συγκεκριμένες πληροφορίες και όχι αφηρημένες έννοιες αλλά και να αποφεύγουν ευφημισμούς. Ακόμα, κατανοούν τον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζουν τις τοπικές διαλέκτους και τη ντοπιολαλιά κάθε συνεντευξιζόμενου/-ης στην απόδοση μιας συνέντευξης ή τη συγγραφή ενός ρεπορτάζ. Μαθαίνουν πώς να διαχειρίζονται ξενόγλωσσους όρους (π.χ. ορολογίες αθλημάτων). Μέσω της παρουσίασης συγκεκριμένων παραδειγμάτων, εμπεδώνουν τον τρόπο με τον οποίο χρειάζεται να διαχειρίζονται τέτοιες προκλήσεις.

Εξοικειώνονται με το να γράφουν σε γεγονотικό ύφος (factual style) αποφεύγοντας τα έμμεσα σχόλια που κρύβουν τα κοσμητικά επίθετα, τα σημεία στίξεως, οι υπερβολικές εκφράσεις.

Μετά το τέλος αυτής της ενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να υιοθετούν έναν δημοσιογραφικό τρόπο έκφρασης και να εντοπίζουν παθογένειες του δημοσιογραφικού λόγου, όπως είναι οι φράσεις «κλισέ», οι κοινοτοπίες και οι επαναλήψεις στα δημοσιογραφικά κείμενα.

2.1.B.5 | ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΣΕ ΕΝΤΥΠΑ, ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα έχει στόχο να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με τις διαφορές ανάμεσα στο ραδιοφωνικό, τηλεοπτικό και έντυπο δημοσιογραφικό λόγο.

Αντιλαμβάνονται ότι για τον έντυπο Τύπο, ο περιορισμός στη χρήση λέξεων δημιουργεί συγκεκριμένες υπολογικές απαιτήσεις. Επίσης, μέσω παραδειγμάτων, κατανοούν ότι ο γραπτός δημοσιογραφικός λόγος έχει επίσημο, σαφές και ελλειπτικό ύφος. Για τον λόγο αυτόν, η βασική τεχνική συγγραφής ενός ρεπορτάζ είναι αυτή της ανεστραμμένης πυραμίδας: Οι σημαντικές πληροφορίες έρχονται πρώτα, ακολουθούμενες από λεπτομέρειες με φθίνουσα σειρά σπουδαιότητας. Κατανοούν επίσης τη σημασία των επικεφαλίδων και των υποτίτλων. Είναι απαραίτητο να συνοδεύουν κάθε κείμενο για να τραβήξουν την προσοχή του/της αναγνώστη/-τριας. Το ίδιο συμβαίνει και με τη χρήση εικόνων.

Στην τηλεόραση και στο ραδιόφωνο, ο λόγος είναι περισσότερο προφορικός παρά επίσημος και απρόσωπος. Οι καταρτιζόμενοι/-ες κατανοούν τη σημασία της παρουσίασης στο ραδιόφωνο με γλαφυρό και περιγραφικό ύφος. Επίσης, εντοπίζουν τη σπουδαιότητα της σωστής εκφοράς του λόγου, του κατάλληλου ρυθμού, του σωστού τονισμού και της παύσης. Αναφορικά με την τηλεόραση, κατανοούν πώς η παρουσία

της εικόνας απαιτεί διαφορετική χρήση του δημοσιογραφικού λόγου. Ο δημοσιογραφικός λόγος συνοδεύεται από την εικόνα η οποία αποτελεί μέρος της αφήγησης όπως και τα αντίστοιχα οπτικά εφέ. Οι καταρτιζόμενοι/-ες παρατηρούν, μέσω παραδειγμάτων, ότι εκτός από τη σωστή εκφορά του λόγου, στον τηλεοπτικό δημοσιογραφικό λόγο σημασία έχει τόσο η κατάλληλη παρουσίαση όσο και η μη λεκτική επικοινωνία.

Μετά το τέλος αυτής της ενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να αντιλαμβάνονται τις ιδιαιτερότητες του δημοσιογραφικού λόγου και να υιοθετούν το κατάλληλο ύφος ανάλογα με το μέσο που εργάζονται.

2.1.B.6 | ΟΡΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

Η τελευταία μαθησιακή υποενότητα έχει στόχο να ενισχύσει τις ικανότητες κριτικής ανάλυσης του δημοσιογραφικού λόγου. Οι καταρτιζόμενοι/-ες καλούνται να συνδέσουν τη δημοσιογραφική πρακτική με τη θεωρητική βάση που απέκτησαν αναφορικά με τον δημοσιογραφικό λόγο. Στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, κατανοούν ότι η ορθή χρήση του δημοσιογραφικού λόγου συνοδεύεται με προκλήσεις και περιορισμούς. Αντιλαμβάνονται ότι ο δημόσιος λόγος συμβάλλει στη διαπαιδαγώγηση και τη δημιουργία κοινωνικών συνθηκών και γι' αυτό συνεπάγεται καθήκοντα και ευθύνες.

Αναγνωρίζουν τη σημασία της σύνθεσης και της επαλήθευσης των ειδήσεων αλλά και τη σημασία της πολυφωνίας στον δημοσιογραφικό λόγο. Καλούνται να ερευνήσουν την έλλειψη πολυφωνίας στην ελληνική δημοσιογραφία αλλά και να μελετήσουν παραδείγματα μονόπλευρων ρεπορτάζ που δεν παρουσιάζουν σφαιρικά την είδηση.

Στο πλαίσιο αυτής της ενότητας, εκπαιδούνται στη χρήση δημοσιογραφικού λόγου για ειδικά θέματα, όπως είναι η αναφορά σε άτομα με αναπηρία, η αναφορά σε ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες, η αναφορά σε θέματα υγείας, η αναφορά στην αυτοκτονία κ.λπ. Επίσης, οι καταρτιζόμενοι/-ες μαθαίνουν να εντοπίζουν και να απορρίπτουν τον δημοσιογραφικό λόγο που ενισχύει κοινωνικές, έμφυλες, φυλετικές, εθνικές διακρίσεις ή προκαταλήψεις. Μέσω της παράθεσης παραδειγμάτων από την ελληνική δημοσιογραφική πρακτική, μαθαίνουν να διακρίνουν περιπτώσεις κακής πρακτικής δημοσιογραφικού λόγου και να αναγνωρίζουν τις επιπτώσεις που είχαν στο κοινωνικό σύνολο.

Στο πλαίσιο της ανάπτυξης κριτικών δεξιοτήτων, μελετούν και συζητούν με κριτική ματιά την ελευθεροστομία και την ελευθερία της έκφρασης. Για την ανάπτυξη των επιχειρημάτων τους, συνίσταται να μελετήσουν τον Κώδικα Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας της ΕΣΗΕΑ και να αναπτύξουν συγκεκριμένα επιχειρήματα.

Μετά το τέλος αυτής της ενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι πλέον σε θέση να αντιληφθούν τις παθογένειες του δημοσιογραφικού λόγου και να εντοπίσουν τα όριά του.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Παυλίδης, Γ. (2019). *Δημοσιογραφικός λόγος και τεχνικές δημοσιογραφικής γραφής*. Λευκωσία: Εκδόσεις Ηλία Επιφανίου.
2. Χατζησαββίδης Σ. (1999). *Ελληνική Γλώσσα και Δημοσιογραφικός Λόγος*. Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.

Συμπληρωματικές

1. Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών. *Αρχές Δεοντολογίας Δημοσιογραφικού Επαγγέλματος*. Ανακτήθηκε από: <https://www.esiea.gr/kodikas-deontologias/arxes-deontologias-dimosiografikoy/>
2. Πολίτης, Π. (χ.χ.). *Τηλεοπτικός δημοσιογραφικός λόγος*. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα. Ανακτήθηκε από: <https://opencourses.gr/opencourse.xhtml?id=15789&ln=el>

2.1.Γ • ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα με τίτλο «Εισαγωγή στην επικοινωνία» στόχο έχει την περιγραφή του φαινομένου της επικοινωνίας μέσα από διάφορες προσεγγίσεις. Στόχος είναι η εξοικείωση των καταρτιζομένων με τις βασικές θεωρίες και τα μοντέλα επικοινωνίας που χρησιμεύουν στον/στη δημοσιογράφο προκειμένου να ασκεί αποτελεσματικότερα το επάγγελμά του/της. Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος, θα γίνει περιγραφή της διαδικασίας της επικοινωνίας, ενώ θα αναλυθούν και τα συστατικά στοιχεία από τα οποία αποτελείται η επικοινωνιακή διαδικασία. Για την πιο αποτελεσματική κατανόηση των θεωριών και των μοντέλων επικοινωνίας, καθώς και των ποικίλων τεχνικών επικοινωνίας θα χρησιμοποιηθούν ενδεδειγμένες μελέτες περίπτωσης και παραδείγματα, ενώ ταυτόχρονα θα δοθεί στους/στις καταρτιζόμενους/-ες η δυνατότητα να αναπτύξουν την κριτική τους ικανότητα γύρω από τους διάφορους σκοπούς της επικοινωνίας.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τους διαφορετικούς σκοπούς της επικοινωνίας (πειστικός, ενημερωτικός κ.λπ.),
- Γνωρίζουν τις βασικές θεωρίες επικοινωνίας και τα μοντέλα επικοινωνίας που σχετίζονται με την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος,

- Περιγράφουν τη διαδικασία/ροή της επικοινωνίας,
- Εξηγούν με σαφήνεια το φαινόμενο της επικοινωνίας,
- Κατασκευάζουν μοντέλα επικοινωνίας,
- Ελέγχουν τον ρόλο όλων των συμμετεχόντων σε μια επικοινωνιακή διαδικασία (πομπός, δέκτης, μήνυμα, μέσο κ.λπ.),
- Χρησιμοποιούν επικοινωνιακές έννοιες (π.χ. ανατροφοδότηση, επικοινωνιακός θόρυβος),
- Εφαρμόζουν στην πράξη ένα επικοινωνιακό μοντέλο,
- Οργανώνουν με επαγγελματικό τρόπο την «επικοινωνία» γύρω από την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος,
- Διερωτώνται για τις διάφορες μορφές της επικοινωνίας,
- Προτίθενται να χρησιμοποιήσουν διαφορετικές επικοινωνιακές πρακτικές κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος,
- Αποδέχονται την ισοτιμία όλων των μερών μιας επικοινωνιακής διαδικασίας.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Επικοινωνία / Θεωρίες / Μοντέλα / Πομπός / Δέκτης / Μήνυμα / Δίαυλος / Τεχνικές / Διαδικασία / Ανάδραση / Θόρυβος / ΜΜΕ.

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
2	ΣΚΟΠΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
3	ΘΕΩΡΙΕΣ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
4	ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
5	ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ
6	ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΜΟΝΤΕΛΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
7	ΣΧΕΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Κείμενο αναφοράς

2.1.Γ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Στην υποενότητα με τίτλο «Εισαγωγή στο φαινόμενο της επικοινωνίας», ορίζεται το επικοινωνιακό φαινόμενο. Η επικοινωνία αφορά γενικά τη μετάδοση πληροφοριών, ιδεών, στάσεων, πεποιθήσεων, συναισθημάτων κ.ά. από ένα πρόσωπο σε ένα άλλο (ή άλλους), κυρίως διαμέσου συμβόλων. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στην εν λόγω υποενό-

τητα, θα μάθουν τι είναι η επικοινωνία, ερχόμενοι/-ες σε επαφή με τους διάφορους ορισμούς που υπάρχουν στη βιβλιογραφία, ενώ ταυτόχρονα θα εξερευνήσουν όλους τους λόγους που συντελούν στο επικοινωνιακό φαινόμενο. Η επικοινωνία είναι μια φυσική ανάγκη του ανθρώπου. Μέσω της επικοινωνίας ορίζουμε τον εαυτό μας, τους άλλους και το περιβάλλον μας. Ο άνθρωπος χρησιμοποιεί την επικοινωνία για λόγους κοινωνικοποίησης, για πρακτικούς λόγους κ.λπ.

Η παρούσα υποενότητα ασχολείται, επίσης, με τα είδη της επικοινωνίας και συγκεκριμένα την ατομική, τη διαπροσωπική επικοινωνία και τη μαζική επικοινωνία. Έμφαση δίνεται στη μαζική επικοινωνία, καθώς η μελέτη της μαζικής επικοινωνίας είναι μία από τις επικοινωνιακές διαδικασίες που επιτελούνται στο πλαίσιο της κοινωνίας. Σε αυτή την υποενότητα, επίσης, αναφορά θα γίνει και στην έρευνα στον χώρο της μαζικής επικοινωνίας, η οποία ξεκινάει στις αρχές του 20ού αιώνα λόγω των μεγάλων επιδράσεων των Μέσων σε πολιτικό, κοινωνικό και ηθικό επίπεδο. Επιπλέον, θα αναλυθεί η έννοια της μάζας και η διαφορά της από το μαζικό κοινό, καθώς και ο όρος «κοινή γνώμη».

Στόχος της παρούσας υποενότητας είναι οι καταρτιζόμενοι/-ες να αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες που θα τους/τις επιτρέπουν να λειτουργούν αποτελεσματικά είτε με την ιδιότητα του/της πολίτη είτε του/της επαγγελματία δημοσιογράφου στο σύνθετο επικοινωνιακό περιβάλλον.

2.1.Γ.2 | ΣΚΟΠΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η συγκεκριμένη υποενότητα εστιάζεται στην παρουσίαση των πολλαπλών σκοπών της επικοινωνίας με στόχο οι καταρτιζόμενοι/-ες να αντιληφθούν τη χρησιμότητα της επικοινωνίας και να την κατανοήσουν βαθύτερα. Η επικοινωνία είναι ένα βασικό στοιχείο της ανθρώπινης ζωής και χρησιμοποιείται τόσο για την ενημέρωση όσο και την ψυχαγωγία του ανθρώπου. Αναφορικά με την ενημέρωση, βασικός σκοπός της επικοινωνίας είναι η ανταλλαγή πληροφοριών, ενώ σε σχέση με τη διασκέδαση και την ψυχαγωγία, η επικοινωνία χρησιμοποιείται για χαλάρωση, κοινωνικοποίηση κ.λπ. μέσω της μουσικής, του κινηματογράφου, του βιβλίου κ.ά.

Ακόμη, η επικοινωνία είναι απαραίτητη για τη δημιουργία και τη διατήρηση κοινωνικών σχέσεων. Χρησιμοποιείται, επίσης, για την επίλυση προβλημάτων, καθώς οι άνθρωποι μέσω της επικοινωνίας συζητούν, συνεργάζονται και διαπραγματεύονται προκειμένου να βρουν λύσεις σε προβλήματα και προκλήσεις. Η επικοινωνία, επίσης, επιτρέπει στους ανθρώπους να εκφράζουν τις σκέψεις τους, τις ανησυχίες τους, τα συναισθήματά τους, να επικοινωνούν τα μηνύματά τους, γεγονός που τα τελευταία χρόνια μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης γίνεται πολύ πιο διευρυμένα. Επιπλέον, η επικοινωνία χρησιμοποιείται για να επηρεάσει την άποψη, τη γνώμη, τις στάσεις και τη συμπεριφορά των ανθρώπων. Τέτοιες εκφάνσεις της επικοινωνίας συναντάμε στη διαφήμιση, το μάρκετινγκ, την πολιτική ή θρησκευτική προπαγάνδα και εν γένει στα μηνύματα πειθούς.

Συνοψίζοντας, η εκπαιδευτική υποεπάρκεια επιδιώκει να καταρτίσει τους καταρτιζόμενους/-ες με τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες ώστε αυτοί/-ές να είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τον σκοπό των μηνυμάτων επικοινωνίας.

2.1.Γ.3 | ΘΕΩΡΙΕΣ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Στην παρούσα υποεπάρκεια, θα παρουσιαστούν οι βασικές θεωρίες επικοινωνίας και τα πιο γνωστά μοντέλα επικοινωνίας. Αρχικά, θα δοθεί στους/στις καταρτιζόμενους/-ες η επεξήγηση τι σημαίνει ο όρος «μοντέλο επικοινωνίας» και ποια η χρήση του. Στην εν λόγω υποεπάρκεια, θα γίνει προσπάθεια επεξήγησης της ανθρώπινης επικοινωνίας. Ξεκινώντας από το απλό βασικό μαθηματικό μοντέλο το οποίο περιγράφει την επικοινωνία χρησιμοποιώντας έννοιες όπως είναι ο πομπός, ο δέκτης, το μήνυμα, ο δίαυλος/κανάλι επικοινωνίας, η ανάδραση κ.ά., οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τη διαδικασία απεικόνισης της επικοινωνιακής διαδικασίας.

Στο πλαίσιο αυτής της υποεπάρκειας, θα γίνει αναφορά και στα χαρακτηριστικά της μαζικής επικοινωνίας, η οποία είναι ασύμμετρη, απρόσωπη και έχει τυποποιημένο χαρακτήρα. Ανά τα χρόνια, όσο πιο πολύπλοκη γινόταν η διαδικασία της επικοινωνίας τόσο προέκυπτε η ανάγκη για ανάπτυξη των μοντέλων επικοινωνίας. Σημαντικό σημείο της υποεπάρκειας αποτελεί και η ανάλυση του γραμμικού μοντέλου του Lasswell (φόρμουλα του Lasswell), καθώς και άλλων επικοινωνιακών μοντέλων, όπως το μοντέλο επικοινωνίας του Gerbner. Ακόμη, αντικείμενο της υποεπάρκειας αποτελεί η παρουσίαση των βασικών επικοινωνιακών θεωριών όπως η θεωρία των χρήσεων και ικανοποιήσεων, η θεωρία της πλαίσιωσης των μηνυμάτων, η θεωρία της ατζέντας των μέσων κ.ά.

Συνολικά, αυτή η εκπαιδευτική υποεπάρκεια επιδιώκει να παράσχει τις απαραίτητες γνώσεις στους/στις καταρτιζόμενους/-ες σχετικά με τις βασικές θεωρίες επικοινωνίας και τα κυρίαρχα μοντέλα. Αυτές οι γνώσεις θα αποτελέσουν τη βάση για την αποτελεσματική άσκηση του επαγγέλματος του επικοινωνιολόγου – δημοσιογράφου στο μέλλον.

2.1.Γ.4 | ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Στην παρούσα υποεπάρκεια, παρουσιάζονται και αναλύονται όλα τα στάδια μιας επικοινωνιακής διαδικασίας. Η διαδικασία επικοινωνίας αποτελείται από διάφορα βήματα που συνδέονται μεταξύ τους και διευκολύνουν την ανταλλαγή πληροφοριών και μηνυμάτων μεταξύ ατόμων και ομάδων. Αρχικά, ένας/μία αποστολέας αποφασίζει να μεταφέρει ένα μήνυμα ή μια πληροφορία. Ο/Η αποστολέας είναι υπεύθυνος/-η για τον σχεδιασμό του μηνύματος και λαμβάνει όλες τις αποφάσεις σχετικά με το περιεχόμενο αυτού. Επομένως, αποφασίζει τι θα πει, σε ποιους και με ποιον τρόπο θα αποστείλει το μήνυμά του. Τέτοιες αποφάσεις καλούνται να λαμβάνουν καθημερινά οι δημοσιογράφοι και οι επικοινωνιολόγοι. Αυτού του είδους οι αποφάσεις κρίνονται ιδιαίτερα κρίσιμες για την επιτυχία ή την αποτυχία ενός μηνύματος. Σημαντικά στά-

δια στις επικοινωνιακές διαδικασίες αποτελούν οι φάσεις κωδικοποίησης και αποκωδικοποίησης των μηνυμάτων.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα γνωρίσουν ότι ένα μήνυμα αρχικά κωδικοποιείται από τον/την αποστολέα, δηλαδή ο/η ίδιος/-α μετατρέπει τις σκέψεις του/της σε μορφή που μπορεί να μεταφερθεί μέσω της επικοινωνίας (λέξεις, εικόνες, φωνή) και στη συνέχεια ο/η αποδέκτης αποκωδικοποιεί το μήνυμα, προσπαθεί δηλαδή να κατανοήσει το περιεχόμενο και τη σημασία του. Η διαδικασία της αποκωδικοποίησης μπορεί να περιλαμβάνει την ερμηνεία λέξεων, συναισθημάτων, ιδεών, εικόνων, χρωμάτων και οποιασδήποτε άλλης πληροφορίας που εντοπίζεται στο μήνυμα.

Σκοπός της εν λόγω υποενότητας είναι να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με τις επικοινωνιακές διαδικασίες και να τις αντιληφθούν πλήρως παρά την πολυπλοκότητά τους, ώστε να είναι σε θέση και οι ίδιοι/-ες να σχεδιάσουν αποτελεσματικά μηνύματα επικοινωνίας.

2.1.Γ.5 | ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ

Η εν λόγω υποενότητα συμβάλλει στην αποσαφήνιση των κυριότερων επικοινωνιακών εννοιών με στόχο να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με την ορολογία της επικοινωνίας και την καλύτερη κατανόηση των θεωριών επικοινωνίας, των μοντέλων επικοινωνίας, των διαδικασιών και των πρακτικών επικοινωνίας. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν να διαχωρίζουν ποιος είναι ο πομπός και ποιος ο δέκτης των μηνυμάτων επικοινωνίας, ποια είναι η σχέση μεταξύ τους, τι εννοούμε με τον όρο «επικοινωνιακό περιβάλλον», τι σημαίνει «κωδικοποίηση» και «αποκωδικοποίηση» μηνύματος, ποια είναι τα σύμβολα στην επικοινωνιακή διαδικασία, τι είναι η «ανάδραση», ποιος είναι ο επικοινωνιακός «θόρυβος» και τι περιλαμβάνει, ποια είναι η διαμεσολαβημένη και ποια η μη διαμεσολαβημένη επικοινωνία, ποια είδη επικοινωνίας περιλαμβάνει η «επικοινωνιακή πυραμίδα» κ.ά.

Επίσης, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν να διαχωρίζουν τη «γραμμική επικοινωνία» από τη μη γραμμική, καθώς επίσης ποια είναι τα «σύγχρονα» και ποια τα «ασύγχρονα» μέσα επικοινωνίας. Συνοψίζοντας, παρέχεται λεπτομερής επισκόπηση των κυριότερων εννοιών που χρησιμοποιούνται στην επιστήμη της επικοινωνίας και αναλύεται τόσο το περιεχόμενο και το νόημά τους όσο και οι πρακτικές τους εφαρμογές. Στόχος είναι οι καταρτιζόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με τη συγκεκριμένη ορολογία ώστε να κατανοούν καλύτερα το περιεχόμενο όλης της ενότητας, αλλά και να αποκτήσουν όλες τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για τη μελλοντική τους απασχόληση στον τομέα της επικοινωνίας.

2.1.Γ.6 | ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΜΟΝΤΕΛΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η υποενότητα με τίτλο «Πρακτικές εφαρμογές μοντέλων επικοινωνίας» περιλαμβάνει την εξάσκηση των καταρτιζομένων πάνω σε παραδείγματα και μελέτες περίπτωσης που βασίζονται σε μοντέλα επικοινωνίας. Με άλλα λόγια, μέσω της συγκε-

κριμένης υποεπινότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα ανακαλύψουν και τις πρακτικές εφαρμογές των θεωριών και των μοντέλων επικοινωνίας, κυρίως στον χώρο της δημοσιογραφίας, αλλά και στη διαφήμιση, το μάρκετινγκ, τις δημόσιες σχέσεις, την πολιτική επικοινωνία κ.λπ. Θα αποκτήσουν εμπειρία στο πώς μια σχηματοποιημένη διαδικασία επικοινωνίας μπορεί να εφαρμοστεί στην περίπτωση της προεκλογικής καμπάνιας ενός πολιτικού κόμματος, σε μια ενέργεια εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μίας εταιρείας ή ενός οργανισμού, στην προώθηση ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας, αλλά και στη συγγραφή και δημοσίευση δημοσιογραφικών κειμένων, όπως το ρεπορτάζ και το άρθρο γνώμης.

Επιπλέον, θα έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν παραδείγματα από τα διαφορετικά είδη της επικοινωνίας (ατομική, διαπροσωπική, επιχειρησιακή, πολυπολιτισμική, μαζική) τα οποία θα αντλούνται από τον διεθνή και εγχώριο Τύπο. Επιπρόσθετα παραδείγματα μπορούν να αφορούν την ανάδραση του κοινού σε ένα μήνυμα επικοινωνίας. Συνολικά, η παρούσα εκπαιδευτική υποεπινότητα επιδιώκει να παράσχει τις απαραίτητες γνώσεις για την ερμηνεία και την κατανόηση πάσης φύσεως επικοινωνιακών μηνυμάτων από τους/τις καταρτιζόμενους/-ες, αλλά και τις απαραίτητες δεξιότητες για τον σχεδιασμό μηνυμάτων επικοινωνίας, τα οποία άλλοτε θα στοχεύουν στην πειθώ και άλλοτε στην ενημέρωση του κοινού.

2.1.Γ.7 | ΣΧΕΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Σκοπός της παρούσας υποεπινότητας είναι να διερευνήσει τη σχέση ανάμεσα στη δημοσιογραφία και την επικοινωνία. Η θεωρία της επικοινωνίας έχει ταυτιστεί με τη μελέτη των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας. Τα ΜΜΕ γενικά αποτελούν φαινόμενο του 20ού αιώνα. Είναι μια βιομηχανία που συνεχώς εξελίσσεται, καθώς δημιουργούνται νέες ανάγκες, νέες υπηρεσίες και προϊόντα και κατ' επέκταση νέες θέσεις εργασίας. Σκοπός της παρούσας υποεπινότητας είναι να αναλύσει τη σχέση επικοινωνίας και δημοσιογραφίας στο σύγχρονο επικοινωνιακό περιβάλλον, το οποίο μεταξύ άλλων χαρακτηρίζεται από ταχύτητα, εξέλιξη και νέες τεχνολογίες. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν ότι μελετάμε την επικοινωνία κυρίως λόγω της πεποίθησης ότι τα επικοινωνιακά μηνύματα ασκούν επιρροή, κατά περίπτωση μεγάλη ή μικρή, στα μέλη του κοινού.

Η επικοινωνία χρησιμοποιεί τα ΜΜΕ για τη μετάδοση των μηνυμάτων της. Τα ΜΜΕ με τη σειρά τους αποτελούν πεδίο έκφρασης της δημόσιας ζωής και συμβάλλουν στην ενημέρωση, στην ψυχαγωγία, στην εκπαίδευση, στον πολιτισμό, στη δημοκρατία κ.λπ. Επομένως, είναι πολύ σημαντικό να μελετάμε την επικοινωνία δεδομένου ότι τα ΜΜΕ έχουν χαρακτηριστεί ως η Τέταρτη εξουσία, διαθέτουν δύναμη και επιρροή και συντελούν σε κοινωνικές αλλαγές. Συνολικά, αυτή η εκπαιδευτική υποεπινότητα επιδιώκει να παράσχει τις απαραίτητες γνώσεις για τη συνειδητοποίηση του ρόλου της επικοινωνίας στα ΜΜΕ και την ερμηνεία της σχέσης επικοινωνίας και δημοσιογραφίας, δεδομένης της επιδραστικότητας των επικοινωνιακών μηνυμάτων.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. McQuail, D. (2003). *Η θεωρία της μαζικής επικοινωνίας για τον 21ο αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
2. McQuail, D. & Dueze, M. (2022). *ΜΜΕ και θεωρία της μαζικής επικοινωνίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου.

Συμπληρωματικές

1. Ramonet, I. (2011). *Η έκρηξη της δημοσιογραφίας. Από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στη μαζικότητα των μέσων ενημέρωσης* (μτφρ. Θ. Τσαπακίδης). Αθήνα: Εκδόσεις του Εικοστού Πρώτου.
2. Βρετός, Α. Σ. & Παπαγιαννίδης, Δ. Α. (2016). *Επιστήμες του ανθρώπου και επικοινωνία – δημοσιογραφία*. Αθήνα: Μεταμεσονύκτιες Εκδόσεις.

2.1.Δ • ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα «Εισαγωγή στο ρεπορτάζ» στόχο έχει να εισαγάγει τους καταρτιζόμενους/-ες στις βασικές αρχές, τις προϋποθέσεις και τις τεχνικές του ρεπορτάζ. Στο πλαίσιο του μαθήματος, θα εξεταστούν ζητήματα όπως οι δημοσιογραφικές πηγές και ο έλεγχος της αξιοπιστίας τους, η τεχνική συγγραφής του ρεπορτάζ, ο εντοπισμός της είδησης και ο τρόπος παρουσίασής της, ανάλογα με το μέσο προβολής. Επίσης, μέσω του συγκεκριμένου μαθήματος οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν τη δυνατότητα να αναλύσουν και να κατανοήσουν τη σύγχρονη δημοσιογραφική επικαιρότητα και να αντιληφθούν τον τρόπο με τον οποίο καθορίζεται η ημερήσια δημοσιογραφική ατζέντα. Ακόμη, σκοπός της εν λόγω μαθησιακής ενότητας είναι οι ίδιοι/-ες οι καταρτιζόμενοι/-ες να μπορούν να αναδεικνύουν θέματα με δημοσιογραφικό και ειδησεογραφικό ενδιαφέρον.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Γνωρίζουν τα μέρη από τα οποία αποτελείται ένα ρεπορτάζ,
- Αναγνωρίζουν τα διαφορετικά είδη και τις κατηγορίες ρεπορτάζ,
- Κατηγοριοποιούν τα ρεπορτάζ ανάλογα με το θέμα και τον στόχο τους,
- Συγκρίνουν τα διάφορα είδη και τις κατηγορίες ρεπορτάζ,
- Παράγουν ειδήσεις και γεγονότα με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον,
- Συντάσσουν μια δημοσιογραφική εισαγωγή (lead),

- Χρησιμοποιούν τις βασικές δημοσιογραφικές πηγές,
- Επικοινωνούν με επαγγελματικό τρόπο με τις πηγές και τους συναδέλφους τους,
- Διερωτώνται για το εάν ένα θέμα έχει δημοσιογραφικό ενδιαφέρον ή όχι,
- Υπερασπίζονται την αλήθεια της είδησης,
- Απορρίπτουν τις κακές δημοσιογραφικές πρακτικές κατά τη διενέργεια ενός ρεπορτάζ.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Ρεπορτάζ / Πηγές, αξιοπιστία / Διασταύρωση και εγκυρότητα / Στοιχεία / Επαλήθευση / Έρευνα και δεοντολογία / Off the record / Εμπιστευτικότητα και ανωνυμία / Εστίαση / Εργαλεία τεχνολογίας Μέσου / Δημοσιογραφικός λόγος / Ημερήσια ατζέντα / Τραστ / Αποκλειστικό.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (2), Σύνολο (4).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΚΑΙ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
2	ΕΡΕΥΝΑ, ΔΙΑΣΤΑΥΡΩΣΗ, ΕΠΑΛΗΘΕΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ
3	ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
4	ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
5	ΟΜΟΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ MEDIA
6	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΚΑΙ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
7	ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟ
8	ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΣΥΝΑΔΕΛΦΟΥΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ/-ΕΣ ΣΤΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
9	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΑ “TRUST”
10	ΟΙ ΔΥΟ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗΣ ΑΤΖΕΝΤΑΣ

Κείμενο αναφοράς

2.1.Δ.1 | ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΚΑΙ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Η παρούσα υποενότητα επικεντρώνεται σε διάφορες δημοσιογραφικές λειτουργίες που συνδέονται με το ρεπορτάζ. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα εξετάσουν στοιχεία όπως τα reports (που μεταφράζονται ως «αναφορές» ή «τρόποι αναφοράς»), από τα οποία προέρχεται ο όρος ρεπορτάζ και ρεπόρτερ. Θα μελετηθεί επίσης η κατηγοριοποίηση των δημοσιογράφων σε διευθυντικά στελέχη, συντάκτες ύλης, σχολιαστές/-τριες και

συντάκτες/-τριες ειδικευμένους/-ες σε διάφορους τομείς (πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό κ.λπ.), καθώς δεν είναι όλοι οι δημοσιογράφοι ρεπόρτερ.

Το δημοσιογραφικό ρεπορτάζ περιλαμβάνει την έρευνα, τη διασταύρωση και την επαλήθευση πληροφοριών πριν από τη δημοσίευση, είτε αφορά την καθημερινή κάλυψη γεγονότων είτε την παρουσίαση συγκεκριμένων θεμάτων μέσω ανάλυσης ή αφιερωμάτων. Επίσης, θα μελετηθεί η ιστορική εξέλιξη του ρεπορτάζ και η ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών στα σύγχρονα μέσα.

Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα εξασκηθούν στην έρευνα, την ανεύρεση πρωτότυπου υλικού και τη διασταύρωση των πληροφοριών. Επίσης, θα αναπτύξουν δεξιότητες παρατηρητικότητας και κατανόησης των γεγονότων. Η κατανόηση της υποεπνότητας θα ενισχυθεί μέσω μελετών περιπτώσεων και πρακτικών ασκήσεων.

2.1.Δ.2 | ΕΡΕΥΝΑ, ΔΙΑΣΤΑΥΡΩΣΗ, ΕΠΑΛΗΘΕΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ

Σε αυτή την υποεπνότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα εμβαθύνουν στη μεθοδολογία της δημοσιογραφικής έρευνας. Το ρεπορτάζ απαιτεί διερεύνηση, εξακρίβωση και τεκμηρίωση, ώστε το παρουσιαζόμενο γεγονός ή η ανάλυση να θεωρείται αξιόπιστη. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν να διακρίνουν τη διαφορά μεταξύ της πραγματικής έρευνας και της «προσφερόμενης πληροφόρησης», όπως ανακοινώσεις, δελτία τύπου, διαρροές ή non papers.

Η διαδικασία του ρεπορτάζ ξεκινά με την αρχική πληροφορία και αναπτύσσεται μέσα από συστηματική έρευνα, αξιολόγηση και διασταύρωση. Τα ευρήματα πρέπει να διαχωριστούν σε επαληθευμένα, ψευδή ή άχρηστα στοιχεία. Καθοριστική είναι η προσεκτική διαχείριση των πηγών (επίσημες, ανεπίσημες, μάρτυρες κ.ά.) και η εφαρμογή της δεοντολογίας, με στόχο την πολυφωνία και την αναφορά διαφορετικών απόψεων.

Επιπλέον, θα αναλυθεί η δημοσιογραφική εξειδίκευση ανά τομέα, με έμφαση στην υπεραξία που φέρνει η εμπειρία και η γνώση του/της κάθε δημοσιογράφου στα θέματα που καλύπτει. Για την ανάπτυξη αυτών των ερευνητικών δεξιοτήτων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα πραγματοποιήσουν ατομικές ή ομαδικές ασκήσεις μικρών ρεπορτάζ.

2.1.Δ.3 | ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Η παρούσα μαθησιακή υποεπνότητα προσεγγίζει το ρεπορτάζ στο πλαίσιο της δεοντολογίας, ενώ σχετίζεται με άλλα πεδία της ειδικότητας. Μπορεί ένα ρεπορτάζ, με πραγματικό υλικό να αποκαλύπτει και να «πουλάει», ωστόσο, ενδεχομένως πάσχει παραβιάζοντας ανθρώπινες αξίες, νόμους και επαγγελματικές αρχές.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες καλούνται να κατανοήσουν ότι, από την αρχική έρευνα έως τη δημοσίευση του ρεπορτάζ, οφείλουν να ακολουθούν τους κανόνες δεοντολογίας που όρισαν θεσμοί, όπως διεθνείς και εγχώριες Ενώσεις Συντακτών, Ανεξάρτητες Αρχές (ΕΣΡ κ.λπ.). Ιδιαίτερη εστίαση απαιτείται σε ζητήματα σύγκρουσης δημοσιογραφικών κανόνων με το ισχύον νομικό πλαίσιο (βλ. αρχή της εμπιστευτικότητας, προστασία των πηγών).

Χρήσιμο είναι να κατανοηθεί επιπροσθέτως: I. Ο/Η ρεπόρτερ, πάντα, δηλώνει στους/στις εμπλεκόμενους/-ες τη δημοσιογραφική του/της ιδιότητα και δεν χρησιμοποιεί κρυφά μέσα καταγραφής, κάμερες, μικρόφωνα, εκτός ελάχιστων αποκαλύψεων εξαιρετικού δημόσιου συμφέροντος. II. Ισχύουν δύο αντιτιθέμενα, μα απολύτως δεοντολογικά κριτήρια: είτε η υποχρεωτική δημοσίευση κάθε πηγής για στήριξη/επαλήθευση της είδησης, είτε η επιλογή ανωνυμίας σημαντικών μαρτύρων για την προστασία τους. III. Είναι απαραίτητο να τηρούνται ο σεβασμός των προσώπων, ακόμη και των καθ' ομολογία ενόχων, και η ευαισθησία έναντι νεκρών, θυμάτων και εν γένει ανθρώπων σε μειονεκτική θέση.

Με την ολοκλήρωση της υποεπένδυσης, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αποκτήσουν γνώση σχετικά με τους δεοντολογικούς κανόνες και την εφαρμογή τους στη διαδικασία του ρεπορτάζ. Τα μαθησιακά αποτελέσματα μπορούν να καταστούν ισχυρότερα με μελέτες περίπτωσης ή/και καταγισμό ιδεών.

2.1.Δ.4 | ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Η μαθησιακή υποεπένδυση εστιάζεται στην ποικιλία και πολυπλοκότητα των ειδών δημοσιογραφικής έρευνας. Έχοντας αφομοιώσει οι καταρτιζόμενοι/-ες ότι δεν αποτελούν όλες οι δημοσιογραφικές λειτουργίες ρεπορτάζ, θα διερευνήσουν την ειδησεογραφία και άλλους τομείς πληροφόρησης στα ΜΜΕ.

Έτσι, θα εμβαθύνουν σε ειδικότερα πεδία, συνειδητοποιώντας ότι: I. η πρόσληψη των γεγονότων είναι, συνήθως, αποτέλεσμα εργασίας δημοσιογράφων ή επαγγελματικής πηγής (π.χ. πρακτορείου ειδήσεων), καθώς δεν αποτελεί όλη η ειδησεογραφία προϊόν έρευνας, αφού είδηση συγκροτεί, π.χ. η αναπαραγωγή μιας δήλωσης, μιας «διαρροής» ή ενός tweet του Πρωθυπουργού, ενώ ρεπορτάζ αποτελεί η έρευνα, η διασταύρωση και η δημοσίευση των παραμέτρων που οδήγησαν στην πρωθυπουργική ενέργεια, II. το ρεπορτάζ διαφοροποιείται ανά τομέα κάλυψης (πολιτικό, διπλωματικό, κοινωνικό, εκπαιδευτικό κ.λπ.) και προσδίδει την ιδιότητα του/της ρεπόρτερ στους/στις δημοσιογράφους που το ασκούν, III. πέρα από την «ημερήσια δημοσιογραφική ατζέντα», ιδιαίτερη αξία έχει η έρευνα που οδηγεί σε μια σημαντική αποκάλυψη ή αποκλειστικότητα και θέτει νέα αντικείμενα στην ατζέντα και IV. πολλά δημοσιεύματα, όπως συνεντεύξεις, παρουσιάσεις και σχόλια, ενώ ανήκουν στο ανάλογο δημοσιογραφικό είδος, στηρίζονται σε εκτεταμένη έρευνα και εξειδικεύονται σε διάφορους τομείς (ζωντανή ανταπόκριση, έρευνα σε αρχεία κ.λπ.).

Η παρούσα υποεπένδυση μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη δεξιοτήτων αντίληψης των καταρτιζομένων, ως προς το είδος/-η που ανήκει κάθε ρεπορτάζ. Το αντικείμενο μπορεί να ενισχυθεί με ασκήσεις και μελέτες περίπτωσης. Η κατανόηση του πεδίου μπορεί να καταστεί πιο βιωματική με πρόσκληση στο τμήμα ειδικότητας έγκυρου/-ης ρεπόρτερ, με παρουσίαση εμπειριών του/της και με διάλογο με τους/τις καταρτιζόμενους/-ες.

2.1.Δ.5 | ΟΜΟΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ MEDIA

Η μαθησιακή υποεπένδυση εστιάζεται στην εξέλιξη της δημοσιογραφίας και κατ' αναλογία του ρεπορτάζ, όταν κινητήρια δύναμη αποτελεί η ραγδαία τεχνολογική πρόοδος.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, κατανοώντας τις διαφορές μεταξύ των χρονικών περιόδων, θα μπορέσουν να διαπιστώσουν ότι οι σύγχρονες τεχνολογίες επέφεραν δραστικές αλλαγές στα μέσα ενημέρωσης. Παράλληλα, θα παρατηρήσουν τις ομοιότητες στα ρεπορτάζ, ανεξαρτήτως τεχνολογίας, οι οποίες συνίστανται κυρίως στο πλαίσιο κανόνων που αφορούν τη μεθοδολογία έρευνας, διασταύρωσης και επαλήθευσης των πληροφοριών, τη χρήση και διακρίβωση της αξιοπιστίας των πηγών, καθώς και τα είδη λόγου που χρησιμοποιούνται κατά περίπτωση. Αυτονόητα, υφίσταται πάντα το ζήτημα τήρησης της δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Από την άλλη, οι διαφορές συνοψίζονται στο «μότο» του επικοινωνιολόγου Μάρσαλ Μακλούαν πως «το μέσο είναι το μήνυμα». Μέσο αποτελούν συνδυαστικά το είδος των ΜΜΕ (εφημερίδες, τηλεοπτικοί σταθμοί, ιστοσελίδες κ.ά.), η αναλογική ή ψηφιακή τεχνολογία και τα εργαλεία (σημειώσεις, μικρόφωνο, κάμερα, πολυμέσα κ.ά.). Οι ρεπόρτερ εφημερίδας διαθέτουν, συνήθως, χρόνο προετοιμασίας και ολοκλήρωσης του ρεπορτάζ που θα δημοσιευθεί την επόμενη ημέρα, αντίθετα δημοσιογράφοι στα sites εργάζονται για την άμεση δημοσίευση της ανάρτησης. Οι ρεπόρτερ των site στο πεδίο λειτουργούν σε πολλαπλούς ρόλους (multitasking), ενώ οι τηλεοπτικοί/-ές ρεπόρτερ εργάζονται συνοδεία εικονοληπτών, τεχνικών, OB Van κ.λπ.

Η υποεπένδυση θα συμβάλει στην απόκτηση δεξιοτήτων προσαρμογής εργασίας των καταρτιζομένων σε διαφορετικά τεχνολογικά περιβάλλοντα και διαφορετικά εργαλεία. Στην καλύτερη κατανόηση θα συμβάλει η παρουσίαση δημοσιευμένων ρεπορτάζ του ίδιου θέματος από διαφορετικής τεχνολογίας ΜΜΕ, στα τμήματα ειδικότητας.

2.1.Δ.6 | ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΚΑΙ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εστιάσουν την προσοχή τους στο ότι το ρεπορτάζ, είτε δημοσιεύεται γραπτά, είτε προφορικά, λειτουργεί με κανόνες δημοσιογραφικού λόγου. Ακριβέστερα, η σύνταξη και εκφορά του δημοσιογραφικού λόγου δεν γίνεται με ένα αποκλειστικό μοντέλο, αλλά διαθέτει ένα εύρος επιλογών, όπως ενδεικτικά το τρέχον ειδησεογραφικό, το ερευνητικό και αποκαλυπτικό, ιστορικό, προσωπογραφικό κ.λπ.

Η αντεστραμμένη πυραμίδα είναι, συνήθως, απαραίτητη στην ειδησεογραφία/ κάλυψη γεγονότος. Ξεκινά με την εισαγωγή (lead) και τις υπάρχουσες απαντήσεις στα δημοσιογραφικά ερωτήματα, συνεχίζοντας με τα βασικά στοιχεία έως τις λεπτομέρειες. Αντιθέτως, στη ραδιοτηλεόραση και τις ιστοσελίδες, για τις ζωντανές καλύψεις (φυσικών καταστροφών, τραγωδιών, εκλογών, γεγονότων με διάρκεια) συχνά ακολουθείται το μοντέλο «κατάλογος». Εκεί, η έναρξη γίνεται επίσης με συγκεντρωτικό lead και ακολουθεί παράθεση, κατά σειρά, των νέων και παλαιότερων δεδομένων.

Στην τηλεόραση, σε ζωντανή ή μαγνητοσκοπημένη έρευνα, αστυνομική ή ιστορική, συνήθως χρησιμοποιείται «κανονική πυραμίδα», με την αποκάλυψη στο τέλος ώστε να διατηρηθεί το ενδιαφέρον. Σε ανάλογα ή και μαγνητοσκοπημένα ρεπορτάζ, μπορεί να χρησιμοποιηθεί και το μοντέλο της «κλειψύδρας» ή συνδυασμός με «κανονική πυραμίδα». Σε όλα τα επιμέρους είδη, η εισαγωγή/πρόλογος υπόκειται στο είδος και τη δομή του ρεπορτάζ: μπορεί να είναι lead, άλλοτε όμως είναι εισαγωγική παρουσίαση, απλή καταγραφή του γεγονότος που πυροδότησε το ρεπορτάζ, παράθεση της θεματολογίας/κεφαλαίων κ.λπ.

Ολοκληρώνοντας τη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα ενισχυθούν σε δεξιότητες γραφής και παρουσίασης ρεπορτάζ, ενώ θα πρέπει να επιλέξουν τον καταλληλότερο, σε κάθε θεματική και περίπτωση, μοντέλο δημοσιογραφικού λόγου.

2.1.Δ.7 | ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟ

Η έννοια της «αποκλειστικότητας» ή του «αποκλειστικού» αφορά τη μοναδικότητα δημοσίευσης και της υψηλής ειδησεογραφικής αξίας ενός θέματος. Περιγράφει ένα υλικό που δεν κατέχει κανένα άλλο μέσον ή δημοσιογράφος. Παράπλευρο ζήτημα είναι η κατάχρηση του όρου, συνήθως για ειδήσεις ελάχιστης σημασίας.

Το «αποκλειστικό» καλύπτει ένα θέμα υψηλού ενδιαφέροντος, με αποτέλεσμα την ανατροπή της ημερήσιας ατζέντας. Οι τομείς εύρεσης του «αποκλειστικού» αφορούν κατά βάση μοναδικές συνεντεύξεις/δηλώσεις, αποκαλυπτικά ρεπορτάζ, μοναδικό εντοπισμό ειδησεογραφικού θέματος. Το «αποκλειστικό» ενισχύεται από την αξία του μοναδικού υλικού και την υπεραξία που αποκτά σε επιδραστικότητα, αναδημοσιεύσεις, ανατροφοδοτήσεις. Παράλληλα, μέσω της υψηλής δημοσιότητας της ίδιας της είδησης, εξασφαλίζει επαγγελματικό χώρο και στους φορείς του, δηλαδή στους ρεπόρτερ και το μέσο. Παραδείγματα μορφών αποκλειστικότητας είναι: σε γεγονός που καλύπτεται από ομάδα αρμόδιων συντακτών/-τριών, όπως π.χ. ένα έγκλημα, ένα μέλος της εντοπίζει κάποιο σημαντικό στοιχείο, και, μαζί με το μέσον στο οποίο εργάζεται, είναι οι μοναδικοί φορείς δημοσίευσής του.

Στο ρεπορτάζ, γενικά, έναντι της καθημερινής καταγραφής των γεγονότων, σημασία έχει η ανακάλυψη του ξεχωριστού στοιχείου, δηλαδή αυτού που δεν βρήκαν «οι άλλοι». Ενδεικτικά στο δικαστικό ρεπορτάζ, ο/η δημοσιογράφος εντοπίζει π.χ. μια ιδιαίτερη δίκη που αγνοούν οι συνάδελφοι, τη δικογραφία μιας σημαντικής υπόθεσης, ή καταφέρνει να πάρει συνέντευξη από «διαβόητο» φυλακισμένο/διωκόμενο. Στην ερευνητική δημοσιογραφία ο/η δημοσιογράφος κάνει ένα πλήρες ρεπορτάζ που οδηγεί σε μια μοναδική αποκάλυψη ενός ιστορικού ή επίκαιρου γεγονότος.

Η μαθησιακή υποενότητα μπορεί να εξελίξει τις δεξιότητες παρατήρησης και αναζήτησης των καταρτιζομένων σε «ό,τι δεν βλέπουν οι άλλοι». Για την καλύτερη κατανόηση των παραπάνω, οι καταρτιζόμενοι/-ες μπορούν να κληθούν να αξιολογήσουν τη σημαντικότητα των «αποκλειστικών» ειδήσεων μέσα από την παρουσίαση ανάλογων δημοσιευμάτων.

2.1.Δ.8 | ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΣΥΝΑΔΕΛΦΟΥΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ/-ΕΣ ΣΤΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Το ρεπορτάζ, προϋποθέτει τις περισσότερες φορές συνεργασία μεταξύ συντακτών και άλλων εργαζομένων στα ΜΜΕ. Ωστόσο, η πραγματοποίηση και δημοσίευσή του, δημιουργεί πολλές φορές ανταγωνισμό μεταξύ δημοσιογράφων και ΜΜΕ, με ενδεικτικά σημεία τριβής το ποιος θα δημοσιεύσει πρώτος την είδηση, το «αποκλειστικό». Από την άλλη, υπάρχουν και κάποιες πιο σπάνιες περιπτώσεις «μοναχικών» δημοσιογράφων, ακόμη και αυτοαπασχολούμενων (free-lancers), κυρίως σε ζώνες διακινδύνευσης, όπως σημεία φυσικών καταστροφών, επεισοδίων ή πολέμων. Στις ένοπλες συρράξεις, είναι γνωστές οι εικόνες και παρουσιάσεις ρεπόρτερ που λειτουργούν ομαδικά.

Στην τηλεόραση η συνεργασία είναι πιο αντιληπτή, διότι οι δημοσιογράφοι συνοδεύονται από εικονολήπτες ή συνεργείο τεχνικών. Ενδιαφέρον, επίσης, έχουν οι σκηνές στη μετάδοση δηλώσεων, οπότε εκπρόσωποι ανταγωνιστικών ΜΜΕ ελέγχουν ότι όλοι οι σταθμοί έχουν συνδεθεί. Συνεργασία υπάρχει και μεταξύ ρεπόρτερ όμοιας ειδικότητας (π.χ. αστυνομικού, δικαστικού, πολιτικού, ελεύθερου, ρεπορτάζ νυχτερινής βάρδιας). Αυτό μάλιστα συμβαίνει μέσα από ανταλλαγή πληροφοριών, καταμερισμό ρόλων και πεδίων κάλυψης, κυρίως όταν στο αντικείμενο, όπως το δικαστικό, την ίδια ημέρα συμπίπτουν, πολλά γεγονότα, που αδυνατεί να παρακολουθήσει ταυτόχρονα ένας/μία ρεπόρτερ. Συγχρόνως, στο ίδιο το μέσο, από τη διαδικασία του ρεπορτάζ, έως τη δημοσίευσή του, η εργασία προϋποθέτει συνέργεια αρκετών ειδικοτήτων, δημοσιογράφων, τεχνικών, τηλεφωνητών κ.λπ.

Το διδακτικό αντικείμενο μπορεί να συμβάλει σε δεξιότητες των καταρτιζομένων στην κατανομή και υλοποίηση αποστολών, με εκπαιδευτικές ασκήσεις κατά την παρακολούθηση ειδησεογραφικών γεγονότων ή εκπαιδευτικά παιχνίδια ρόλων. Χρήσιμη είναι και η ενθάρρυνση προς στάσεις συνεργασίας, με ανάθεση ομαδικών εργασιών ρεπορτάζ ή/και εκπαιδευτικές επισκέψεις σε χώρους συνεντεύξεων, δημοσιογραφικά θεωρία Δημοτικών Συμβουλίων, Κοινοβουλίου, γηπέδων κ.λπ.

2.1.Δ.9 | ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΑ “TRUST”

Το συγκεκριμένο μαθησιακό αντικείμενο επικεντρώνει στον άτυπο θεσμό «τραστ» (trust), δηλαδή της συνεργασίας ρεπόρτερ του ίδιου πεδίου, παρότι εργάζονται σε ανταγωνιστικά ΜΜΕ. Ο αγγλικός όρος “trust” αφορά την εμπιστοσύνη, συνεργασία, ένωση ή νομική δέσμευση. Τα δημοσιογραφικά «τραστ» ξεκίνησαν από έντυπα τον 19ο αιώνα στις ΗΠΑ, με στόχο τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας μέσα από αλληλοτροφοδότηση σχετικά με ειδησεογραφικά γεγονότα. Αρχικά, συντονίστηκαν εφημερίδες της Νέας Υόρκης, ενώ σύντομα εφημερίδες διαφορετικών πολιτειών άρχισαν να ανταλλάσσουν τηλεγραφικά τις ειδήσεις της περιοχής τους. Έτσι, δημιουργήθηκαν τα πρακτορεία Associated Press και United Press International, αντίστοιχα. Τα «τραστ» είναι μια επιχειρηματική πρακτική που υφίσταται στα ΜΜΕ, διεθνώς και εγχώρια.

Στο δημοσιογραφικό προσωπικό της Ελλάδας, το τραστ αφορά έναν άτυπο θεσμό που περιγράφει έναν συνασπισμό ρεπόρτερ, οι οποίοι διαμοιράζονται αποστολές,

χώρους κάλυψης σε εκτεταμένα πεδία (π.χ. ογκώδεις συγκεντρώσεις), διαφορετικά γεγονότα την ίδια μέρα, πληροφορίες, στοιχεία, ειδήσεις, ακόμη και κείμενα. Στην εσωτερική συνεργατικότητα των τρασ, προφανώς, δεν αναιρείται ο εντοπισμός μοναδικής δημοσιογραφικής αποκάλυψης, δηλαδή το «αποκλειστικό».

Στη θεματική, οι καταρτιζόμενοι/-ες, θα ενισχύσουν στάσεις συνεργασίας και δεξιότητες πρωτοτυπίας, με ασκήσεις ομαδικής συλλογής υλικού διαφορετικών ειδήσεων και ανασύνταξής τους (rewriting).

2.1.Δ.10 | ΟΙ ΔΥΟ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗΣ ΑΤΖΕΝΤΑΣ

Ο όρος «δημοσιογραφική ατζέντα» προέρχεται από το ομώνυμο εγχειρίδιο, το οποίο εξακολουθεί να χρησιμοποιείται, παρά τις ψηφιακές εναλλακτικές εφαρμογές. Από εκεί προέκυψε, η ερμηνευτική επιστημονική επικοινωνιακή θεωρία της «ημερήσιας ατζέντας» (Agenda setting theory). Μια μορφή της ατζέντας αφορά την αναμενόμενη ειδησεογραφία. Ωστόσο, συχνά ξεπερνά τα πεδία κανονικότητας, καθώς η ατζέντα ανατρέπεται με σημαντικές αναταράξεις, όπως κρίσεις, τραγωδίες, αναπάντεχα γεγονότα.

Η άλλη έννοια/σημασία της δημοσιογραφικής ατζέντας αφορά την παραδοσιακή της χρήση με σημειώσεις αριθμών τηλεφώνων, e-mail, μέσων κοινωνικής δικτύωσης, πηγών, προσώπων επικαιρότητας, συναδέλφων κ.λπ. Αναφορικά με τη σημείωση αναμενόμενων ή έκτακτων αποστολών, η ατζέντα βοηθά στη διεκπεραίωσή τους, συντελώντας στον προγραμματισμό δραστηριοτήτων που ορίστηκαν σε αρκετά μεταγενέστερη ημερομηνία.

Πολύτιμη είναι και η χρήση των προηγούμενων υλικών της, στη ρύθμιση του προσωπικού δημοσιογραφικού αρχείου και εύκολης εύρεσης στοιχείου/-ων που κάθε φορά ανακαλεί. Στην καταγραφή τηλεφώνων και λοιπών στοιχείων επικοινωνίας, οι νέοι ρεπόρτερ ξεκινούν με τα άμεσα προσβάσιμα, όπως γραφείων τύπου και επίσημων πηγών του τομέα τους και κάποιων συναδέλφων. Γρήγορα οι εγγραφές αυξάνουν δραστικά, ενώ κάποιες δίνονται από τους/τις ενδιαφερόμενους/-ες εμπιστευτικά. Έμπειροι/-ες δημοσιογράφοι, με την πάροδο χρόνων συγκροτούν πολύτιμη ατζέντα χιλιάδων καταχωρήσεων με πολύτιμα στοιχεία επαφής σημαντικών ανθρώπων, οι οποίοι τα διαμοιράζονται μόνο με κοντινούς τους συνεργάτες.

Με την ολοκλήρωση της υποεπένδυσης, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αποκτήσουν δεξιότητες δημιουργίας αρχικής ατζέντας επαφών. Παράλληλα, θα εξοικειωθούν με την κατάλληλη προσέγγιση προσώπων για το αίτημα παροχής των στοιχείων επικοινωνίας τους, καθώς και με την «περιφρούρηση» των δεδομένων αυτών έναντι τρίτων.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Clayman, St. & Heritage, J. (2005). *Η ειδησεογραφική συνέντευξη. Δημοσιογράφοι και δημόσια πρόσωπα «στον αέρα»* (μτφρ. Α. Στάμου). Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
2. Μιχαλάς, Τ. (1999). *Το ρεπορτάζ, ένα βοήθημα για δημοσιογράφους*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
3. Μπακουνάκης, Ν. (2014). *Δημοσιογράφος ή ρεπόρτερ. Η αφήγηση στις ελληνικές εφημερίδες, 19ος-20ός αιώνας*. Αθήνα: Εκδόσεις Πόλις.
4. Παπαθανασόπουλος, Σ. (επιμ.). (2011). *Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21ο αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
5. Πλειός, Γ. (2011). *Ειδήσεις και νεωτερικότητα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
6. Ράγκος, Γ. (2016). *Ξεχασμένα πρωτοσέλιδα. Ρεπορτάζ από τη νεοελληνική μικροϊστορία*. Αθήνα: Εκδόσεις Polaris.
7. Charnley, M. V. & Charnley, B. (1992). *Η τέχνη του ρεπορτάζ* (μτφρ. Α. Χριστοδουλίδης). Αθήνα: Εκδόσεις Γνώση.

Συμπληρωματικές

1. ΕΣΗΕΑ. (1998). *Αρχές δεοντολογίας δημοσιογραφικού επαγγέλματος*. Ανακτήθηκε από: <https://www.esiea.gr/kodikas-deontologias/arxes-deontologias-dimosiografikoy/>
2. Σόμπολος, Π. (2017). *Οι αστέρες του εγκληματικού πανθήου. Όπως τους έζησα*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

2.1.Ε • ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα «Πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα» έχει στόχο να βοηθήσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες να κατανοήσουν καλύτερα στην πράξη το περιεχόμενο της έννοιας του επαγγέλματος του/της δημοσιογράφου και της επιστήμης της δημοσιογραφίας. Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος, οι καταρτιζόμενοι/-ες επικεντρώνονται στην πρακτική εξάσκηση όλων όσων διδάσκονται στα υπόλοιπα μαθήματα του εξαμήνου, δίνοντας έμφαση στις μεθόδους εντοπισμού ειδήσεων, στον τρόπο προσέγγισης των δημοσιογραφικών πηγών και τον έλεγχο της αξιοπιστίας τους, καθώς και στον τρόπο συγγραφής ενός δημοσιογραφικού κειμένου το οποίο θα διέπεται από τους κανόνες δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας. Ακόμη, θα εξασκηθούν στον εντοπισμό θεμάτων με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον και μέσα από ασκήσεις και παραδείγματα θα βελτιώσουν τον λόγο και την έκφρασή τους με αποτέλεσμα την παραγωγή δημοσιεύσιμων δημοσιογραφικών κειμένων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Διακρίνουν τις ειδήσεις, τα θέματα δηλαδή με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον,
- Αναγνωρίζουν τις διαφορές ανάμεσα στα ποικίλα δημοσιογραφικά είδη κειμένου,
- Απαριθμούν τις ιδιαιτερότητες και τις απαιτήσεις κάθε μέσου ενημέρωσης,
- Επαληθεύουν τις δημοσιογραφικές πηγές εφαρμόζοντας μεθόδους ελέγχου της αξιοπιστίας των πηγών,
- Συντάσσουν απλά δημοσιογραφικά είδη κειμένου ακολουθώντας όλους τους κανόνες και τις τεχνικές συγγραφής των κειμένων αυτών,
- Εφαρμόζουν τους βασικούς κανόνες δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας,
- Χρησιμοποιούν τη δημοσιογραφική ορολογία,
- Τροποποιούν ένα κείμενο, μετατρέποντάς το σε δημοσιογραφικό,
- Απορρίπτουν την υιοθέτηση μη ηθικών πρακτικών για την εξασφάλιση της είδησης,
- Εκτιμούν τις καλές δημοσιογραφικές πρακτικές,
- Αποδέχονται τα όρια του δημοσιογραφικού επαγγέλματος.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Δημοσιογραφία / Δημοσιογραφικός λόγος / Επικοινωνία / Επικοινωνιακό μοντέλο / Ρεπορτάζ / Είδη ρεπορτάζ / Διαδικτυακή δημοσιογραφία / Παραδοσιακά μέσα / Νέα μέσα / Ψηφιακά μέσα.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (3), Σύνολο (3).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΚΡΙΤΙΚΗ ΣΚΕΨΗ
2	ΤΑ ΟΡΙΑ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ
3	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ
4	ΑΝΑΖΗΤΩΝΤΑΣ ΤΗΝ ΕΙΔΗΣΗ
5	ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
6	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Κείμενο αναφοράς

2.1.E.1 | ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΚΡΙΤΙΚΗ ΣΚΕΨΗ

Στόχος της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας είναι οι καταρτιζόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με βασικές έννοιες της δημοσιογραφίας που διδάσκονται κατά τη δι-

άρκεια του εξαμήνου. Θα κληθούν να αναγνωρίσουν τη σημασία και την αναγκαιότητα της δημοσιογραφίας στη σύγχρονη κοινωνία, μελετώντας και παρουσιάζοντας περιπτώσεις καλής πρακτικής τόσο από την Ελλάδα όσο και από το εξωτερικό. Η δημοσιογραφία χρησιμεύει ως ζωτικός πυλώνας οποιασδήποτε δημοκρατικής κοινωνίας, παρέχοντας βασικές λειτουργίες όπως η ενημέρωση του κοινού, η ανάληψη ευθύνης από τους θεσμούς και η προώθηση της διαφάνειας. Αποκαλύπτει και μοιράζεται κρίσιμες πληροφορίες, δίνοντας τη δυνατότητα στους πολίτες να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις για τη ζωή, τις κοινότητες και τις κυβερνήσεις τους. Στόχος είναι να αποκτήσουν γνώσεις, στάσεις και δεξιότητες που θα τους/τις επιτρέψουν να κατανοήσουν τη φύση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος και να αναγνωρίσουν τις προκλήσεις αλλά και τις ευκαιρίες που προσφέρει στην κοινωνία η δημοσιογραφία.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες καλούνται να διακρίνουν τα σημεία-σταθμούς της εξέλιξης της δημοσιογραφίας και να γνωρίσουν τα μέσα στα οποία μπορεί να εργαστεί ένας/μία δημοσιογράφος σήμερα. Μέσα από τη δημιουργία infographics ή οπτικοποιημένων παρουσιάσεων με τη χρήση αυτοματοποιημένων εφαρμογών, θα κληθούν να παρουσιάσουν δημόσια στην τάξη το επάγγελμα του/της δημοσιογράφου στην κοινωνία του σήμερα, ασκώντας παράλληλα δεξιότητες δημόσιου λόγου και κριτικής σκέψης. Θα απαριθμήσουν τις ιδιαιτερότητες και τις απαιτήσεις κάθε μέσου ενημέρωσης. Θα ασκήσουν κριτική σχετικά με το τι είναι δημοσιογραφία και τι δεν είναι, φέρνοντας ως παραδείγματα ραδιοτηλεοπτικές εκπομπές και κείμενα.

Όταν ολοκληρώσουν τη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να εκτιμούν τις καλές δημοσιογραφικές πρακτικές και να τοποθετούνται κριτικά σχετικά με τα όρια του δημοσιογραφικού επαγγέλματος.

2.1.Ε.2 | ΤΑ ΟΡΙΑ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα αποσκοπεί στο να εξοικειώσει τους καταρτιζόμενους/-ες με τα όρια του δημοσιογραφικού λόγου. Θα μάθουν να τροποποιούν ένα κείμενο μετατρέποντάς το σε δημοσιογραφικό, έχοντας επίγνωση της ευθύνης που έχει κάθε είδος δημόσιου λόγου. Ο δημοσιογραφικός λόγος υπόκειται σε νομικούς και ηθικούς περιορισμούς, καθώς η διατήρηση της αξιοπιστίας και η αποφυγή βλάβης σε άτομα και στην κοινωνία είναι πρωταρχικής σημασίας. Είναι σημαντικό οι καταρτιζόμενοι/-ες να αντιληφθούν την αναγκαιότητα υιοθέτησης ηθικών πρακτικών για την εξασφάλιση και τη δημοσίευση της είδησης. Στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, καλούνται να ετοιμάσουν στον ηλεκτρονικό υπολογιστή επαγγελματικές παρουσιάσεις, όπου θα ερευνούν περιπτώσεις, τόσο από την Ελλάδα όσο και από το εξωτερικό, στις οποίες ο δημοσιογραφικός λόγος υπήρξε κακοποιητικός προς συγκεκριμένα άτομα ή κοινωνικές ομάδες.

Επιπλέον, καλούνται να ερευνήσουν και να παρουσιάσουν περιπτώσεις όπου ο δημοσιογραφικός λόγος υπήρξε ωφέλιμος για το κοινωνικό σύνολο (π.χ. φέρνοντας στη δημοσιότητα προβλήματα που απασχολούσαν συγκεκριμένες κοινωνικές ομά-

δες, ασκώντας πίεση στην κυβέρνηση ή αποκαλύπτοντας περιπτώσεις διαφθοράς). Στόχος είναι να αντιληφθούν τα όρια του δημοσιογραφικού λόγου και να μάθουν να τον χρησιμοποιούν σωστά και αξιόπιστα. Για να αιτιολογήσουν την έρευνά τους, θα μάθουν να συμβουλευόνται τους κώδικες δεοντολογίας του δημοσιογραφικού επαγγέλματος στην Ελλάδα.

Μετά το πέρας αυτής της μαθησιακής υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μπορούν να διακρίνουν τη σπουδαιότητα της ορθής χρήσης του δημοσιογραφικού λόγου και να περιγράφουν τα χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητές του.

2.1.E.3 | ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Στη συγκεκριμένη υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξασκηθούν στο να χρησιμοποιούν διαφορετικές επικοινωνιακές πρακτικές κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος και να εξηγούν με σαφήνεια το φαινόμενο της επικοινωνίας. Θα μάθουν, επίσης, να αναγνωρίζουν τους διαφορετικούς σκοπούς της επικοινωνίας (πειστικός, ενημερωτικός κ.λπ.) και θα κληθούν να αντιστοιχήσουν κάθε σκοπό επικοινωνίας με τα διάφορα είδη του δημοσιογραφικού λόγου (άρθρο, ρεπορτάζ κ.λπ.).

Θα μελετήσουν τις διάφορες μορφές του δημοσιογραφικού λόγου (ραδιοφωνικός, τηλεοπτικός, έντυπος και διαδικτυακός) και να παρουσιάσουν τον τρόπο που η είδηση χρειάζεται να παρουσιάζεται σε κάθε μέσο, ώστε να επιτυγχάνει αποτελεσματική επικοινωνία με τον δέκτη (κατάλληλη γλώσσα, ύφος, δομή). Στη συνέχεια, θα αναδείξουν τις διαφορές που έχει η ίδια είδηση όταν παρουσιάζεται σε διαφορετικά μέσα. Για να κατανοήσουν καλύτερα τα παραπάνω, θα γράψουν ένα δημοσιογραφικό κείμενο εφαρμόζοντας το στυλ που απαιτείται σε κάθε περίπτωση για κάθε ένα από αυτά τα κανάλια επικοινωνίας.

Στο τέλος της υποενότητας, θα είναι σε θέση να αντιστοιχίζουν την επικοινωνιακή διαδικασία με τη δημοσιογραφική πρακτική και θα μπορούν να κατανοούν τον ρόλο όλων των συμμετεχόντων σε μια επικοινωνιακή διαδικασία (πομπός, δέκτης, μήνυμα, μέσο κ.λπ.).

2.1.E.4 | ΑΝΑΖΗΤΩΝΤΑΣ ΤΗΝ ΕΙΔΗΣΗ

Σκοπός της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας είναι οι καταρτιζόμενοι/-ες να διακρίνουν τις ειδήσεις, τα θέματα δηλαδή με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον και να αναγνωρίζουν τις διαφορές ανάμεσα στα ποικίλα δημοσιογραφικά είδη κειμένου. Στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, εξασκούνται επίσης στον εντοπισμό ειδήσεων, ακολουθώντας τα «αστέρια της είδησης». Θα μάθουν να εντοπίζουν πότε ένα γεγονός αποτελεί είδηση έχοντας στοιχεία επικαιρότητας, σπανιότητας, σπουδαιότητας, συνέπειας, συγκίνησης, εκκρεμότητας, εγγύτητας, εκκρεμότητας. Καλούνται, ακόμη, να αναζητήσουν ειδήσεις που μπορεί να βρίσκονται στο οικείο περιβάλλον τους, στο περιβάλλον της γειτονιάς, της πόλης ή της χώρας τους. Στη συνέχεια, θα πρέπει να αιτιολογήσουν γιατί αυτή η είδηση μπορεί να ενδιαφέρει την κοινή γνώμη.

Θα μάθουν, επίσης, να εντοπίζουν την είδηση σε κάθε δημοσιογραφικό κείμενο και να είναι σε θέση να διακρίνουν τα αστέρια της είδησης μέσα σε αυτό. Αφού αναλύσουν δημοσιογραφικά κείμενα κάθε είδους (ρεπορτάζ, άρθρο, συνέντευξη, χρονογράφημα κ.λπ.), θα εντοπίσουν το στοιχείο αυτό της επικαιρότητας που αποτέλεσε αφορμή για τη σύνταξη του κειμένου. Θα μπορούν, συνακόλουθα, να διακρίνουν τον επικοινωνιακό στόχο του κειμένου αυτού.

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν εξασκηθεί στην αναζήτηση ειδήσεων και θα είναι σε θέση να εξηγούν με σαφήνεια κάτω από ποιες προϋποθέσεις ένα γεγονός παρουσιάζει δημοσιογραφικό ενδιαφέρον και γιατί.

2.1.E.5 | ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Με την ολοκλήρωση αυτής της μαθησιακής υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να γράφουν ένα ρεπορτάζ και να εφαρμόζουν τους βασικούς κανόνες δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας, γιατί αποτελεί τη βάση για να εξασκηθούν στη συγγραφή των δικών τους ρεπορτάζ. Αφού έχουν κατανοήσει τα μέρη από τα οποία αποτελείται ένα ρεπορτάζ, θα επιλέξουν μια είδηση που θα έχουν βρει οι ίδιοι/-ες και θα κάνουν το δικό τους ρεπορτάζ. Θα εξασκηθούν στην αναζήτηση πρωτογενών πηγών και θα κληθούν να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις που έχει ένας/μία δημοσιογράφος στο πεδίο της έρευνας. Με τον τρόπο αυτόν, θα κληθούν να απορρίψουν στην πράξη «κακές» δημοσιογραφικές πρακτικές και να ανακαλύψουν τις προκλήσεις της διενέργειας μιας καλής, αξιόπιστης έρευνας. Επίσης, εξοικειώνονται με τη χρήση του Διαδικτύου αναφορικά με τον εντοπισμό δευτερογενών ειδησεογραφικών πηγών.

Έμφαση θα δοθεί στην αξιοπιστία των πηγών και στην εφαρμογή τεχνικών επαλήθευσης. Στη συνέχεια, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κληθούν να αποτυπώσουν το ρεπορτάζ στο χαρτί. Θα εξασκηθούν στη σύνταξη μιας δημοσιογραφικής εισαγωγής (lead) που χρειάζεται να απαντάει στα βασικά ερωτήματα της δημοσιογραφίας (ποιος, πού, πότε, τι, γιατί, πώς). Θα παραθέσουν τις πηγές με τον κατάλληλο τρόπο και θα φροντίσουν το ρεπορτάζ που συντάσσουν να ακολουθεί την κατάλληλη δομή για έντυπο λόγο.

Στο τέλος αυτής της υποενότητας, θα είναι σε θέση να υπερασπιστούν την αλήθεια του ρεπορτάζ που έγραψαν και να το κατηγοριοποιήσουν ανάλογα με το θέμα και τον στόχο του.

2.1.E.6 | ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Στόχος της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας είναι να εξασκηθούν οι καταρτιζόμενοι/-ες στη χρήση του Διαδικτύου για δημοσιογραφικούς σκοπούς. Στο πλαίσιο της μαθησιακής διαδικασίας, δημιουργούν το δικό τους ιστολόγιο, είτε ατομικά είτε σε ομάδες. Οι καταρτιζόμενοι/-ες αξιοποιούν όλες τις γνώσεις και τις δεξιότητες που καλλιεργήσαν στη διάρκεια αυτού του εξαμήνου, τόσο στην παρουσίαση όσο και

στην παραγωγή περιεχομένου. Χρησιμοποιούν μια πλατφόρμα διαχείρισης περιεχομένου, όπως το WordPress, και φτιάχνουν τη δική τους ενημερωτική πλατφόρμα. Εκεί καλούνται να δημοσιεύσουν κείμενα και παρουσιάσεις που έχουν συντάξει οι ίδιοι/-ες ή η ομάδα τους κατά τη διάρκεια του εξαμήνου, αφού πρώτα τα επαληθεύσουν και εξασφαλίσουν την αξιοπιστία και την άρτια δομή τους.

Με αυτόν τον τρόπο, θα εξασκηθούν στην οργάνωση της ροής μιας ειδησεογραφικής ιστοσελίδας και θα μάθουν να δημοσιεύουν δημοσιογραφικά κείμενα στο Διαδίκτυο με τεχνικές βελτιστοποίησης περιεχομένου (συμπερίληψη λέξεων-κλειδών, τοποθέτηση Meta Tags, τροποποίηση URL, χρήση υπερσυνδέσμων κ.λπ.). Αφού δημοσιεύσουν στο ιστολόγιο όλα τα κείμενα που συνέταξαν κατά τη διάρκεια του εξαμήνου, θα δεχθούν ανατροφοδότηση από τους/τις υπόλοιπους/-ες καταρτιζόμενους/-ες, οι οποίοι/-ες, εφαρμόζοντας τεχνικές επαλήθευσης, θα ελέγξουν την αξιοπιστία των δημοσιευμάτων.

Μετά το τέλος της μαθησιακής υποεπένδυσης, θα είναι σε θέση να εφαρμόζουν τις πιο σύγχρονες δημοσιογραφικές πρακτικές, συμπεριλαμβανομένης και της ενεργής χρήσης του Διαδικτύου, ενώ θα μπορούν, μέσω της δικής τους εμπειρίας, να εξηγούν τις προκλήσεις που οδηγούν σε ζητήματα αξιοπιστίας και εγκυρότητας.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Rutledge, P. A. (2014). *Οπτικός Οδηγός του WordPress* (μτφρ. Ι. Β. Σαμαράς). Αθήνα: Εκδόσεις Μ. Γκιούρδα.
2. Κουμπαρέλης, Α. (χ.χ.). *Δημοσιογραφία και δημόσιος λόγος* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. ΤΕΙ Ιονίων Νήσων, Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας. Ανακτήθηκε από: <https://opencourses.gr/opencourse.xhtml?id=16411&ln=el>

Συμπληρωματικές

1. Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. (2003). *Κώδικας Δεοντολογίας Ειδησεογραφικών και άλλων δημοσιογραφικών και πολιτικών εκπομπών* (Προεδρικό Διάταγμα υπ' αριθμ. 77, ΦΕΚ 75/Α/28-3-2003). Ανακτήθηκε από: <https://media.gov.gr/nomothesia/%CE%92%CE%B9%CE%B2%CE%BB%CE%B9%CE%BF%2012%CE%BF/12.1.3.1.pdf>
2. Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών. *Αρχές Δεοντολογίας Δημοσιογραφικού Επαγγέλματος*. Ανακτήθηκε από: <https://www.esiea.gr/kodikas-deontologias/arxes-deontologias-dimosiografikoy/>

2.1.ΣΤ • ΑΓΓΛΙΚΑ ΓΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ**Περίληψη της μαθησιακής ενότητας**

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Αγγλικά για δημοσιογραφικούς σκοπούς» είναι να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με την αγγλική γλώσσα και ορολογία που συναντάται στο επάγγελμα του/της δημοσιογράφου. Ειδικότερα, εστιάζεται στον εμπλουτισμό του σχετικού με τη δημοσιογραφία λεξιλογίου των καταρτιζομένων στην αγγλική γλώσσα, με σκοπό τη βελτίωση των ικανοτήτων τους για αποτελεσματικότερη παρακολούθηση των διεθνών εξελίξεων και της διεθνούς δημοσιογραφίας. Ακόμη, μέσω της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν τη δυνατότητα να συντάσσουν μικρά δημοσιογραφικά κείμενα στην αγγλική γλώσσα, χρησιμοποιώντας την κατάλληλη ορολογία και το ενδεδειγμένο λεξιλόγιο στα αγγλικά, ενώ ταυτόχρονα θα αποκτήσουν την ικανότητα να αναζητούν στο Διαδίκτυο χρήσιμες δημοσιογραφικές πληροφορίες στην αγγλική γλώσσα.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν ειδήσεις και δημοσιογραφικό περιεχόμενο στην αγγλική γλώσσα,
- Γνωρίζουν τη βασική δημοσιογραφική ορολογία στα αγγλικά,
- Εξηγούν τη σημασία δημοσιογραφικών κειμένων που η αρχική τους γλώσσα είναι τα αγγλικά,
- Συντάσσουν σύντομα δημοσιογραφικά κείμενα στην αγγλική γλώσσα,
- Απαντούν στα αγγλικά στα ουσιαστικά ερωτήματα της δημοσιογραφίας (5Ws and 1H),
- Χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για την αναζήτηση δημοσιογραφικών πληροφοριών στην αγγλική γλώσσα,
- Επικοινωνούν προφορικά με πηγές και δημοσιογράφους χρησιμοποιώντας τυποποιημένες φράσεις της αγγλικής γλώσσας,
- Προετοιμάζουν γραπτά επαγγελματικά μηνύματα επικοινωνίας στην αγγλική γλώσσα (π.χ. email),
- Οργανώνουν δημοσιογραφικές πληροφορίες στα αγγλικά,
- Ελέγχουν την αξιοπιστία πηγών και πληροφοριών από τα αγγλικά,
- Υιοθετούν την αγγλική γλώσσα κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος,
- Προτίθενται να εργαστούν σε ένα πολύγλωσσο μέσο ενημέρωσης.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

News in English / Roles at a newspaper / Sections of a newspaper / Structure of a news article / Five Ws and an H / Language of journalism / News leads / Professional emails.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενότητων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΤΥΠΟΙ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ
2	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΙ ΚΑΙ ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ
3	ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΟΜΗΣ ΑΡΘΡΟΥ/ΡΕΠΟΡΤΑΖ
4	ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ
5	ΣΥΝΤΑΞΗ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ ΡΕΠΟΡΤΑΖ (LEAD) ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ
6	ΣΥΝΤΑΞΗ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟΥ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ

Κείμενο αναφοράς

2.1.ΣΤ.1 | ΤΥΠΟΙ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ

Η εφημερίδα θεωρείται το παραδοσιακό μέσο ενημέρωσης των πολιτών για θέματα της επικαιρότητας. Ιστορικά, το πρώτο φύλλο εφημερίδας στην αγγλική γλώσσα εκτιμάται πως τυπώθηκε το 1665. Έκτοτε αναπτύχθηκαν διαφορετικά είδη εφημερίδων και ενημέρωσης. Στο πλαίσιο αυτό, η εισαγωγική ενότητα στοχεύει στην παρουσίαση της αγγλικής ορολογίας για την περιγραφή βασικών τύπων εφημερίδων και ειδήσεων.

Αρχικά, μέσα από τη μελέτη απλών κειμένων στην αγγλική γλώσσα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναγνωρίσουν τύπους εφημερίδων ανάλογα με τα τεχνικά χαρακτηριστικά τους. Θα γίνει αναφορά στη συχνότητα έκδοσης μιας εφημερίδας –για παράδειγμα, αν είναι ημερήσια (daily newspaper), εβδομαδιαία (weekly newspaper) ή κυριακάτικη έκδοση (Sunday edition)– καθώς και στο είδος της τεχνολογίας, αν δηλαδή είναι έντυπη (print) ή διαδικτυακή (online). Επίσης, θα εξεταστεί η μορφοποίηση, ανάλογα με το αν πρόκειται για εφημερίδα μεγάλου (broadsheets) ή μικρού σχήματος (tabloid).

Στη συνέχεια, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες χρήσιμες για την πληροφόρηση του αναγνωστικού κοινού σχετικά με το είδος της ενημέρωσης ενός άρθρου ή ρεπορτάζ. Θα μπορούν να ερμηνεύουν τη διαφορά μεταξύ της «σκληρής» ειδησεογραφίας (hard news), όπως τα οικονομικά νέα, και της «ανάλαφρης» ενημέρωσης (soft news), όπως τα κινηματογραφικά νέα. Παράλληλα, θα διακρίνουν βασικές κατηγορίες ειδήσεων όπως: έκτακτη είδηση (breaking news), ερευνητική δημοσιογραφία (investigative journalism), εκτενές αφιέρωμα (feature story) και ψυχαγωγική ενημέρωση (entertainment news).

Τέλος, προτείνεται οι καταρτιζόμενοι/-ες να εξασκηθούν στη χρήση τυποποιημένων φράσεων για την έκφραση ενδιαφέροντος στον προφορικό λόγο, ανεξάρτητα από το θέμα συζήτησης. Ενδεικτικά αναφέρονται οι εξής: “That’s interesting”, “That sounds amazing”, “That’s incredible”, “That’s a shame!”.

2.1.ΣΤ.2 | ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΙ ΚΑΙ ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ

Μια εφημερίδα παραδοσιακά οργανώνεται σε ενότητες και στήλες που φιλοξενούν άρθρα και απόψεις δημοσιογράφων, ανάλογα με τον ρόλο τους. Στην κατεύθυνση αυτή, η δεύτερη υποενότητα στοχεύει στην εξοικείωση των καταρτιζομένων με την αγγλική ορολογία για την περιγραφή επαγγελματικών ρόλων και ενοτήτων που συναντώνται κυρίως, αλλά όχι μόνο, σε μια εφημερίδα.

Αρχικά, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναγνωρίσουν τους συνήθεις ρόλους που περιλαμβάνονται στην πυραμίδα ιεραρχίας των δημοσιογράφων, των συντακτών και των ρεπόρτερ (journalists, editors and reporters). Θα μπορούν να αντιπαραβάλουν την αγγλική ορολογία με την αντίστοιχη ελληνική, να διακρίνουν τη σύνδεση μεταξύ των διαφορετικών ρόλων και να περιγράψουν τα καθήκοντα που αναλογούν σε καθέναν από αυτούς. Ενδεικτικά αναφέρονται οι εξής ρόλοι: editor-in-chief, copy editor, news editor, opinion editor, features editor, sports editor, photo/graphics editor. Στη συνέχεια, μέσα από τη μελέτη χαρακτηριστικών αποσπασμάτων, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατονομάσουν στα αγγλικά τις συνήθεις ενότητες μιας εφημερίδας ευρείας κυκλοφορίας. Θα γίνει αναφορά σε ενότητες όπως: τοπική επικαιρότητα (local news), διεθνής επικαιρότητα (international news), απόψεις (the opinion section), αθλητικά (the sports section), ψυχαγωγία (the entertainment section) και αγγελίες (the classified section).

Τέλος, προτείνεται οι καταρτιζόμενοι/-ες να εξασκηθούν στη διατύπωση προσωπικής άποψης για ένα επαγγελματικό θέμα. Θα μπορούν να εκφράζουν τη σύμφωνη γνώμη τους χρησιμοποιώντας εκφράσεις όπως “I agree with the suggestion...” και “You have a point there”, ή να διαφωνούν χρησιμοποιώντας αντίστοιχα φράσεις όπως “I really strongly disagree” και “I’d be much happier if...».

2.1.ΣΤ.3 | ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΟΜΗΣ ΑΡΘΡΟΥ/ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Οι απόφοιτοι/-ες της ειδικότητας προβλέπεται να αναγνωρίζουν και να διαμορφώνουν τη δομή ενός άρθρου ή ρεπορτάζ στην αγγλική γλώσσα. Στην κατεύθυνση αυτή, η τρίτη υποενότητα στοχεύει στην εξοικείωση των καταρτιζομένων με την οργάνωση της μορφής και του περιεχομένου των δημοσιογραφικών κειμένων στα αγγλικά.

Η μελέτη της δομής θα γίνει μέσα από την αντιπαραβολή της αγγλικής ορολογίας με την αντίστοιχη ελληνική. Αρχικά, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατονομάσουν και θα ερμηνεύσουν τον σκοπό των πέντε βασικών δομικών μερών: του τίτλου (headline), της υπογραφής του/της συντάκτη/-τριας (byline), της εισαγωγής (lead), του κυρίως σώματος (the body) και του επιλόγου (the ending).

Στη συνέχεια, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα συζητήσουν στα αγγλικά τη συνήθη διαμόρφωση του περιεχομένου ενός άρθρου. Θα αναδειχθεί η σημασία της χρήσης ενός ελκυστικού τίτλου (snappy headline), της παροχής περίληψης της είδησης (summary), της οργάνωσης των πληροφοριών σε παραγράφους (paragraphs), της παράθεσης δεδομένων (facts) και της αξιοποίησης δηλώσεων (quotes). Παράλληλα, θα αναδει-

χθούν τα θεμελιώδη ερωτήματα της δημοσιογραφίας: who, what, where, when, why και how (the five Ws and an H of journalism).

Για την εμπέδωση της ορολογίας της υποεπινότητας προτείνεται να δοθούν στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες αποσπάσματα διαφορετικών άρθρων/ρεπορτάζ στα αγγλικά, τα οποία αντιστοιχούν σε βασικά δομικά μέρη, με σκοπό να τα ταιριάζουν μεταξύ τους και να εντοπίσουν την είδηση που παρουσιάζεται.

2.1.ΣΤ.4 | ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

Έχοντας εξοικειωθεί με την αγγλική ορολογία για την περιγραφή της δομής ενός άρθρου ή ρεπορτάζ, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα προχωρήσουν στην απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων για την αναγνώριση των χαρακτηριστικών που διακρίνουν τον αγγλικό δημοσιογραφικό λόγο.

Μέσα από τη μελέτη απλών κειμένων στα αγγλικά, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τη γλώσσα και το ύφος της αγγλόφωνης δημοσιογραφίας. Θα αντιληφθούν την ευρεία χρήση της ενεργητικής φωνής, καθώς και τη σύνταξη σύντομων προτάσεων που ακολουθούν τον κανόνα “subject + verb + object” και αξιοποιούν ενεργητικά ρήματα. Θα εντοπίσουν παραδείγματα ζωντανού λόγου (vivid language), όπως είναι οι ρητορικές ερωτήσεις, οι μεταφορές, οι εικόνες και οι παρομοιώσεις. Θα είναι σε θέση να συζητήσουν τη χρήση και τον συνδυασμό ουσιαστικών, ρημάτων, επιθέτων και επιρρημάτων για τη δημιουργία εικόνων και αφηγήσεων (nouns, verbs, adjectives and adverbs in the news).

Προτείνεται να δοθεί έμφαση στη μελέτη του λεξιλογίου που συναντάται στους τίτλους των άρθρων. Ενδεικτικά αναφέρεται η χρήση σύντομων ουσιαστικών και ρημάτων, συχνά της καθομιλουμένης, όπως: accord (αντί του agreement), blow (αντί του disappointment ή setback), coup (αντί του change in government) και probe (αντί του ρήματος investigate). Κρίνεται επίσης σημαντικό να διδαχθούν ρήματα αναφοράς (reporting verbs) που συναντώνται στο κυρίως κείμενο, όπως: add, confirm, face, reveal, say, tell. Για την εμπέδωση της ορολογίας της υποεπινότητας θα μπορούσαν να δοθούν στους/τις εκπαιδευόμενους/-ες σύντομα ατιτλοφόρητα άρθρα/ρεπορτάζ στα αγγλικά, με σκοπό να γράψουν δικούς τους τίτλους.

2.1.ΣΤ.5 | ΣΥΝΤΑΞΗ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ ΡΕΠΟΡΤΑΖ (LEAD) ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ

Η εισαγωγή ρεπορτάζ κατέχει ιδιαίτερη θέση στην παρουσίαση μιας είδησης. Βοηθά τον/τη δημοσιογράφο να καθορίσει τον στόχο της συγγραφής, και το αναγνωστικό κοινό να αναγνωρίσει το είδος της είδησης. Στην κατεύθυνση αυτή, η προτελευταία ενότητα στοχεύει στην εξοικείωση των καταρτιζομένων με αγγλικές λέξεις, φράσεις και έννοιες εισαγωγής ρεπορτάζ.

Μέσα από τη μελέτη αυθεντικού υλικού, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα διακρίνουν και θα περιγράψουν διαφορετικά είδη εισαγωγής ρεπορτάζ (lead ή lede) στη διεθνή δημοσιογραφία. Η αρχή θα γίνει με το ευρέως διαδεδομένο είδος της συνοπτικής πα-

ρουσίασης της είδησης (summary lead), μέσω της απάντησης στα ουσιώδη ερωτήματα της δημοσιογραφίας. Θα ακολουθήσει αναφορά στο είδος που επικεντρώνεται σε ένα μεμονωμένο στοιχείο του ρεπορτάζ, προκειμένου να κεντρίσει το ενδιαφέρον του/της αναγνώστη/-τριας (single-item lead).

Στη συνέχεια, θα γίνει αναφορά στην αφηγηματική εισαγωγή που βασίζεται σε πληροφορίες με τις οποίες μπορεί να ταυτιστεί το κοινό (creative lead), καθώς και στην αντιπαραβολή της είδησης με κάτι που θεωρείται κοινή γνώση (analogy lead). Επίσης, θα συζητηθεί η εισαγωγή που θυμίζει γρίφο (short-sentence lead), όπου το κυρίως κείμενο ακολουθεί συνήθως σε διαφορετική σελίδα. Τέλος, θα παρουσιαστεί η τεχνική της ανάδειξης των βασικών σημείων του ρεπορτάζ πριν από την αποκάλυψη των πρωταγωνιστών (delayed identification lead).

Για την ανάπτυξη δεξιοτήτων γραπτού λόγου, προτείνεται οι καταρτιζόμενοι/-ες να αναλάβουν τη σύνταξη στα αγγλικά εισαγωγής ρεπορτάζ σε θέμα που απασχολεί την εκάστοτε επικαιρότητα, αναζητώντας πληροφορίες στο Διαδίκτυο και αιτιολογώντας παράλληλα την επιλογή του εκάστοτε είδους εισαγωγής.

2.1.ΣΤ.6 | ΣΥΝΤΑΞΗ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟΥ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ

Οι απόφοιτοι/-ες της ειδικότητας θα πρέπει να γνωρίζουν πώς να συντάξουν ηλεκτρονικά μηνύματα επαγγελματικού περιεχομένου στην αγγλική γλώσσα. Στην κατεύθυνση αυτή, η τελευταία υποενότητα στοχεύει στην εισαγωγή των καταρτιζόμενων στους βασικούς κανόνες σύνταξης μηνυμάτων στα αγγλικά, εστιάζοντας στην επιλογή ορθού λεξιλογίου και κατάλληλου ύφους.

Αρχικά, μέσα από απλά υποδείγματα ηλεκτρονικής αλληλογραφίας στα αγγλικά, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εμπεδώσουν τα βασικά βήματα σύνταξης μηνυμάτων επαγγελματικού περιεχομένου: έναρξη μηνύματος (starting a professional email), επεξήγηση του λόγου αποστολής (explaining the purpose), παροχή επιπλέον πληροφοριών (adding details), πρόσκληση σε δράση (call to action) και κλείσιμο – υπογραφή (adding a sign-off). Παράλληλα, θα εξασκηθούν στη σύνταξη αυτόματων απαντήσεων για περιπτώσεις απουσίας από το γραφείο (out-of-office reply).

Στη συνέχεια, θα γίνει αναφορά σε παραδείγματα επαγγελματικών μηνυμάτων στα αγγλικά, διαφορετικών γλωσσικών και υφολογικών επιπέδων, ανάλογα με το πλαίσιο επικοινωνίας. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα επικεντρωθούν στην αναγνώριση και ανάδειξη των διαφορών μεταξύ μηνυμάτων προς παραλήπτες/-τριες που γνωρίζουν και μηνυμάτων προς παραλήπτες/-τριες που δεν γνωρίζουν (writing a professional email to an unknown recipient). Παράλληλα, θα καταρτιστούν στη χρήση λέξεων με θετικό πρόσημο όπως “challenges” αντί για “obstacles” (προκλήσεις αντί για εμπόδια).

Για την εμπέδωση της ορολογίας της υποενότητας, προτείνεται οι καταρτιζόμενοι/-ες να παρακολουθήσουν οπτικοακουστικό υλικό για τη σύνταξη ηλεκτρονικών

μηνυμάτων στα αγγλικά (όπως προτείνεται στις συμπληρωματικές πηγές μελέτης), με σκοπό να συντάξουν μήνυμα αρχικά προς παραλήπτη/-τρια που γνωρίζουν και στη συνέχεια προς παραλήπτη/-τρια που δεν γνωρίζουν.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Moore, C. & Dooley, J. (χ.χ.). *Career Paths: Journalism*. Newbury: Express Publishing.
2. Taylor, J. & Zeter, J. (2018). *Career Paths: Business English*. Newbury: Express Publishing.

Συμπληρωματικές

1. *BBC New Leads*. (n.d.). Retrieved from:
<https://www.bbc.com/news/topics/c4y268p9mrxt>
2. Indeed, Editorial Team. (2022, December 28). *19 types of headlines*. Indeed. Retrieved from:
<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-headlines>
3. Marks, S. (2019). *Mastering Grammar for B1 – Greek edition*. Limassol: Burlington Books.

2.1.Z • ΧΡΗΣΗ Η/Υ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΓΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Χρήση Η/Υ και Διαδικτύου για δημοσιογραφικούς σκοπούς» είναι να περιγράψει τους τρόπους με τους οποίους οι Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) επηρεάζουν με πολλαπλούς τρόπους τους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας και κυρίως τον δημοσιογραφικό χώρο, τόσο σε εγχώριο όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Επιπλέον, σκοπός του συγκεκριμένου μαθήματος είναι να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με το περιβάλλον των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του Διαδικτύου, ώστε να είναι σε θέση να αναζητούν αποτελεσματικά δημοσιογραφικές πληροφορίες, ειδήσεις και δημοσιεύματα σε αυτό, να γνωρίσουν τον επαγγελματικό τρόπο λειτουργίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και να είναι ικανοί/-ές να συντάξουν δημοσιογραφικά κείμενα στον ηλεκτρονικό υπολογιστή, καθώς και να δημιουργούν παρουσιάσεις με τη βοήθεια των κατάλληλων προγραμμάτων και εφαρμογών.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Διακρίνουν τις λειτουργίες των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνίας (ΤΠΕ) στο σύγχρονο περιβάλλον και τον τρόπο με τον οποίο αυτές επηρεάζουν τους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας, σε εγχώριο αλλά και παγκόσμιο επίπεδο,
- Γνωρίζουν το περιβάλλον των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media),
- Περιγράφουν το διαδικτυακό δημοσιογραφικό τοπίο,
- Εξηγούν τη συνεισφορά του Διαδικτύου στη σύγχρονη δημοσιογραφία,
- Παράγουν με ενεργό τρόπο διαδικτυακό περιεχόμενο, συμβάλλοντας έτσι στην παγκόσμια κοινωνία της πληροφορίας,
- Συντάσσουν στον ηλεκτρονικό υπολογιστή ποικίλα δημοσιογραφικά κείμενα,
- Προετοιμάζουν στον ηλεκτρονικό υπολογιστή επαγγελματικές παρουσιάσεις,
- Επαληθεύουν διαδικτυακές δημοσιογραφικές πηγές εφαρμόζοντας σύγχρονες τεχνικές επαλήθευσης πληροφοριών,
- Χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες προς μια κατεύθυνση εξέλιξης του επαγγέλματος του/της δημοσιογράφου,
- Εξοικειώνονται με τη χρήση του Διαδικτύου αναφορικά με τον εντοπισμό δημοσιογραφικών πηγών,
- Υιοθετούν τις πιο σύγχρονες δημοσιογραφικές πρακτικές, συμπεριλαμβανομένης και της ενεργής χρήσης του Διαδικτύου.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Επεξεργαστής κειμένου / Μορφοποίηση κειμένων / Δημιουργία παρουσιάσεων / Διαδικτυακή επικοινωνία / Συνεργασία μέσω Διαδικτύου / Υπηρεσίες Διαδικτύου για διαμοιρασμό πληροφοριών / Κοινωνικά δίκτυα / Podcast / Αναζήτηση πληροφοριών / Αξιολόγηση αξιοπιστίας πληροφοριών.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (3), Σύνολο (3).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΧΡΗΣΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΤΗ ΚΕΙΜΕΝΟΥ ΓΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΓΓΡΑΦΩΝ
2	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΩΝ
3	ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ
4	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΜΜΕ
5	ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ
6	ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΜΕ

Κείμενο αναφοράς

2.1.Z.1 | ΧΡΗΣΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΤΗ ΚΕΙΜΕΝΟΥ ΓΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΓΓΡΑΦΩΝ

Η μαθησιακή υποενότητα «Χρήση επεξεργαστή κειμένου για επεξεργασία και διαμόρφωση εγγράφων» επικεντρώνεται σε τεχνικά θέματα που είναι απαραίτητα για την κατανόηση και αποτελεσματική χρήση ενός επεξεργαστή κειμένου. Τα τεχνικά αυτά θέματα καλύπτουν μια ευρεία γκάμα δεξιοτήτων που απαιτούνται για τη δημιουργία και επεξεργασία εγγράφων με επαγγελματικό τρόπο. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν τα βασικά στοιχεία του περιβάλλοντος του επεξεργαστή κειμένου, συμπεριλαμβανομένων των μενού, των εργαλείων, των μορφών αποθήκευσης, των εκδόσεων, και των επιλογών διαμόρφωσης κειμένου. Η ενότητα συνεχίζει με την εκμάθηση των βασικών λειτουργιών όπως εισαγωγή και διαγραφή κειμένου, αποθήκευση και άνοιγμα αρχείων. Η διδασκαλία πρέπει να επικεντρωθεί στη μορφοποίηση και τη διαμόρφωση του κειμένου, με την εφαρμογή διαφόρων στυλ κειμένου, τη δημιουργία τίτλων, τη διαμόρφωση παραγράφων, τη χρήση λιστών και τη διαχείριση πινάκων, καθώς και την εισαγωγή εικόνων και γραφικών στοιχείων. Πρέπει να καλυφθούν θέματα όπως η δημιουργία υποσημειώσεων, η διαμόρφωση σελίδας, οι επιλογές εκτύπωσης και οι διαφορετικές προβολές.

Εκτός από τις τεχνικές πτυχές, η μαθησιακή ενότητα επιδιώκει να βοηθήσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να αναπτύξουν την ικανότητα να εκφράζουν αποτελεσματικά τις ιδέες τους μέσω του γραπτού λόγου. Ενισχύει τη δημιουργικότητα και την οργάνωση κειμένων μέσω παραδειγμάτων επαγγελματικών εγγράφων. Επιπρόσθετα, πρέπει να υπάρξουν υποδείγματα εγγράφων για τυπικές λειτουργίες, όπως αιτήσεις, ανάπτυξη βιογραφικού σημειώματος, δημιουργία άρθρων και αναφορές.

2.1.Z.2 | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΩΝ

Η μαθησιακή ενότητα «Δημιουργία παρουσιάσεων» αποτελεί μια σημαντική πτυχή της χρήσης εφαρμογών γραφείου, με έμφαση στην ανάπτυξη των δεξιοτήτων παρουσίασης πληροφοριών με θελκτικό τρόπο. Τα θέματα που πρέπει να διδαχθούν σε

αυτό το πλαίσιο αντικατοπτρίζουν την ανάγκη για δημιουργική προσέγγιση και αποτελεσματική παρουσίαση δεδομένων τουριστικού ενδιαφέροντος ή πληροφοριών επιχειρηματικού ενδιαφέροντος.

Αρχικά, πρέπει να γίνει εισαγωγή στη σημασία των παρουσιάσεων στον σύγχρονο κόσμο, με καθορισμό των στόχων της παρουσίασης και των οφελών από την αποτελεσματική εμφάνιση των πληροφοριών. Πρέπει να υπάρξει αναφορά και χρήση των διαφορετικών δομικών στοιχείων μιας παρουσίασης, όπως διαφάνειες, διαγράμματα, γραφικά και ενσωμάτωση βίντεο. Πρέπει να γίνει σύντομη αναφορά στις κοινές λειτουργίες των εργαλείων γραφείων, π.χ. άνοιγμα, αποθήκευση, και να υπάρξει εστίαση στις επιλογές εκτύπωσης, χρήσης θεμάτων, εφέ μετάβασης και σε εύρεση και χρήση εξωτερικών προτύπων σχεδίασης. Οι εκπαιδευτές/-τριες πρέπει να επιδείξουν έτοιμες παρουσιάσεις εστιασμένες στην παρουσίαση τουριστικών πληροφοριών και να βοηθήσουν τους/τις καταρτιζόμενους/-ες να δημιουργήσουν οπτικά ευχάριστες παρουσιάσεις που δείχνουν με οπτικό και εύληπτο τρόπο πολύπλοκα δεδομένα. Έμφαση πρέπει να δοθεί στη δομή και τον ρυθμό της παρουσίασης, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να μάθουν να οργανώνουν τις πληροφορίες τους με λογική σειρά, προκειμένου να διατηρούν το ενδιαφέρον του κοινού. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποεπάρκειας, θα πρέπει να δημιουργηθούν παρουσιάσεις σε μικρές ομάδες καταρτιζομένων για κάποιο θέμα, ώστε να γίνει μια βιωματική προσέγγιση των διδασκόμενων θεμάτων.

2.1.2.3 | ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Με την ταχεία εξέλιξη της τεχνολογίας, είναι αναγκαίο να κατανοήσουν οι καταρτιζόμενοι/-ες τα πλεονεκτήματα και τους κινδύνους που σχετίζονται με τα διαδικτυακά εργαλεία. Είναι απαραίτητο να μάθουν πώς να πλοηγούνται με ασφάλεια στο Διαδίκτυο, να αναγνωρίζουν πηγές αξιόπιστης πληροφόρησης και να αναπτύσσουν κριτική σκέψη σε σχέση με τις πληροφορίες που συναντούν online. Επίσης, πρέπει να εξεταστούν ηθικά ζητήματα που συνδέονται με την ιδιωτικότητα και την ασφάλεια στο Διαδίκτυο. Θα αναζητηθούν ιστοσελίδες δημοσιογραφικού περιεχομένου και θα μελετηθούν οι τεχνικές τους δυνατότητες. Επιπρόσθετα, τεχνικά θέματα όπως αγορά domain, δημιουργία ιστοσελίδας ή blog πρέπει να συζητηθούν, ώστε οι καταρτιζόμενοι/-ες να γνωρίζουν τις τεχνικές απαιτήσεις και τα οφέλη της παρουσίας τους στο Διαδίκτυο. Θέματα σχετικά με τα προσωπικά δεδομένα και ο Γενικός Κανονισμός για την Προστασία των Δεδομένων (ΓΚΠΔ) είναι σημαντικά.

Σε πρακτικό επίπεδο, θα μάθουν να διαχειρίζονται το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο στέλνοντας απλά μηνύματα και μηνύματα με επισυνάψεις. Θα γίνει αναφορά σε κανόνες δεοντολογίας στην αποστολή μηνυμάτων, αλλά και σε πρακτικά θέματα που σχετίζονται με το μέγεθος των επισυνάψεων. Θα γίνει χρήση διαδικτυακών υπηρεσιών για διαμοιρασμό πληροφοριών και συνεργασία. Θα παρουσιαστούν υπηρεσίες, όπως τα έγγραφα Google, το Dropbox, το WeTransfer και οι υπηρεσίες συντόμευσης

διαδικτυακών διευθύνσεων (url shorteners). Στη συνέχεια, θα γίνει αναφορά σε αποθετήρια εικόνων όπως το unsplash.com και το magnific.com και άλλα παρόμοια αποθετήρια, για χρήση εικόνων σε άρθρα.

2.1.Z.4 | ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΜΜΕ

Η υποεπάρκεια στοχεύει στην παροχή γνώσεων και δεξιοτήτων που απαιτούνται για τον εντοπισμό των κατάλληλων πληροφοριών, για μελέτη και έρευνα από δημοσιογράφους. Αρχικά θα γίνει αναλυτική παρουσίαση των δυνατοτήτων των σύγχρονων μηχανών αναζήτησης. Στην ενότητα θα επιδειχθούν τα συστήματα τεχνητής νοημοσύνης, ο τρόπος χρήσης τους, αλλά και υπηρεσίες ελέγχου λογοκλοπής. Είναι σημαντικό οι καταρτιζόμενοι/-ες να αναπτύξουν εμπειρία τεχνικών αναζήτησης, ώστε να καταλήγουν σε επιτυχείς έρευνες από άποψη συνάφειας αποτελεσμάτων και πολύπλευρης ενημέρωσης για ένα θέμα.

Ιστοσελίδες δωρεάν βιβλίων, εξειδικευμένες υπηρεσίες για άρθρα εφημερίδων, πρόσβαση σε ηλεκτρονικούς καταλόγους βιβλιοθηκών είναι κάποια από τα θέματα που περιλαμβάνονται στην υποεπάρκεια. Οι ειδησεογραφικές ιστοσελίδες που προσφέρουν ειδήσεις και άρθρα για μια ευρεία γκάμα θεμάτων θα χρησιμοποιηθούν ως πηγές. Κάποια δημοφιλή παραδείγματα περιλαμβάνουν το BBC News, το CNN, το Reuters, τους The New York Times και πλήθος ελληνικών ειδησεογραφικών ιστοσελίδων.

Η έννοια των αναφορών σε ένα άρθρο και η μελέτη βιβλιογραφίας είναι κάποιες από τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες που πρέπει να αναπτυχθούν στους/στις καταρτιζόμενους/-ες. Υπάρχουν πολλές εφαρμογές ειδήσεων για κινητά τηλέφωνα και τάμπλετ που προσφέρουν ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο.

Όλα τα παραπάνω θα τους/τις επιτρέψουν, στο υπόλοιπο των σπουδών τους, να αντεπεξέλθουν με ευχέρεια στις εργασίες που τους/τις ανατίθενται αφού θα έχουν κατακτήσει το βασικό ζητούμενο που είναι ο εντοπισμός των κατάλληλων κάθε φορά πληροφοριών.

2.1.Z.5 | ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ

Η μαθησιακή υποεπάρκεια «Κοινωνικά μέσα και πληροφόρηση» εξετάζει τον ρόλο των κοινωνικών μέσων στην πληροφόρηση και τη δημοσιογραφία. Παρουσιάζονται κριτικά διάφορα θέματα που αφορούν τις ευκαιρίες και τις προκλήσεις που προκύπτουν από την ψηφιακή εξέλιξη. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα γνωρίσουν διάφορα κοινωνικά μέσα με έμφαση στους σκοπούς και τον τρόπο χρήσης τους. Εκτός από τα πιο γνωστά στους νέους κοινωνικά μέσα, θα χρησιμοποιήσουν και κοινωνικά μέσα, όπως το LinkedIn, και θα δημιουργήσουν επαγγελματικούς λογαριασμούς. Θα διδαχθούν καλές πρακτικές χρήσης των κοινωνικών μέσων, συμπεριλαμβάνοντας την επιβεβαίωση πηγών και τη διαχείριση των fake news. Είναι απαραίτητο να συζητηθούν τρόποι ελέγχου της αξιοπιστίας των αναρτήσεων που εμφανίζονται στα κοινωνικά δίκτυα. Η αναγνώριση των μη αξιόπιστων προφίλ στα κοινωνικά μέσα είναι ένα πολύ σημα-

ντικό θέμα και θα δοθούν κριτήρια αναγνώρισής τους, π.χ. διάστημα παρουσίας στα κοινωνικά μέσα, ελάχιστα ή καθόλου πληροφοριακά στοιχεία κ.ά.

Θα προταθούν χρήσιμα εργαλεία διαχείρισης κοινωνικών μέσων, όπως εργαλεία προγραμματισμού αναρτήσεων. Θα διδαχθούν θέματα όπως η χρήση των hashtags και των trending topics για την αύξηση της εμβέλειας των αναρτήσεων. Θέματα σχετικά με τους κανόνες δεοντολογίας κατά την ανάρτηση πληροφοριών καθώς και ζητήματα ασφάλειας και ιδιωτικότητας θα διδαχθούν στους καταρτιζόμενους/-ες. Είναι σημαντικό να κατανοήσουν ότι οι πηγές πρέπει να αναφέρονται στις αναρτήσεις τους και να ενημερωθούν για θέματα πνευματικής ιδιοκτησίας.

2.1.Ζ.6 | ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΜΕ

Στην υποενοότητα αυτή θα εξεταστούν διάφορες τεχνολογικές δυνατότητες που ενισχύουν τον ρόλο του/της δημοσιογράφου. Αρχικά, θα γίνει αναφορά στην έννοια του Podcast και στη συνέχεια θα παρουσιαστούν εργαλεία και τεχνικές για τη δημιουργία του. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τα αρχεία mp3 και mp4, τα χαρακτηριστικά τους και τα κατάλληλα εργαλεία επεξεργασίας. Ακολουθεί η διδασκαλία για τη δημιουργία ψηφιακού καναλιού στο YouTube και τις παρεχόμενες υπηρεσίες του, μέσα από παραδείγματα και συνεργατικές εργασίες.

Ζητήματα όπως οι επιθέσεις κυβερνοασφάλειας και οι παραβιάσεις δεδομένων προσεγγίζονται τόσο από δημοσιογραφική όσο και από πρακτική σκοπιά. Επίσης, εξετάζονται πρακτικά θέματα όπως η δημιουργία QR codes, η προσθήκη υδατογραφημάτων σε εικόνες, ο διαμοιρασμός πληροφοριών και η προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων. Η ενότητα περιλαμβάνει ακόμη τις δυνατότητες και τις προκλήσεις που φέρνουν στη δημοσιογραφία η εικονική (VR) και η επαυξημένη πραγματικότητα (AR). Τέλος, θα συζητηθούν θέματα διαφήμισης στο Διαδίκτυο και βελτιστοποίησης για τις μηχανές αναζήτησης (SEO). Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα γνωρίσουν τις εφαρμογές της τεχνητής νοημοσύνης και των Chatbots στην αυτόματη παραγωγή ειδήσεων, την ανάλυση δεδομένων και την αλληλεπίδραση με το κοινό, πειραματιζόμενοι/-ες με τα ανάλογα εργαλεία.

Απώτερος σκοπός της υποενοότητας είναι να έρθουν οι καταρτιζόμενοι/-ες σε επαφή με σύγχρονα θέματα και τεχνολογίες πληροφορικής που θα επηρεάσουν την ενημέρωση και το επάγγελμα του/της δημοσιογράφου.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Συλλογικό Έργο. (2021). *7+1 Ελληνικά Microsoft Windows 10 – Office 2019/365*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
2. Δρόσος, Δ., Βουγιούκας, Δ., Καλλίγερος, Ε., Κοκολάκης, Σ. & Σκιάνης, Χ. (2015). *Εισαγωγή στην επιστήμη των υπολογιστών & επικοινωνιών* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://hdl.handle.net/11419/4582>

Συμπληρωματικές

1. Δαγδιλέλης, Β., Ευαγγελίδης, Γ., Σατρατζέμη, Μ. & Φαχαντίδης, Ν. (2016). *Εισαγωγή στη χρήση Η/Υ*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.
2. Εθνική Ακαδημία Ψηφιακών Ικανοτήτων. Ανακτήθηκε από: <https://nationaldigitalacademy.gov.gr/mathimata>

2.1.Η • ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Διαδικτυακή δημοσιογραφία» είναι να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με τη διαχείριση των δημοσιογραφικών πληροφοριών για τη δημιουργία ειδήσεων για το Διαδίκτυο. Το συγκεκριμένο μάθημα εισάγει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες στον ψηφιακό δημοσιογραφικό κόσμο. Στο πλαίσιο του εν λόγω μαθήματος, αναπτύσσονται ζητήματα όπως η έρευνα και η συλλογή πληροφοριών στο Διαδίκτυο και η εύρεση, η αξιολόγηση και η χρήση των διαδικτυακών πηγών. Επιπλέον, οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω της συγκεκριμένης ενότητας, έχουν τη δυνατότητα να μάθουν να διαχειρίζονται τη ροή μιας ειδησεογραφικής ιστοσελίδας, καθώς και να δημιουργούν προσωπικά ιστολόγια (blogs). Αντικείμενο του συγκεκριμένου μαθήματος είναι, επίσης, η ανάλυση ζητημάτων αξιοπιστίας και εγκυρότητας που προκύπτουν κατά την πλοήγηση στο Διαδίκτυο.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Διακρίνουν τα όρια του ψηφιακού κόσμου,
- Προσδιορίζουν την ακρίβεια των δημοσιογραφικών πηγών,
- Εξηγούν τα πιθανά ζητήματα αξιοπιστίας και εγκυρότητας που εμφανίζονται σε διάφορες ιστοσελίδες,

- Συντάσσουν δημοσιογραφικά κείμενα με ειδησεογραφικό ενδιαφέρον για το Διαδίκτυο,
- Δημιουργούν ένα ιστολόγιο (blog) με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον,
- Οργανώνουν τη ροή μιας ειδησεογραφικής ιστοσελίδας,
- Ελέγχουν την αξιοπιστία των διαδικτυακών πηγών ενημέρωσης,
- Συντάσσουν δημοσιογραφικά κείμενα για συγκεκριμένες ιστοσελίδες, ποικίλης θεματολογίας,
- Αναζητούν στο Διαδίκτυο δημοσιογραφικές πληροφορίες,
- Συλλέγουν ακριβείς διαδικτυακές πληροφορίες,
- Επαληθεύουν την αξιοπιστία μη επίσημων πηγών που θα εντοπίσουν στο Διαδίκτυο,
- Υιοθετούν τις πιο σύγχρονες δημοσιογραφικές πρακτικές,
- Αποδέχονται τη νέα, διαδικτυακή εποχή της δημοσιογραφίας.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (2), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ
2	ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΙΣΤΟΥ: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ
3	ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΙΣΤΟΥ: ΟΙ ΕΠΟΜΕΝΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ
4	ΕΡΕΥΝΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ
5	ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ
6	ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Κείμενο αναφοράς

2.1.Η.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Στόχος της εισαγωγικής μαθησιακής υποενότητας είναι να εισαγάγει τους καταρτιζόμενους/-ες στον ψηφιακό δημοσιογραφικό κόσμο και να τους εξοικειώσει με τις αλλαγές που έχει δεχτεί το επάγγελμα της παραδοσιακής δημοσιογραφίας. Στο πλαίσιο αυτής της ενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα διακρίνουν τα όρια του ψηφιακού κόσμου και θα μάθουν να ξεχωρίζουν τα παραδοσιακά από τα νέα (ή/και ψηφιακά) μέσα δημοσιογραφίας. Θα αντιληφθούν τα σημεία που χαρακτηρίζουν τα νέα μέσα (σύγκλιση, φορητότητα, εξατομίκευση περιεχομένου, αυξημένη διαδραστικότητα και δυνατότητα ελέγχου, σημασιολογική σήμανση, χρήση αλγορίθμων κ.λπ.) και, συνεπώς, θα κατανοήσουν γιατί αλλάζει και το περιεχόμενο που παράγουμε στα νέα μέσα.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες κατανοούν πως η δημοσιογραφία έχει περάσει σε μια νέα εποχή αλλά και το κοινό έχει πλέον νέες συνήθειες κατανάλωσης περιεχομένου. Θα διακρίνουν φαινόμενα όπως η πληροφοριακή υπερφόρτωση, η υπερβολική θέαση περιεχομένου (binge watching), η επιφανειακή ενημέρωση μέσω τίτλων ή ο φόβος του να χάσει κάποιος τι συμβαίνει στην επικαιρότητα (σύνδρομο FOMO).

Στη συνέχεια, θα εξοικειωθούν με σύγχρονες δημοσιογραφικές πρακτικές, κατανοώντας την έννοια, τη λειτουργία αλλά και τα βασικά χαρακτηριστικά τους. Πιο συγκεκριμένα, καλούνται να καταλάβουν πώς λειτουργεί η συμμετοχική δημοσιογραφία και γιατί οι τεχνικές δημοσιογραφίας δεδομένων είναι απαραίτητο εργαλείο για τον/τη σύγχρονο/-η δημοσιογράφο. Ακόμη, θα κληθούν να κατανοήσουν και να τοποθετηθούν κριτικά απέναντι στο φαινόμενο της δημοσιογραφίας των πολιτών.

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να παρουσιάσουν στο πλαίσιο του εργαστηρίου αναλύσεις σχετικά με τα χαρακτηριστικά του νέου ψηφιακού κόσμου και να εξηγήσουν γιατί η δημοσιογραφία αλλάζει μορφή.

2.1.Η.2 | ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΙΣΤΟΥ: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ

Στόχος αυτής της μαθησιακής υποενότητας είναι να κατανοήσουν οι καταρτιζόμενοι/-ες πώς άλλαξε το επικοινωνιακό περιβάλλον μετά την εμφάνιση του Διαδικτύου. Για αυτόν τον λόγο, θα εμβαθύνουν στην ιστορική εξέλιξη του Διαδικτύου. Θα μάθουν να διακρίνουν το Διαδίκτυο από τον παγκόσμιο ιστό και θα καταλάβουν τους λόγους που οδήγησαν στην εφεύρεση του πρώτου δικτύου ARPANET. Επίσης, θα κατανοήσουν τους λόγους για τους οποίους χρησιμοποιήθηκε και έγινε ευρέως γνωστό το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.

Η ενότητα αυτή προσφέρει τις βάσεις για τη διάκριση των εποχών του παγκόσμιου ιστού σε Web 1.0, Web 2.0 και Web 3.0. Ο παγκόσμιος ιστός 1.0 (Web 1.0) αναπτύχθηκε κατά την περίοδο 1994-2004. Στο πρωταρχικό αυτό στάδιο περιλάμβανε στατικές ιστοσελίδες, χωρίς δυνατότητα αμφίδρομης επικοινωνίας ή παρέμβασης στο περιεχόμενο από την πλευρά του κοινού. Οι χρήστες μπορούσαν μόνο να ανακτούν πληροφορίες με αργές ταχύτητες, μέσω οικιακής σύνδεσης dial-up. Ο όρος Web 2.0 χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 2004 για να προσδιορίσει τη δεύτερη γενιά του παγκόσμιου ιστού. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εμβαθύνουν σε αυτή την εποχή, κατά την οποία το κοινό απέκτησε τη δυνατότητα αλληλεπίδρασης και συμμετοχής, ενώ αναδύθηκε το περιεχόμενο που δημιουργείται από τους χρήστες (User-Generated Content: UGC). Επιπλέον, πολλές συσκευές, πέραν του υπολογιστή, απέκτησαν δυνατότητα σύνδεσης στο Διαδίκτυο (κινητά τηλέφωνα, τάμπλετ, έξυπνες τηλεοράσεις). Οι χρήστες/-τριες μπορούσαν πλέον όχι μόνο να λαμβάνουν αλλά και να δημοσιεύουν περιεχόμενο (blogs, wikis, RSS, tags κ.λπ.). Στις αρχές της δεκαετίας του

2000 έγινε επίσης εφικτή η ροή δεδομένων (streaming) μέσω λογισμικών όπως το RealPlayer, το QuickTime της Apple και το Windows Media Player.

Μετά το τέλος αυτής της υποενοότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν κατανοήσει πώς η εξέλιξη της τεχνολογίας σε συνδυασμό με την ανάπτυξη έξυπνων συσκευών (κινητά, τάμπλετ) έδωσε μια νέα δυναμική στη διαχείριση της πληροφορίας.

2.1.H.3 | ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΙΣΤΟΥ: ΟΙ ΕΠΟΜΕΝΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενοότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες κατανοούν με ποιον τρόπο έγινε εφικτή η αμφίδρομη διαχείριση της πληροφορίας. Αντιλαμβάνονται, επίσης, πως δημιουργήθηκε ένας νέος τύπος πληροφορίας, η κοινωνική πληροφορία, που αντιστοιχεί σε ερασιτεχνικό οπτικοακουστικό υλικό, προσωπικά δεδομένα, βίντεο και φωτογραφίες από κάθε χρήστη ξεχωριστά. Σε αυτό το πλαίσιο, διακρίνουν την εμφάνιση των πρώτων μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, YouTube κ.λπ.) και κατανοούν την εξέλιξή τους.

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενοότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν τις ευκαιρίες και τις προκλήσεις που φέρνει στη διαχείριση της πληροφορίας η νέα εποχή του παγκόσμιου ιστού. Το επερχόμενο Web 3.0 δεν θα μεταφέρει απλώς πληροφορίες, αλλά θα μπορεί να κατανοεί τη σημασία τους μέσω πλήρως αυτοματοποιημένων διαδικασιών και να λειτουργεί έξυπνα, βελτιστοποιώντας τη χρησιμότητά τους. Οι μηχανές θα μπορούν να διαβάζουν και να κατανοούν την πληροφορία, ενώ τα ψηφιακά αντικείμενα δεν θα είναι πλέον αντιληπτά μόνο από τους ανθρώπους.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες κατανοούν τις βασικές αρχές του παγκόσμιου ιστού τρίτης γενιάς, όπως αυτές αναπτύσσονται από το World Wide Web Consortium (W3C), μια διεθνή κοινότητα που δημιουργεί πρότυπα υψηλής ποιότητας, οδηγώντας τον παγκόσμιο ιστό στο μέγιστο των δυνατοτήτων του. Μετά το τέλος αυτής της υποενοότητας, θα έχουν μάθει να διακρίνουν τους λόγους για τους οποίους η δημοσιογραφία οφείλει να επαναπροσδιορίσει τα εργαλεία της και τους τρόπους διαχείρισης της πληροφορίας.

2.1.H.4 | ΕΡΕΥΝΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενοότητα έχει ως στόχο να εξοικειώσει τους καταρτιζόμενους/-ες με γνώσεις και τεχνικές που επιτρέπουν την αξιόπιστη αναζήτηση δημοσιογραφικών πληροφοριών στο Διαδίκτυο. Αρχικά, θα κατανοήσουν τη σημασία της αναζήτησης πηγών και πληροφοριών που δεν ενέχουν προκαταλήψεις, συμφέροντα ή άλλους παράγοντες χαμηλής αξιοπιστίας.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με υπηρεσίες και εργαλεία αναζήτησης, διακρίνοντας τις μηχανές αναζήτησης, τους θεματικούς καταλόγους και τις διαδικτυακές πύλες. Ακόμη, θα μελετήσουν ελληνικές και διεθνείς μηχανές αναζήτησης. Παράλληλα, θα αντιληφθούν τη σημασία των λέξεων-κλειδιών, καθώς και τον ορθό τρόπο σύνταξής τους στις μηχανές αναζήτησης για τη βελτιστοποίηση των αποτε-

λεσμάτων. Στη συνέχεια, θα μάθουν να αναγνωρίζουν τα κριτήρια αναζήτησης που εξασφαλίζουν την αξιοπιστία και την ακρίβεια της πληροφορίας. Θα εξασκηθούν σε τεχνικές επαλήθευσης (fact-checking) και θα μάθουν να χρησιμοποιούν διεθνείς ιστότοπους επαλήθευσης για τον έλεγχο των πηγών που έχουν συλλέξει.

Με αυτόν τον τρόπο, θα αναγνωρίζουν ευκολότερα τις ψευδείς ειδήσεις (fake news) και θα μπορούν να εξηγούν πιθανά ζητήματα αξιοπιστίας και εγκυρότητας που εμφανίζονται σε διάφορες ιστοσελίδες. Τέλος, θα αναλύσουν παραδείγματα έγκυρων ειδησεογραφικών ιστοτόπων και θα εξηγήσουν την αξία των ρεπορτάζ τους.

2.1.Η.5 | ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν να συντάσσουν δημοσιογραφικά κείμενα με ειδησεογραφικό ενδιαφέρον για το Διαδίκτυο. Αρχικά, θα κατανοήσουν τις έννοιες του κειμένου και του υπερκειμένου, καθώς και τα βασικά εργαλεία επεξεργασίας και δημοσίευσης σε μια ιστοσελίδα. Εξοικειώνονται με τις πιο δημοφιλείς πλατφόρμες διαχείρισης περιεχομένου (ΣΔΠ: CMS) και μαθαίνουν τις βασικές τεχνικές λειτουργίας τους. Στο πλαίσιο αυτό, θα αναπτύξουν δεξιότητες χρήσης ενός δωρεάν συστήματος (π.χ. WordPress) και θα κληθούν να δημιουργήσουν το δικό τους ιστολόγιο (blog) ή τη δική τους πλατφόρμα, δημοσιεύοντας ατομικά ή ομαδικά κείμενα.

Έμφαση δίνεται στη δημοσίευση πολυμεσικού υλικού. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τη σημασία της ανάρτησης, παράλληλα με το κείμενο, πληροφοριών σε μορφή ήχου, φωτογραφίας, βίντεο και γραφικών αναπαραστάσεων δεδομένων (infographics). Θα κληθούν να αναζητήσουν τέτοιου είδους περιεχόμενο στο Διαδίκτυο και να το χρησιμοποιήσουν στην κατάλληλη μορφή, αποδίδοντας πάντα την προέλευση της κάθε πηγής.

Με την ολοκλήρωση της υποενότητας, θα είναι σε θέση να οργανώνουν τη ροή μιας ειδησεογραφικής ιστοσελίδας και να δημοσιεύουν δημοσιογραφικά κείμενα ποικίλης θεματολογίας.

2.1.Η.6 | ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Στην τελευταία μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναγνωρίσουν την αξία των τεχνικών βελτιστοποίησης περιεχομένου για μηχανές αναζήτησης (SEO) και θα διακρίνουν τη σημασία τους για δημοσιογράφους και ενημερωτικές ιστοσελίδες. Μία από τις πρώτες τεχνικές που θα μάθουν είναι η αναζήτηση λέξεων κλειδίων στο Διαδίκτυο, με τη χρήση δωρεάν εργαλείων όπως είναι το Google Keyword Planner. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν βασικές τεχνικές για να γράφουν κείμενα που θα εμπεριέχουν συγκεκριμένες λέξεις-κλειδιά και θα είναι φιλικά προς τις μηχανές αναζήτησης. Παράλληλα, θα γράψουν τίτλους που θα είναι σύντομοι, κατανοητοί και θα εμπεριέχουν κομβικές λέξεις-κλειδιά.

Ακόμα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τους τρόπους με τους οποίους γράφεται ένα σωστό url και τους τρόπους με τους οποίους τοποθετούνται Meta Tags πριν από τη δημοσίευση ενός κειμένου. Ακόμα, θα αντιληφθούν την καίρια σημασία που έχει η τοποθέτηση υπερκειμένου σε κάθε είδηση. Τέλος, θα διακρίνουν τις διαφορές μεταξύ βελτιστοποίησης περιεχομένου εντός και εκτός ιστοσελίδας.

Μετά το τέλος της ενότητας, θα έχουν εξοικειωθεί με τη χρήση τεχνικών SEO χωρίς όμως να παραβλέπουν ότι το καλό, αξιόπιστο περιεχόμενο είναι πάντα ο σπουδαιότερος παράγοντας ποιότητας ενός κειμένου.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Μύρτου, Ν. & Πουλακιδάκος, Σ. (χ.χ.). *Παραγωγή και Διαχείριση Πληροφορίας στο Ψηφιακό Περιβάλλον* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Αθήνα: ΕΚΠΑ, Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Ανακτήθηκε από: <https://opencourses.gr/opencourse.xhtml?id=20454&ln=el>
2. Γιομελάκης, Δ. (2019). *Ειδήσεις στο Διαδίκτυο: χρήση και επίδραση τεχνολογικών εργαλείων στο δημοσιογραφικό περιεχόμενο και τα διαδικτυακά ΜΜΕ* [Διδακτορική διατριβή]. Θεσσαλονίκη: ΑΠΘ, Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών, Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ. Ανακτήθηκε από: <https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/47652>

Συμπληρωματικές

1. Ποδάρα, Α. (2023). *Δημοσιογραφία, Νέα Μέσα και Παραγωγή Περιεχομένου* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Ανακτήθηκε από: <http://bit.ly/3NOrW8D>

2.2 • ΕΞΑΜΗΝΟ Β΄

2.2.A • ΤΕΧΝΙΚΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Στόχος της μαθησιακής ενότητας «Τεχνική Συνέντευξης» είναι να διδάξει στους/στις καταρτιζόμενους/-ες τον ρόλο και την ιδιαίτερη σημασία της συνέντευξης στο πλαίσιο άσκησης του δημοσιογραφικού έργου. Στόχος είναι οι καταρτιζόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με τα διαφορετικά είδη των συνεντεύξεων (π.χ. πορτρέτο, μάρτυρα, ειδικού), να εκπαιδευτούν πάνω στον τρόπο γραφής των δημοσιογραφικών συνεντεύξεων και προσέγγισης των συνεντευξιαζομένων, με αποτέλεσμα να παράγουν δημοσιογραφικές συνεντεύξεις, οι οποίες προορίζονται για δημοσίευση στον Τύπο, την τηλεόραση, το ραδιόφωνο και το Διαδίκτυο. Επιπλέον, οι καταρτιζόμενοι/-ες μέσω της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας θα διδαχθούν πώς να προετοιμάζουν έναν οδηγό συνέντευξης, ποια είναι τα στάδια διενέργειας μιας δημοσιογραφικής συνέντευξης, αλλά και το πώς να θέτουν τα ερωτήματά τους στους/στις συνεντευξιαζόμενους/-ες με δημοσιογραφικό τρόπο.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:

- Γνωρίζουν τη σχετική με τις συνεντεύξεις δημοσιογραφική ορολογία,
- Αναγνωρίζουν τα διαφορετικά είδη των δημοσιογραφικών συνεντεύξεων,
- Διατυπώνουν ερωτήσεις με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον,
- Ταξινομούν τις διάφορες δημοσιογραφικές συνεντεύξεις ανάλογα με το είδος τους, αλλά και το μέσο για το οποίο προορίζονται,
- Παράγουν δημοσιογραφικές συνεντεύξεις,
- Σχεδιάζουν μια δημοσιογραφική συνέντευξη,
- Εφαρμόζουν κανόνες επαγγελματικής ηθικής κατά τη διενέργεια των δημοσιογραφικών συνεντεύξεων,
- Θέτουν καίρια ερωτήματα στους/στις συνεντευξιαζόμενους/-ες,
- Τροποποιούν τις ερωτήσεις τους κατά τη διάρκεια των δημοσιογραφικών συνεντεύξεων ανάλογα με το κλίμα που έχει διαμορφωθεί και τις απαντήσεις των συνεντευξιαζομένων,
- Παράγουν διαφορετικής μορφής συνεντεύξεις ανάλογα με το μέσο δημοσίευσης,
- Χρησιμοποιούν με ορθό τρόπο τη δημοσιογραφική ορολογία κατά τη διάρκεια της συνέντευξης,
- Απορρίπτουν μη ηθικές δημοσιογραφικές πρακτικές προκειμένου να εξασφαλίσουν συνέντευξη με κάποιο πρόσωπο που επιθυμούν,

- Παροτρύνουν τον/τη συνεντευξιζόμενο/-η να δώσει ειλικρινείς απαντήσεις κατά τη διάρκεια της συνέντευξης,
- Αντικρούουν τυχόν επιχειρήματα ή απόψεις του συνεντευξιζόμενου με ευγένεια και σεβασμό.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (2), Σύνολο (4).

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Δημοσιογραφική συνέντευξη / Συνεντευκτής/-τρια / Συνεντευξιζόμενος/-η / Ερωτήσεις / Οδηγός συνέντευξης / Είδη συνέντευξης / Πορτρέτο / Μάρτυρας / Ειδικός / Ρεπορτάζ / ΜΜΕ.

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
2	ΕΙΔΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ
3	ΣΤΑΔΙΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ
4	ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΟΔΗΓΟΥ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ
5	Η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΠΟΡΤΡΕΤΟ
6	Η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΟΥ ΕΙΔΙΚΟΥ
7	Η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΟΥ ΜΑΡΤΥΡΑ
8	ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΜΕΣΟ ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΣΗΣ

Κείμενο αναφοράς

2.2.A.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

Στόχος της παρούσας υποενότητας είναι να εισαγάγει τους καταρτιζόμενους/-ες στον ρόλο της δημοσιογραφικής συνέντευξης και στη λειτουργία της στα ΜΜΕ. Μέσω μιας σύντομης ιστορικής αναδρομής, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν τον στόχο των δημοσιογραφικών συνεντεύξεων που δεν είναι άλλος από τη δημιουργία είδησης. Είναι σημαντικό να κατανοήσουν τις διαφορές της δημοσιογραφικής συνέντευξης από άλλα είδη συνεντεύξεων, όπως οι επαγγελματικές συνεντεύξεις, οι οποίες συνήθως διεξάγονται κατά την αναζήτηση εργασίας, οι συνεντεύξεις μαρτύρων στην αστυνομία ή τα δικαστήρια όπου ο σκοπός τους είναι να προσφέρουν οι άνθρωποι πληροφορίες στις Αρχές ή οι συνεντεύξεις καταναλωτών σε έρευνες αγοράς κ.λπ.

Οι δημοσιογραφικές συνεντεύξεις διεξάγονται πάντοτε από δημοσιογράφους ή ειδικούς/-ές συνεργάτες/-ιδες των ΜΜΕ και αφορούν θέματα της επικαιρότητας,

πρόσωπα της δημόσιας ζωής, όπως πολιτικούς, αθλητές/-τριες, καλλιτέχνες/-ιδες κ.λπ. Σκοπός τους είναι να αποκτήσουν πληροφορίες από τις οποίες προκύπτουν ειδήσεις, να δημοσιεύσουν άρθρα σχετικά με σημαντικά ζητήματα της επικαιρότητας που αφορούν την κοινή γνώμη, να διαφωτίσουν πτυχές του ρεπορτάζ με μαρτυρίες ανθρώπων, να παρουσιάσουν τις απόψεις συγκεκριμένων συνεντευξιαζομένων, όπως για παράδειγμα ειδικών αναλυτών ή επιστημόνων, αλλά και να σκιαγραφήσουν τη ζωή προσώπων που αφορούν γενικά τον δημόσιο βίο. Συνολικά, η παρούσα υποενότητα στοχεύει στο να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με τη δημοσιογραφική συνέντευξη, ώστε να αντιληφθούν τον ρόλο, τον σκοπό και το περιεχόμενο της και να κατανοήσουν τις διαφορές της από άλλα είδη συνεντεύξεων ώστε να μην υπάρχει σύγχυση.

2.2.A.2 | ΕΙΔΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Η εν λόγω υποενότητα εισάγει τους καταρτιζόμενους/-ες στα βασικά είδη της δημοσιογραφικής συνέντευξης, με κυριότερα τη συνέντευξη του «μάρτυρα», τη συνέντευξη του «ειδικού» και τη συνέντευξη-πορτρέτο. Η συνέντευξη του μάρτυρα αφορά γενικά τον εμπειρικό γνώστη των πραγμάτων, η συνέντευξη του ειδικού την εξαγωγή εξειδικευμένης γνώσης και η συνέντευξη-πορτρέτο σε μια προσωπική αξιολόγηση της ζωής και του έργου προσώπων με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον. Πιο συγκεκριμένα, η συνέντευξη μαρτύρων αφορά πρόσωπα που ήταν παρόντα σε κάποιο συμβάν, απλούς πολίτες ή εκπροσώπους των Αρχών, οι οποίοι παρέχουν στους/στις δημοσιογράφους πολύτιμες πληροφορίες για σημαντικά τρέχοντα γεγονότα. Αποτελούν τις πηγές ενός ρεπορτάζ.

Η συνέντευξη του ειδικού χρησιμοποιείται συνήθως για την ερμηνεία ενός γεγονότος που είναι ήδη γνωστό (π.χ. φυσικό φαινόμενο, φυσική καταστροφή). Σε αυτές τις περιπτώσεις οι δημοσιογράφοι ζητάνε συνήθως από τους/τις συνεντευξιαζόμενους/-ες να δώσουν τη δική τους ερμηνεία στο γεγονός και να προσφέρουν εξειδικευμένη γνώση και εμπειρία. Η συνέντευξη-πορτρέτο, στη συνέχεια, έχει εντελώς διαφορετικό προσανατολισμό, καθώς οι συνεντευξιαζόμενοι/-ες είναι συνήθως καλλιτέχνες/-ιδες, αθλητές/-τριες, διασημότητες κ.λπ. Οι ερωτήσεις σε αυτού του τύπου τη συνέντευξη κυμαίνονται γύρω από την προσωπική και την επαγγελματική ζωή των προσώπων. Συνολικά, οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσα από τη συγκεκριμένη υποενότητα, θα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν τα βασικά είδη συνεντεύξεων και να αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες που θα τους βοηθήσουν στον αποτελεσματικό σχεδιασμό και την εκτέλεση δημοσιογραφικών συνεντεύξεων.

2.2.A.3 | ΣΤΑΔΙΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Η εν λόγω υποενότητα παρουσιάζει και αναλύει τα στάδια οργάνωσης της δημοσιογραφικής συνέντευξης, τα βήματα δηλαδή τα οποία πρέπει να ακολουθήσει ο/η δημοσιογράφος προκειμένου να οργανώσει και να εκτελέσει μία δημοσιογραφική

συνέντευξη. Αρχικά, ο/η δημοσιογράφος πρέπει να καθορίσει τον σκοπό της συνέντευξης, στη συνέχεια θα πρέπει να εκπονήσει δημοσιογραφική έρευνα προκειμένου να συλλέξει χρήσιμα στοιχεία και πληροφορίες για το θέμα της συνέντευξης, τα πρόσωπα κ.λπ. Κατόπιν, εφαρμόζοντας συγκεκριμένες τεχνικές επικοινωνίας θα ορίσει το ραντεβού με τον/τη συνεντευξιαζόμενο/-η και θα ξεκινήσει με τον σχεδιασμό της συνέντευξης. Στο στάδιο του σχεδιασμού, πρέπει να αποφασιστεί ή να αναθεωρηθεί ο αρχικός σκοπός της συνέντευξης, να γίνει η προετοιμασία των ερωτήσεων, να αναπτυχθεί επομένως ο οδηγός συνέντευξης και να αποφασιστεί σε ποιες θεματικές θα δοθεί προτεραιότητα.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσα από αυτή τη διαδικασία, θα συνειδητοποιήσουν ότι μια δημοσιογραφική συνέντευξη, όσο καλύτερα προετοιμασμένη είναι, τόσο πιο φυσικά διεξάγεται. Στη συνέχεια, κατά το στάδιο της διεξαγωγής της συνέντευξης, πρωταρχικό μέλημα του/της δημοσιογράφου είναι το «σπάσιμο του πάγου» και η δημιουργία ενός άνετου περιβάλλοντος για τη διεξαγωγή της. Στη συνέχεια, ο/η δημοσιογράφος ξεκινάει να θέτει τα ερωτήματά του στον/στη συνεντευξιαζόμενο/-η, δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στις απαντήσεις που δέχεται. Απώτερος σκοπός κάθε δημοσιογράφου, όταν παίρνει συνέντευξη από ένα πρόσωπο, είναι η παραγωγή ειδήσεων. Συνολικά, μέσα από αυτή την υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αποκτήσουν όλες τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για την οργάνωση και τη διεξαγωγή δημοσιογραφικών συνεντεύξεων που διακρίνονται για την πληρότητα και τον επαγγελματισμό τους.

2.2.A.4 | ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΟΔΗΓΟΥ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Η συγκεκριμένη υποενότητα αφορά την ανάπτυξη του οδηγού συνέντευξης, μιας λίστας δηλαδή ερωτήσεων τις οποίες ο/η δημοσιογράφος θα χρησιμοποιήσει κατά τη διάρκεια της συνέντευξης. Κατά την ανάπτυξη του οδηγού συνέντευξης, οι δημοσιογράφοι δεν θα πρέπει να ξεχνούν ότι οι πιο σημαντικές ερωτήσεις τίθενται πάντα στην αρχή, καθώς στη συνέχεια μπορεί να μην επαρκεί ο χρόνος. Ωστόσο, συνήθως στην αρχή ο/η δημοσιογράφος ρωτάει τις λεγόμενες «εύκολες ερωτήσεις», ενώ τις πιο «δύσκολες» τις αφήνει για το τέλος. Όταν λέμε εύκολες ή δύσκολες ερωτήσεις, εννοούμε τον βαθμό ευκολίας ή δυσκολίας με τον οποίο μπορεί ο/η συνεντευξιαζόμενος/-η να απαντήσει στις συγκεκριμένες ερωτήσεις ή σε πόσο άβολη θέση ενδεχομένως θα τον/τη φέρουν. Ο/Η συνεντευκτής/-τρια θα πρέπει, επίσης, να είναι πολύ προσεκτικός καθ' όλη τη διάρκεια της συνέντευξης να διατηρήσει το κλίμα άνεσης και εμπιστοσύνης που θα πρέπει να υπάρχει. Ωστόσο, δεν θα πρέπει να ξεχνάει και τον στόχο του που δεν είναι άλλος από το να βγάλει είδηση.

Στον οδηγό συνέντευξης ο/η δημοσιογράφος πρέπει να υπογραμμίζει τα χρήσιμα και τα σημαντικά στοιχεία της συνέντευξης. Συνήθως, οι δημοσιογράφοι επιλέγουν τις ανοιχτού τύπου ερωτήσεις, ρωτώντας το γιατί, το πώς κ.λπ. για να εκμαιεύσουν όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες. Στον οδηγό συνέντευξης θα πρέπει να

υπάρχει και η υποσημείωση για επαναδιατύπωση ερωτήσεων σε περίπτωση που κάτι δεν είναι απολύτως κατανοητό. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσα από τη συγκεκριμένη υποενότητα, θα αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες για την κατάλληλη και σωστή προετοιμασία ενός οδηγού συνέντευξης που θα τους/τις επιτρέπει να διαχειρίζονται με αποτελεσματικό τρόπο τις δημοσιογραφικές συνεντεύξεις.

2.2.A.5 | Η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΠΟΡΤΡΕΤΟ

Στην εν λόγω υποενότητα, παρουσιάζεται και αναλύεται η συνέντευξη-πορτρέτο, η οποία διεξάγεται συνήθως σε προσωπικό επίπεδο («ένας προς έναν»). Συνεντευξιζόμενοι είναι κατά βάση καλλιτέχνες, άνθρωποι των γραμμάτων, πολιτικοί, αθλητές και γενικότερα πρόσωπα για τα οποία το κοινό επιθυμεί να μάθει περισσότερα. Οι ερωτήσεις επικεντρώνονται στην προσωπική και επαγγελματική ζωή των καλεσμένων, ενώ δεν παραλείπεται ο σχολιασμός θεμάτων της επικαιρότητας. Στόχος είναι να «ανοιχτεί» ο/η καλεσμένος/-η και να μιλήσει για διάφορες πτυχές της ζωής του/της, αλλά και να σχολιάσει τα τρέχοντα τεκταινόμενα.

Η συνέντευξη-πορτρέτο διακρίνεται συνήθως σε δύο κατηγορίες: τη συνέντευξη προσωπικότητας και τη συνέντευξη ανθρώπινου ενδιαφέροντος. Η πρώτη αφορά πρόσωπα της δημόσιας σφαίρας που προκαλούν το ενδιαφέρον της κοινής γνώμης, ενώ η δεύτερη αφορά καθημερινούς ανθρώπους που έχουν να επιδείξουν κάτι σπουδαίο, διαφορετικό ή ηρωικό. Ως προς τη μορφή, ακολουθείται συνήθως η δομή ερώτησης – απάντησης, χωρίς αυτό να αποτελεί κανόνα, καθώς σε πολλά μέσα υιοθετείται και η αφηγηματική δομή.

Μέσα από τη συγκεκριμένη υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες, μέσω πρακτικής εξάσκησης, για την οργάνωση και τη διεξαγωγή συνεντεύξεων-πορτρέτων, την επιλογή των κατάλληλων προσώπων με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον και τη συνολική ολοκλήρωση του εγχειρήματος.

2.2.A.6 | Η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΟΥ ΕΙΔΙΚΟΥ

Η παρούσα υποενότητα αποσκοπεί στο να εξοικειώσει τους καταρτιζόμενους/-ες με τη συνέντευξη του «ειδικού» ή του εμπειρογνώμονα, των ανθρώπων δηλαδή που διαθέτουν εξειδικευμένη γνώση πάνω σε ένα αντικείμενο. Οι εν λόγω συνεντεύξεις χρησιμοποιούνται κυρίως για την ερμηνεία γεγονότων που είναι ήδη γνωστά. Οι δημοσιογράφοι ζητούν από τους συνεντευξιζόμενους, οι οποίοι λόγω της επαγγελματικής τους ιδιότητας εξειδικεύονται σε έναν τομέα, να δώσουν τις δικές τους επεξηγήσεις πάνω σε θέματα της επικαιρότητας (π.χ. πανδημία, πυρκαγιές, σεισμοί, ιατρικές ανακαλύψεις, καιρικά φαινόμενα κ.λπ.). Στόχος είναι να μεταφερθούν στο κοινό, με απλό και κατανοητό τρόπο, οι λεπτομέρειες ενός σημαντικού συμβάντος.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξασκηθούν πρακτικά στη συνέντευξη του ειδικού, πραγματοποιώντας τις δικές τους συνεντεύξεις πάνω σε θέματα της επικαιρότητας. Κατά τον σχεδιασμό και την εκτέλεση αυτών των συνεντεύξεων, οι δημοσιογράφοι

οφείλουν να ζητούν από τους ειδικούς, πέρα από την κατάθεση της γνώμης τους, να προβαίνουν σε συγκρίσεις με αντίστοιχα γεγονότα του παρελθόντος, ώστε να εξάγονται συγκριτικά συμπεράσματα. Συνολικά, η υποενότητα προσφέρει τη βάση για την απόκτηση των γνώσεων και δεξιοτήτων που απαιτούνται για την αποτελεσματική διαχείριση της συνέντευξης του ειδικού, η οποία είναι απαραίτητη για την καλύτερη κατανόηση της επικαιρότητας από το κοινό.

2.2.A.7 | Η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΟΥ ΜΑΡΤΥΡΑ

Στη δημοσιογραφία, ως μάρτυρες νοούνται τα πρόσωπα που ήταν παρόντα σε κάποιο συμβάν (π.χ. αυτόπτες ή αυτήκοοι μάρτυρες) ή οι άμεσα εμπλεκόμενοι/-ες σε αυτό. Οι μάρτυρες είναι κατά βάση απλοί πολίτες που έτυχε να δουν ή να ακούσουν κάτι ή εκπρόσωποι των Αρχών, όπως αστυνομικοί, πυροσβέστες και εκπρόσωποι της τοπικής αυτοδιοίκησης. Αυτού του είδους η συνέντευξη χρησιμοποιείται όταν ο/η δημοσιογράφος επιθυμεί να συλλέξει πρωτογενείς πληροφορίες, ενώ αποτελεί τη βάση για την εκπόνηση του επιτόπιου ρεπορτάζ.

Η εν λόγω υποενότητα προσφέρει, πέρα από τις γνώσεις, και τις απαραίτητες δεξιότητες για τον αποτελεσματικό χειρισμό των μαρτύρων, δηλαδή των έμπυχων πηγών του ρεπορτάζ. Στο πλαίσιο αυτό, οι δημοσιογράφοι οφείλουν να γνωρίζουν ότι κάθε θέμα απαιτεί τη δική του σειρά πηγών. Όταν ένας/μία δημοσιογράφος συλλέγει πληροφορίες, πρωταρχικός του σκοπός είναι να αποκαλύψει στοιχεία ή και απόψεις. Για τον λόγο αυτόν, σε αυτού του τύπου τις συνεντεύξεις κυριαρχούν τα ερωτήματα: ποιος, πού, πότε, τι, γιατί, πώς. Γενικά προτιμώνται οι ερωτήσεις ανοιχτού τύπου, καθώς στόχος είναι η συλλογή όσο το δυνατόν περισσότερων δεδομένων.

Μέσα από τη συγκεκριμένη υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναπτύξουν επιπλέον δεξιότητες αξιολόγησης της αξιοπιστίας των πηγών και των μαρτύρων, οι οποίες κρίνονται απαραίτητες για την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος.

2.2.A.8 | ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΜΕΣΟ ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΣΗΣ

Η παρούσα υποενότητα εξετάζει τις διαφορές που εντοπίζονται στις δημοσιογραφικές συνεντεύξεις ανάλογα με το μέσο στο οποίο αυτές δημοσιεύονται (τηλεόραση, ραδιόφωνο, Τύπος, Διαδίκτυο κ.λπ.). Οι βασικές διαφορές σχετίζονται με την έκταση ή τον χρόνο που καταλαμβάνει μια συνέντευξη, παράγοντες που επηρεάζουν αναπόφευκτα και το περιεχόμενό της.

Συγκεκριμένα, στον Τύπο και στο Διαδίκτυο (στην περίπτωση της γραπτής συνέντευξης) αναφερόμαστε στον χώρο, ενώ στο ραδιόφωνο και την τηλεόραση στον χρόνο. Συνήθως, οι συνεντεύξεις που δημοσιεύονται στον Τύπο είναι εκτενέστερες σε σύγκριση με εκείνες των άλλων μέσων. Η έκταση ποικίλλει επίσης ανάλογα με το είδος της συνέντευξης, με τα «πορτρέτα» ή τα αφιερώματα να είναι συνήθως μεγαλύτερα σε σχέση με τις συνεντεύξεις μαρτύρων ή ειδικών. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα

αποκτήσουν τις γνώσεις και τις δεξιότητες ώστε να προσαρμόζουν την έκταση μιας συνέντευξης ανάλογα με το μέσο δημοσίευσης και τον σκοπό της. Για παράδειγμα, στις συνεντεύξεις-πορτρέτα παραχωρείται συνήθως περισσότερος χώρος ή χρόνος, προκειμένου να σκιαγραφηθεί η προσωπικότητα του/της καλεσμένου/-ης και να αναπτυχθεί η άποψή του. Ωστόσο, στη σύγχρονη πραγματικότητα, παρατηρούνται συχνά και εκτενείς συνεντεύξεις ειδικών για μείζονα ζητήματα της επικαιρότητας, όπως η πανδημία, η κλιματική αλλαγή ή οι αλλαγές στο πολιτικό σκηνικό.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Clayman, St. & Heritage, J. (2005). *Η ειδησεογραφική συνέντευξη. Δημοσιογράφοι και δημόσια πρόσωπα «στον αέρα»* (μτφρ. Α. Στάμου). Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
2. Στρατάκης, Μ. (1996). *Συνέντευξη: τεχνική και οριοθετήσεις*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Γερμανός.

Συμπληρωματικές

1. Brady, J. (1992). *Η τεχνική της συνέντευξης* (μτφρ. Α. Φακατσέλης). Αθήνα: Εκδόσεις Λιβάνη.
2. Sedorkin, G. (2011). *Interviewing: A Guide for Journalists and Writers* (2nd edition). London: Routledge.

2.2.B • ΚΑΝΟΝΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Στόχος της μαθησιακής ενότητας «Κανόνες δημοσιογραφικής δεοντολογίας» είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει τους κανόνες δημοσιογραφικής δεοντολογίας που διέπουν το επάγγελμα του/της δημοσιογράφου, οι οποίοι θέτουν τα όρια για την ορθή άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω του συγκεκριμένου μαθήματος, θα εξοικειωθούν με τους κώδικες επαγγελματικής συμπεριφοράς και ηθικής, τους οποίους υιοθετούν οι ενώσεις ιδιοκτητών ΜΜΕ και οι επαγγελματικές ενώσεις των δημοσιογράφων. Παράλληλα, υπό το πρίσμα της δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας, θα γίνει συζήτηση και για τους κανόνες της ερευνητικής δημοσιογραφίας και θα συζητηθούν σχετικές μελέτες περίπτωσης, καθώς και περιπτώσεις παραβίασης των συγκεκριμένων κανόνων ηθικής και δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Λόγος θα γίνει, επίσης, για τον ρόλο του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ) και των αποφάσεων αυτού.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τους κανόνες δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας,
- Ορίζουν την έννοια της ερευνητικής δημοσιογραφίας,
- Απαριθμούν τους κανόνες και τα όρια που διέπουν την ερευνητική δημοσιογραφία,
- Συσχετίζουν τους κανόνες δημοσιογραφικής δεοντολογίας με άλλους κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας,
- Επιδεικνύουν κριτική σκέψη επί των αποφάσεων του ΕΣΡ για περιπτώσεις παραβίασης της δεοντολογίας,
- Παρουσιάζουν περιπτώσεις (παραδείγματα ή μελέτες περίπτωσης) κατά τις οποίες παραβιάστηκε η δημοσιογραφική δεοντολογία,
- Θέτουν τα όρια για την ορθή άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος,
- Εφαρμόζουν στο ακέραιο τους κανόνες δεοντολογίας που διέπουν το επάγγελμα του/της δημοσιογράφου,
- Υπερασπίζονται το δίκαιο και το ηθικό κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος,
- Υιοθετούν δημοσιογραφικές πρακτικές που ευθυγραμμίζονται με τους κώδικες ηθικής και δεοντολογίας του κλάδου,
- Εκτιμούν την εφαρμογή των κανόνων δημοσιογραφικής δεοντολογίας.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Κώδικας δεοντολογίας / Δημοσιογραφία / Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ) / Ένωση συντακτών / Ερευνητική δημοσιογραφία / Ψηφιακά μέσα / Κοινωνικά δίκτυα / Σκόπιμη παραπληροφόρηση / Κακόβουλη παραπληροφόρηση / Ψευδείς ειδήσεις.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (1), Σύνολο (3).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ
2	ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΕΣΗΕΑ
3	ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΕΘΝΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ (ΕΣΡ)
4	ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ
5	ΚΑΝΟΝΕΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΗΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ
6	ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Κείμενο αναφοράς

2.2.B.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ

Στόχος αυτής της μαθησιακής υποενότητας είναι να εξοικειωθούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες με την έννοια της δεοντολογίας και να διακρίνουν τα όρια μεταξύ νομοθεσίας και δεοντολογίας. Αντιλαμβάνονται ότι οι νόμοι είναι δεσμευτικοί κανόνες, οι παραβιάσεις των οποίων μπορεί να επιφέρουν κυρώσεις, όπως πρόστιμα, φυλάκιση ή άλλες νομικές συνέπειες. Από την άλλη, οι κώδικες δεοντολογίας είναι εθελοντικές κατευθυντήριες γραμμές και αρχές που θεσπίζονται από επαγγελματικούς οργανισμούς ή εταιρείες και η παραβίαση τους έχει ηθικό ή πειθαρχικό χαρακτήρα. Στο πλαίσιο αυτής της εισαγωγικής υποενότητας, μαθαίνουν να συσχετίζουν τους κανόνες δημοσιογραφικής δεοντολογίας με άλλους κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας, μελετώντας παραδείγματα από κώδικες δεοντολογίας που υπάρχουν και σε άλλα επαγγέλματα ή οργανισμούς στη χώρα μας (π.χ. Κώδικας Δεοντολογίας Μελών Ελληνικού Κοινοβουλίου, Κώδικας Δεοντολογίας Ελλήνων Ψυχολόγων, Κώδικας Ιατρικής Δεοντολογίας).

Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν τι σημαίνουν βασικές έννοιες που περιλαμβάνονται στους δημοσιογραφικούς κώδικες δεοντολογίας, όπως «δημόσιο συμφέρον», «ιδιωτική ζωή», «προηγούμενη συναίνεση», «αθέμιτη καταγραφή», «γενετήσια ελευθερία» κ.λπ. Αντιλαμβάνονται την ηθική αξία του δημοσιογραφικού επαγγέλματος και συζητούν κριτικά τον χαρακτηρισμό της δημοσιογραφίας ως λειτούργημα. Ακόμα, μαθαίνουν να απαριθμούν φορείς που ασχολούνται με την ηθική της δημοσιογραφίας (π.χ. Δημοσιογράφοι Χωρίς Σύνορα).

Μετά το πέρας αυτής της υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι σε θέση να αναγνωρίσουν τη σπουδαιότητα της δεοντολογικής οριοθέτησης σε συγκεκριμένα επαγγέλματα και να διακρίνουν τη σημασία της δημοσιογραφικής δεοντολογίας.

2.2.B.2 | ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΕΣΗΕΑ

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα αποσκοπεί στο να μάθουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αναγνωρίζουν τους βασικούς κανόνες δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας. Συγκεκριμένα, μελετούν τον κώδικα δημοσιογραφικής δεοντολογίας της χώρας μας που έχει εκδοθεί από την Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΣΗΕΑ). Αρχικά, μαθαίνουν εισαγωγικά στοιχεία σχετικά με τον συγκεκριμένο επαγγελματικό φορέα και μελετούν τη λειτουργία της ΕΣΗΕΑ που είναι επαγγελματικό σωματείο των συντακτών/-τριών των ημερησίων εφημερίδων και των ραδιοτηλεοπτικών μέσων ενημέρωσης που έχουν έδρα την Αθήνα. Στη συνέχεια, μαθαίνουν να απαριθμούν τις υπόλοιπες Ενώσεις Συντακτών που υπάρχουν στη χώρα.

Στο πλαίσιο αυτής της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, εμβαθύνουν στους κανόνες του κώδικα δεοντολογίας της ΕΣΗΕΑ και αναλύουν άρθρο προς άρθρο τη σημασία κάθε κανονισμού. Συζητούν για την ηθική διάσταση του κώδικα

και το δικαίωμα του/της δημοσιογράφου να μεταδίδει ανεμπόδιστα πληροφορίες και σχόλια για να εξασφαλίσει την ενημέρωση της κοινής γνώμης.

Σε πρακτικό επίπεδο, καλούνται να παρουσιάσουν τις δημοσιογραφικές ενώσεις συντακτών/-τριών που υπάρχουν στη χώρα και να εξηγήσουν τη σημασία τους για το δημοσιογραφικό επάγγελμα. Επίσης, αναζητούν περιπτώσεις στις οποίες οι δημοσιογράφοι, ασκώντας το επάγγελμά τους, παραβίασαν τους κώδικες δεοντολογίας.

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα υπερασπίζονται το δίκαιο και το ηθικό κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος και θα υιοθετούν δημοσιογραφικές πρακτικές που ευθυγραμμίζονται με τους κώδικες ηθικής και δεοντολογίας του κλάδου.

2.2.B.3 | ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΕΘΝΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ (ΕΣΡ)

Στο πλαίσιο αυτής της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να αναγνωρίζουν τους βασικούς κανόνες δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας που ορίζει το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ). Αρχικά, μελετούν τον σκοπό ίδρυσης και τη λειτουργία του ΕΣΡ. Διακρίνουν την ανάγκη για ίδρυση ρυθμιστικής αρχής του ραδιοτηλεοπτικού τοπίου, όπως αυτό ορίζεται από το Σύνταγμα και αντιλαμβάνονται τις δυνατότητες αλλά και τις προκλήσεις που υπάρχουν στη λειτουργία του. Διακρίνουν, επίσης, τον τρόπο λειτουργίας της αρχής αλλά και τα είδη πειθαρχικών ποινών που επιβάλλει κατά περίπτωση.

Στη συνέχεια, μελετούν τους κανόνες δεοντολογίας οπτικοακουστικών και ραδιοφωνικών προγραμμάτων (ειδησεογραφικών και άλλων δημοσιογραφικών και πολιτικών εκπομπών/ψυχαγωγικών και επιμορφωτικών εκπομπών). Σχολιάζουν τις βασικές αρχές του κάθε κώδικα. Αναλύουν πώς χρειάζεται να λειτουργεί ο/η δημοσιογράφος σε περίπτωση που χρειάζεται να καλύψει μια είδηση που αφορά σε πένθος ή πόνο, ανήλικους, βία ή ιδιωτική ζωή.

Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να διακρίνουν ποια είναι τα ειδικά θέματα που χρειάζεται να καλύψουν με τρόπο που να μην εγείρει δυσμενείς διακρίσεις (βάσει φύλου, θρησκείας, σεξουαλικούς, ταυτότητας, οικονομικής κατάστασης, καταγωγής, ιδεολογίας, αναπηρίας κ.λπ.).

Στο πλαίσιο του εργαστηρίου, είναι σε θέση να παρουσιάσουν περιπτώσεις (παράδειγματα ή μελέτες περίπτωσης) κατά τις οποίες παραβιάστηκε η δημοσιογραφική δεοντολογία.

Μετά το τέλος της υποενότητας, θα είναι σε θέση να επιδεικνύουν κριτική σκέψη επί των αποφάσεων του ΕΣΡ για περιπτώσεις παραβίασης της δεοντολογίας. Ακόμα, θα αντιλαμβάνονται την αξία τού να υιοθετούν δημοσιογραφικές πρακτικές που ευθυγραμμίζονται με τους κώδικες ηθικής και δεοντολογίας του κλάδου.

2.2.B.4 | ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να εφαρμόζουν στο ακέραιο τους κανόνες δεοντολογίας που διέπουν το επάγγελμα του/της δημοσιογράφου, είτε εργάζονται στα παραδοσιακά μέσα (Ραδιόφωνο, Τηλεόραση, Τύπος) ή στα νέα ψηφιακά μέσα. Αφού έχουν εξοικειωθεί με τους κανόνες δεοντολογίας της ραδιοτηλεόρασης και του Τύπου στις προηγούμενες μαθησιακές υποενότητες, μελετούν τον κώδικα δεοντολογίας ψηφιακών μέσων που έχει συντάξει η Ένωση Εκδοτών Διαδικτύου (ΕΝΕΔ). Αντιλαμβάνονται την υποχρέωση του/της δημοσιογράφου για εγκυρότητα της είδησης, ισορροπία και αμεροληψία, καθώς και την ευθύνη που έχουν να μην «κατασκευάζουν» ειδήσεις ή παραπλανητικούς τίτλους. Ακόμα κατανοούν με ποιον τρόπο χρειάζεται να διαχειρίζονται τον σχολιασμό στις ειδήσεις που δημοσιεύονται στα ψηφιακά μέσα, πώς να αντιμετωπίζουν τη διάδραση και πώς να αποφεύγουν τη λογοκλοπή.

Έμφαση δίνεται στην παρουσία των δημοσιογράφων στα κοινωνικά δίκτυα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εμβαθύνουν στους κανόνες που θέτει η Ένωση Συντακτών Διαδικτύου και συγκρίνουν με αντίστοιχους κανόνες δεοντολογίας που υπάρχουν σε μεγάλα μέσα και ειδησεογραφικά πρακτορεία του εξωτερικού (New York Times, BBC, Associated Press, Guardian κ.λπ.). Σχολιάζουν την άποψη ότι ο/η δημοσιογράφος διατηρεί την ιδιότητά του/της και συμπεριφέρεται ανάλογα, ακόμα και εκτός ωραρίου εργασίας.

Σε πρακτικό επίπεδο, αναζητούν περιπτώσεις (παραδείγματα ή μελέτες περίπτωσης) κατά τις οποίες παραβιάστηκε η δημοσιογραφική δεοντολογία σε ιστοσελίδες ή κοινωνικά δίκτυα, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, θα είναι σε θέση να αντιληφθούν τις προκλήσεις της εφαρμογής δημοσιογραφικής δεοντολογίας στα ψηφιακά μέσα επικοινωνίας, καθώς πρόκειται για ένα σχετικά νέο πεδίο δράσης των δημοσιογράφων. Θα μπορούν επίσης να τοποθετούνται κριτικά σχετικά με τη δράση των δημοσιογράφων στα κοινωνικά δίκτυα, αναπτύσσοντας δομημένα επιχειρήματα.

2.2.B.5 | ΚΑΝΟΝΕΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΗΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

Στόχος αυτής της μαθησιακής υποενότητας είναι να κατανοήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες την έννοια της παραπληροφόρησης και να εφαρμόσουν κανόνες δεοντολογίας για την καταπολέμησή της, έτσι ώστε να μην χάνουν την αξιοπιστία τους. Στο πλαίσιο αυτής της μαθησιακής διαδικασίας, αντιλαμβάνονται τη διαφορά μεταξύ παραπληροφόρησης (misinformation), σκόπιμης παραπληροφόρησης (disinformation) και κακόβουλης παραπληροφόρησης (malinformation). Διακρίνουν τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει η δημοσίευση ειδήσεων που σχετίζονται, για παράδειγμα, με θεωρίες συνωμοσίας, ακόμα κι αν δεν υπάρχει η πρόθεση εξαπάτησης της κοινής γνώμης. Αναγνωρίζουν τις βλάβες που επιφέρει η σκόπιμη παραπληροφόρηση στο κοινωνικό σύνολο και

μαθαίνουν πώς να αναγνωρίζουν τις ψευδείς ειδήσεις. Διακρίνουν τους βασικούς κανόνες επαλήθευσης πληροφορίας (fact-checking) και εντοπισμού ψευδών ειδήσεων.

Στο πλαίσιο του εργαστηρίου, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν περιπτώσεις στις οποίες οι δημοσιογράφοι μέσων ή ειδησεογραφικών πρακτορείων έπεσαν θύματα ψευδών ειδήσεων αναδημοσιεύοντας λάθος ή παραπλανητικά στοιχεία. Συνίσταται να μελετηθεί ο Ενισχυμένος Κώδικας Ορθής Πρακτικής για την Παραπληροφόρηση (2022) της ΕΕ, ώστε να εντοπιστούν τα μέτρα που συστήνονται για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης στο Διαδίκτυο.

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μπορούν να διακρίνουν τα όρια για την ορθή άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος.

2.2.B.6 | ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Στόχος της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να μπορούν να ορίζουν την έννοια της ερευνητικής δημοσιογραφίας και να απαριθμούν τους κανόνες και τα όρια που διέπουν την ερευνητική δημοσιογραφία.

Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τους φορείς που ασχολούνται με την ερευνητική δημοσιογραφία στην Ελλάδα, αναγνωρίζουν δημοσιογράφους που αποτελούν παραδείγματα καλής πρακτικής. Ενώ δεν υπάρχει καθολικά αποδεκτός κώδικας δεοντολογίας ειδικά για την ερευνητική δημοσιογραφία, διάφοροι δημοσιογραφικοί οργανισμοί και ενώσεις παρέχουν ηθικές κατευθυντήριες γραμμές που ισχύουν για το ερευνητικό ρεπορτάζ. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες, αφού αντιληφθούν τον ορισμό και τα χαρακτηριστικά της ερευνητικής δημοσιογραφίας, μαθαίνουν να διακρίνουν το σύνολο κατευθυντήριων γραμμών και αρχών που πρέπει να τηρούν στο έργο τους οι δημοσιογράφοι που ασχολούνται με το ερευνητικό ρεπορτάζ.

Σε πρακτικό επίπεδο, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν σημαντικές υποθέσεις ερευνητικής δημοσιογραφίας τόσο από την Ελλάδα όσο και από το εξωτερικό “Panama Papers”, «Σκάνδαλο Watergate», «Σκάνδαλο Κοσκωτά», «Λίστα Λαγκάρντ», «υποκλοπές» κ.ά. Υπό το πρίσμα της δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας, γίνεται συζήτηση και για τους κανόνες της ερευνητικής δημοσιογραφίας και αναλύονται σχετικές περιπτώσεις παραβίασης των συγκεκριμένων κανόνων ηθικής και δημοσιογραφικής δεοντολογίας.

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να εφαρμόζουν στο ακέραιο τους κανόνες δεοντολογίας που διέπουν το επάγγελμα του/της δημοσιογράφου και να υπερασπίζονται το δίκαιο και το ηθικό κατά την άσκηση της ερευνητικής δημοσιογραφίας.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Εφημερίδα της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας (1991). *Κώδικας Δεοντολογίας Ειδησεογραφικών και άλλων Δημοσιογραφικών και Πολιτικών Εκπομπών* (Προεδρικό Διάταγμα υπ' αριθ. 77, Τεύχος Πρώτο, Αρ. Φύλλου 34). Ανακτήθηκε από: <https://media.gov.gr/nomothesia/%CE%92%CE%B9%CE%B2%CE%BB%CE%B9%CE%BF%2012%CE%BF/12.1.3.1.pdf>
2. Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών. *Αρχές Δεοντολογίας Δημοσιογραφικού Επαγγέλματος*. Ανακτήθηκε από: <https://www.esiea.gr/kodikas-deontologias/arxes-deontologias-dimosiografikoy/>

Συμπληρωματικές

1. Ένωση Εκδοτών Διαδικτύου. *Κώδικας Δεοντολογίας*. Ανακτήθηκε από: <https://www.ened.gr/i-enosi/kodikas-deontologias/>
2. Σπυρίδου, Π., Βατικιώτης, Π. & Μηλιώνη, Δ. (2021). *Δημοσιογραφία, «Ψευδείς Ειδήσεις» & Παραπληροφόρηση, Εγχειρίδιο Δημοσιογραφικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Ανακτήθηκε από: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380166>

2.2.Γ • ΠΗΓΕΣ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Πηγές ρεπορτάζ» είναι να αντιληφθούν οι καταρτιζόμενοι/-ες τον ρόλο των δημοσιογραφικών πηγών, ανάλογα με το είδος του ρεπορτάζ το οποίο υπηρετούν. Το συγκεκριμένο μάθημα αποσκοπεί στο να μεταφέρει στους/στις καταρτιζόμενους/-ες τη σημασία της δημιουργίας ενός δικτύου πηγών για τον/τη δημοσιογράφο (δημοσιογραφική ατζέντα), καθώς και να τους/τις εξοικειώσει με τις τεχνικές ορθής αναζήτησης και διαχείρισης των δημοσιογραφικών πηγών. Επιπλέον, σκοπός του εν λόγω μαθήματος είναι να μάθουν οι καταρτιζόμενοι/-ες τις διαφορές ανάμεσα στα διαφορετικά είδη πηγών –ανάλογα και με το μέσο στο οποίο εργάζονται– και να εξοικειωθούν με τη σχετική ορολογία (π.χ. ανώνυμες/εμπιστευτικές/επίσημες/off-the-record πηγές). Επιπλέον, η συγκεκριμένη μαθησιακή ενότητα έχει ως στόχο να διδάξει στους/στις καταρτιζόμενους/-ες έναν επαγγελματικό τρόπο προσέγγισης των δημοσιογραφικών πηγών και να τους/τις εξοικειώσει με αυτές μέσα από ενεργητικές διαδικασίες μάθησης, όπως είναι το παιχνίδι ρόλων, η οργάνωση των πηγών και η ανάπτυξη αποτελεσματικής επικοινωνίας μαζί τους.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τις δημοσιογραφικές πηγές κάθε είδους ρεπορτάζ,
- Περιγράφουν τον τρόπο προσέγγισης των δημοσιογραφικών πηγών,
- Κατονομάζουν τις πηγές κάθε είδους ρεπορτάζ,
- Κατανοούν τη σχετική με τις δημοσιογραφικές πηγές ορολογία (π.χ. ανώνυμες/εμπιστευτικές/επίσημες/off-the-record πηγές),
- Επιλέγουν τις καταλληλότερες πηγές, ανάλογα με το είδος του ρεπορτάζ που υπηρετούν κάθε φορά,
- Διασταυρώνουν πληροφορίες και δημοσιογραφικές πηγές προκειμένου να διασφαλίζουν την αξιοπιστία και την εγκυρότητα των ειδήσεων που μεταφέρουν,
- Αξιοποιούν με τον κατάλληλο τρόπο τις δημοσιογραφικές πηγές, ανάλογα με το μέσο στο οποίο εργάζονται,
- Οργανώνουν τις δημοσιογραφικές πηγές σε πρωτογενείς και δευτερογενείς,
- Αμφισβητούν την ύπαρξη αναξιόπιστων πηγών όταν τις συναντούν,
- Διερωτώνται κάθε φορά για την αξιοπιστία και τα κίνητρα των πηγών που εντοπίζουν,
- Ενθαρρύνουν τις πηγές να μιλούν.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Επίσημες πηγές / Γραφεία Τύπου / Προσφερόμενη πληροφόρηση / Πρωτογενείς πηγές / Δευτερογενείς πηγές / Ανεπίσημες πηγές / Αυτόπτες μάρτυρες, μαρτυρίες / Επώνυμες πηγές / Ανώνυμες πηγές / Αρχή εμπιστευτικότητας / On/Off the record / Σκοπιμότητες πηγών / Αξιολόγηση / Διασταύρωση και εξακρίβωση / Αντιφατικότητα πηγών/μαρτυριών / Σύγχυση πηγών/μαρτυριών / Δημοσιογραφική ατζέντα / Αναφορά πηγών.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (2), Σύνολο (4).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ
2	ΕΠΙΣΗΜΕΣ ΚΑΙ ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΠΗΓΕΣ
3	ΑΜΦΙΣΒΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΣΤΑΥΡΩΣΗ
4	ΠΗΓΕΣ ΚΟΙΝΗΣ ΛΗΨΗΣ
5	ΟΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ
6	ΟΙ ΜΑΡΤΥΡΙΕΣ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ
7	ΟΙ ΡΕΠΟΡΤΕΡ ΩΣ ΑΥΤΟΠΤΕΣ
8	Η ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΣΤΑ ΑΡΧΕΙΑ
9	Η ΕΠΙΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΠΗΓΩΝ
10	ΠΡΩΤΟΓΕΝΕΙΣ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΕΙΣ ΠΗΓΕΣ

Κείμενο αναφοράς

2.2.Γ.1 | ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ

Η εκπαιδευτική υποενότητα λειτουργεί ως εισαγωγική στην παρούσα ενότητα και συνδέεται στενά με άλλες θεματικές της ειδικότητας, ιδιαίτερα με τη θεματική του ρεπορτάζ και της σύνταξης ειδήσεων. Στόχος της είναι η κατανόηση της σημασίας των πηγών από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες, καθώς οι πηγές αποτελούν τη θεμελιώδη βάση του ειδησεογραφικού περιεχομένου. Η ακρίβεια και η αξιοπιστία τους είναι καίρια για την παραγωγή ποιοτικής και τεκμηριωμένης ειδησεογραφίας, ενώ η οποιαδήποτε αναξιοπιστία ή αδυναμία στις πηγές πρέπει να εντοπίζεται και να ερευνάται έγκαιρα μέσω δημοσιογραφικών πρακτικών, με στόχο την αποφυγή ψευδών ή ανακριβών δημοσιεύσεων.

Η ανάπτυξη της υποενότητας θα εστιάσει την προσοχή των εκπαιδευομένων στα εξής βασικά σημεία:

- Καθημερινά, σε τοπικό, εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο, συμβαίνουν αμέτρητα γεγονότα,
- Η είδηση συγκροτείται μέσα από τη δημοσιοποίηση ενός γεγονότος, μετά τον δημοσιογραφικό εντοπισμό και επεξεργασία του,
- Τα γεγονότα και οι καταστάσεις δεν φτάνουν στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης με αυτόματο τρόπο. Αντιθέτως, είτε εντοπίζονται από δημοσιογράφους είτε αντλούνται από πηγές.

Οι πηγές μπορεί να είναι πρωτογενείς ή δευτερογενείς και να προέρχονται είτε από άτομα είτε από οργανισμούς, οι οποίοι λειτουργούν ως καταγραφείς και πάροχοι γεγονότων και καταστάσεων προς τους/τις δημοσιογράφους. Συχνά, οι πηγές μπορεί

να είναι και οι ίδιοι οι δημιουργοί των γεγονότων, όπως για παράδειγμα κυβερνητικοί φορείς που λαμβάνουν αποφάσεις και ενημερώνουν τα ΜΜΕ ή άλλες οργανώσεις που παρέχουν σχετικό υλικό για δημοσιοποίηση. Συμπερασματικά, είναι απαραίτητη η κατανόηση της υποκειμενικότητας των πηγών, ακόμα και αυτών που θεωρούνται αξιόπιστες και σημαντικές. Το περιεχόμενο της υποενότητας μπορεί να γίνει πιο κατανοητό μέσω μελετών περίπτωσης, οι οποίες μπορούν να αντληθούν τόσο από την τρέχουσα επικαιρότητα όσο και από το παρελθόν.

2.2.Γ.2 | ΕΠΙΣΗΜΕΣ ΚΑΙ ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΠΗΓΕΣ

Στην παρούσα εκπαιδευτική υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα εξετάσουν την πρώτη διάκριση των δημοσιογραφικών πηγών, κατηγοριοποιώντας τις ως επίσημες και ανεπίσημες. Ωστόσο, είναι απαραίτητο να διευκρινιστεί ότι η κατηγοριοποίηση αυτή δεν αφορά τη δυνατότητα μιας πηγής να παράσχει δηλώσεις ή υλικό με επώνυμο τρόπο (επίσημα) ή ανώνυμα (ανεπίσημα, εμπιστευτικά ή off the record). Αντίθετα, εξαρτάται από την παράμετρο της επισημότητας, όπως αυτή ορίζεται από τη θεσμική ιδιότητα των προσώπων ή φορέων.

Στην αγγλική ορολογία, ο όρος “official” χρησιμοποιείται για να περιγράψει πηγές που προέρχονται από θεσμικούς ρόλους, όπως κυβερνητικά ή πολιτικά πρόσωπα, επιχειρηματικούς ή συνδικαλιστικούς φορείς. Όταν οι ηγέτες αυτών των φορέων δεν εκφράζονται άμεσα, χρησιμοποιούνται διαμεσολαβητές όπως κυβερνητικοί ή κοινοματικοί εκπρόσωποι, υπεύθυνοι επικοινωνίας και γραφεία τύπου. Στον αντίποδα, οι ανεπίσημες πηγές δεν χαρακτηρίζονται έτσι με βάση την ακρίβεια ή την εγκυρότητα των πληροφοριών τους, αλλά λόγω της απουσίας θεσμικής ιδιότητας ή εκπροσώπησης. Πρόκειται συνήθως για πληροφορίες που προέρχονται από πολίτες ή ιδιώτες, οι οποίοι είναι μάρτυρες γεγονότων, γνώστες περιστάσεων ή κάτοχοι υλικού (γραπτού, οπτικοακουστικού), το οποίο μπορεί να αποκαλύψει παρατυπίες ή σκάνδαλα.

Για παράδειγμα, σε ένα σοβαρό αστυνομικό περιστατικό, οι εκπρόσωποι της Ελληνικής Αστυνομίας αποτελούν τις επίσημες πηγές, ενώ οι πολίτες-μάρτυρες συνιστούν ανεπίσημες πηγές. Επιπλέον, μια επίσημη πηγή, όπως ένας Υπουργός, μπορεί να λειτουργήσει ως ανεπίσημη πηγή εάν βρεθεί στη θέση μάρτυρα κάποιου εγκλήματος ή ατυχήματος.

Μέσω μελετών περίπτωσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα ενισχύσουν τις δεξιότητές τους στην αντίληψη και διάκριση των πηγών. Για την ανάλυση των ρόλων και της συνεργασίας με τους/τις δημοσιογράφους από την πλευρά των επίσημων πηγών, θα ήταν χρήσιμη η πρόσκληση επαγγελματιών εκπροσώπων τύπου, όπως από το Υπουργείο, τη Δημοτική Αρχή ή άλλους φορείς, για την πραγματοποίηση σχετικών εισηγήσεων και διαλόγων.

2.2.Γ.3 | ΑΜΦΙΣΒΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΣΤΑΥΡΩΣΗ

Η παρούσα υποενότητα επικεντρώνεται στη διαχείριση των πληροφοριών και των πηγών στο δημοσιογραφικό ρεπορτάζ, εφαρμόζοντας αρχές από την επιστημονική έρευνα, όπως η αμφισβήτηση δεδομένων και η διασταύρωση πληροφοριών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μελετήσουν δύο κύριες αρχές:

1. Αντίληψη σκοπιμοτήτων: Θα εξετάσουν πώς κάθε πηγή, επίσημη ή ανεπίσημη, εξυπηρετεί υποκειμενικούς στόχους. Ακόμα και οι επίσημες πηγές, όπως κυβερνητικοί φορείς, συχνά προωθούν πληροφορίες με συγκεκριμένες επιδιώξεις.
2. Έλεγχος αξιοπιστίας: Οι πληροφορίες πρέπει να ελέγχονται διαρκώς, ακόμα και από φαινομενικά ειλικρινείς πηγές. Ακόμα και αυτόπτες μάρτυρες χρειάζονται επαλήθευση με άλλες μαρτυρίες ή οπτικοακουστικό υλικό.

Η υποενότητα θα βοηθήσει τους/τις σπουδαστές/-τριες να αναπτύξουν κριτική σκέψη μέσα από μελέτες περιπτώσεων και ασκήσεις, κατανοώντας τις σκοπιμότητες πίσω από τις πηγές και τη διασταύρωση των πληροφοριών στα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

2.2.Γ.4 | ΠΗΓΕΣ ΚΟΙΝΗΣ ΛΗΨΗΣ

Η παρούσα υποενότητα συνδέεται άμεσα με βασικά θέματα της διδακτικής ενότητας, όπως είναι το ρεπορτάζ, η σύνταξη ειδήσεων και οι νέες τεχνολογίες. Σκοπός της είναι η ανάλυση των επίσημων πηγών κοινής λήψης, που απευθύνονται στη δημοσιογραφική κοινότητα ή σε εξειδικευμένους τομείς, όπως το πολιτικό ή αθλητικό ρεπορτάζ. Οι σπουδαστές/-τριες θα εξετάσουν πώς οι παραδοσιακές αυτές πηγές έχουν ενσωματωθεί στις νέες τεχνολογίες και πώς η δημοσιογραφία αξιοποιεί πηγές από τα ψηφιακά μέσα και τη δημοσιογραφία των πολιτών.

Παράλληλα, θα δοθεί έμφαση στον ρόλο των οργανωμένων Γραφείων Τύπου, τα οποία παρέχουν συνεχή πληροφόρηση στους/στις διαπιστευμένους/-ες δημοσιογράφους και διοργανώνουν τακτικές ενημερώσεις. Σημαντική είναι η κατανόηση των εκλεκτικών σχέσεων που μπορεί να αναπτύσσονται με ορισμένα μέσα, οδηγώντας σε αποκλειστική ενημέρωση ή και πιθανούς κινδύνους διαπλοκής.

Η εκπαιδευτική κατανόηση θα ενισχυθεί με ασκήσεις και εκπαιδευτικές επισκέψεις σε Γραφεία Τύπου ή Συνεντεύξεις Τύπου.

2.2.Γ.5 | ΟΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ

Η υποενότητα εστιάζεται στη διαχείριση των πληροφοριών και την αξιολόγηση των πηγών στο δημοσιογραφικό ρεπορτάζ, συνδυάζοντας τις αρχές της επιστημονικής έρευνας. Οι σπουδαστές/-τριες θα μελετήσουν δύο βασικές αρχές:

1. Αντίληψη σκοπιμοτήτων: Κάθε πηγή πληροφοριών, είτε επίσημη είτε ανεπίσημη, ενδέχεται να εξυπηρετεί συγκεκριμένες επιδιώξεις. Ακόμα και οι πιο αξιόπιστες πηγές, όπως οι κυβερνητικοί φορείς, μπορεί να παρουσιάζουν δεδομένα υπό συγκεκριμένες γωνίες.

2. Έλεγχος αξιοπιστίας: Η ανάγκη συνεχούς ελέγχου των πηγών είναι απαραίτητη. Ακόμη και οι αυτόπτες μάρτυρες πρέπει να επαληθεύονται μέσω άλλων μαρτυριών ή οπτικοακουστικού υλικού.

Η υποενότητα θα ενισχύσει την κριτική σκέψη των σπουδαστών/-τριών, χρησιμοποιώντας μελέτες περιπτώσεων και ασκήσεις, με σκοπό την κατανόηση των σκοπιμοτήτων πίσω από κάθε πηγή και την ανάγκη για διασταύρωση πληροφοριών.

2.2.Γ.6 | ΟΙ ΜΑΡΤΥΡΙΕΣ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ

Η παρούσα υποενότητα εστιάζεται στον ρόλο των πολιτών στη διαδικασία του ρεπορτάζ, εξετάζοντας τη συμβολή τους στην παροχή πληροφοριών, μαρτυριών και υλικού προς τους/τις δημοσιογράφους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα κατανοήσουν ότι, ως μελλοντικοί/-ές δημοσιογράφοι, θα συνεργάζονται συχνά με αναφορές από ιδιώτες, οι οποίες μπορεί να προέρχονται από την «δημοσιογραφία των πολιτών» ή από άλλες μορφές συνεισφοράς. Αυτές οι συνεισφορές μπορεί να περιλαμβάνουν πρόχειρες δημοσκοπήσεις, δηλώσεις αυτοπτών μαρτύρων ή συνεντεύξεις με πρωταγωνιστές γεγονότων. Μια βασική αρχή που θα διδαχθούν είναι η ανάγκη για σεβασμό προς τους πολίτες, καθώς και η τήρηση των κανόνων δεοντολογίας, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για ευάλωτα άτομα.

Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα ασκηθούν στην κριτική αξιολόγηση των μαρτυριών, αναγνωρίζοντας ότι οι πολίτες μπορεί να έχουν προσωπικές οπτικές, σκοπιμότητες ή συναισθηματικές φορτίσεις. Για την κατανόηση αυτών των αρχών, προτείνονται παιχνίδια ρόλων και επισκέψεις σε δικαστήρια, όπου θα δουν πώς οι πολίτες λειτουργούν ως μάρτυρες με ενίοτε αντιφατικές καταθέσεις.

2.2.Γ.7 | ΟΙ ΡΕΠΟΡΤΕΡ ΩΣ ΑΥΤΟΠΤΕΣ

Η παρούσα υποενότητα επικεντρώνεται στη θέση των δημοσιογράφων ως αυτόπτες και αυτήκοι μάρτυρες των γεγονότων που καταγράφουν. Οι εκπαιδευόμενοι θα κατανοήσουν ότι, παρόλο που πολλές πληροφορίες προέρχονται από πηγές, οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι συχνά παρευρίσκονται στο πεδίο, καλύπτοντας τα γεγονότα ζωντανά.

Αυτές οι συνθήκες μπορούν να περιλαμβάνουν από επικίνδυνες αποστολές, όπως πολεμικές ζώνες και ανθρωπιστικές κρίσεις, έως καθημερινές καταστάσεις όπως συγκρούσεις σε διαδηλώσεις ή αθλητικούς αγώνες. Παράλληλα, η προσωπική παρατήρηση δεν υποκαθιστά την ανάγκη για πρόσθετες μαρτυρίες και πηγές.

Οι σπουδαστές θα αναπτύξουν δεξιότητες παρατηρητικότητας μέσα από ασκήσεις που θα τους ζητήσουν να καταγράψουν γεγονότα που παρατηρούν στις καθημερινές τους διαδρομές, με στόχο να ενισχύσουν την ικανότητά τους να αναγνωρίζουν στοιχεία δημοσιογραφικού ενδιαφέροντος.

2.2.Γ.8 | Η ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΣΤΑ ΑΡΧΕΙΑ

Η συγκεκριμένη εκπαιδευτική υποενότητα επικεντρώνεται στη σημασία και την αναγκαιότητα χρήσης αρχειακού υλικού στη δημοσιογραφική εργασία. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τη σημασία της διατήρησης και ταξινόμησης ενός προσωπικού αρχείου δημοσιεύσεων, υλικού και πηγών, το οποίο θα τους/τις βοηθήσει να συσχετίσουν γεγονότα και καταστάσεις, συνδέοντας τρέχουσες εξελίξεις με το παρελθόν.

Η αρχειοθέτηση, ήδη από την περίοδο της εκπαίδευσης, καλλιεργεί δεξιότητες οργάνωσης και εύκολης ανάκλησης πληροφοριών, ενώ η ψηφιοποίηση αρχείων, συννοδευόμενη από καταλόγους, προστατεύει από απώλειες. Στη δημοσιογραφική εργασία, η χρήση παλαιών πηγών είναι πολύτιμη, ιδιαίτερα στην ερευνητική δημοσιογραφία και τα αφιερώματα.

Πηγές αρχειακού υλικού περιλαμβάνουν δημόσιες βιβλιοθήκες, ιστορικά αρχεία και εξειδικευμένα μουσεία, ενώ η πρόσβαση σε ιδιωτικές συλλογές μπορεί να είναι πιο δύσκολη και να απαιτεί οικονομικό κόστος.

2.2.Γ.9 | Η ΕΠΙΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΠΗΓΩΝ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην επισφάλεια που παρουσιάζουν οι πηγές πληροφοριών, λόγω επιδιώξεων και σκοπιμοτήτων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα κατανοήσουν ότι οι δημοσιογράφοι λειτουργούν ως μεσολαβητές/-τριες μεταξύ των πηγών και του κοινού, και οι πηγές, είτε επίσημες είτε ανεπίσημες, συχνά έχουν συγκεκριμένα κίνητρα. Παρά τις καλές προθέσεις, οι δημοσιογράφοι οφείλουν να ελέγχουν και να επαληθεύουν τις πληροφορίες που λαμβάνουν.

Οι κίνδυνοι για τους/τις δημοσιογράφους περιλαμβάνουν την έκθεση σε ψευδείς πληροφορίες, ενώ υπάρχει ο κίνδυνος εσκεμμένης παραπλάνησης από πηγές που επιδιώκουν συγκεκριμένα συμφέροντα. Επιπλέον, οργανωμένα πολιτικά, επιχειρηματικά ή εγκληματικά συμφέροντα μπορεί να χρησιμοποιήσουν τους/τις δημοσιογράφους για να διαδώσουν ανακριβές υλικό. Ακόμα και σε δημοκρατικές χώρες, δημοσιογράφοι μπορεί να πέσουν θύματα «παγίδων» μέσω αποκλειστικών πληροφοριών που υπονομεύουν τη φήμη τους. Η μελέτη περιπτώσεων στα τμήματα ειδικότητας θα βοηθήσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να κατανοήσουν καλύτερα τους κινδύνους που αντιμετωπίζουν οι δημοσιογράφοι στις σχέσεις τους με τις πηγές.

2.2.Γ.10 | ΠΡΩΤΟΓΕΝΕΙΣ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΕΙΣ ΠΗΓΕΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα συνδέεται άμεσα με τη δημοσιογραφική μεθοδολογία, η οποία παρουσιάζει ομοιότητες με την επιστημονική μέθοδο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μελετήσουν τη σημασία της διάκρισης των πηγών σε πρωτογενείς και δευτερογενείς, κυρίως σε ιστορικά ρεπορτάζ, αφιερώματα και ερευνητική δημοσιογραφία.

Οι πρωτογενείς πηγές (primary sources) περιλαμβάνουν άμεσες καταγραφές γεγονότων, όπως μαρτυρίες, αυτοψίες, δημόσιες δηλώσεις, αποδεικτικά υλικά, και έγγραφα που δεν έχουν υποστεί επεξεργασία. Αντίθετα, οι δευτερογενείς πηγές

(secondary sources) βασίζονται σε επεξεργασμένα στοιχεία από πρωτογενείς πηγές, όπως μελέτες, βιβλία ή αξιολογήσεις γεγονότων.

Η υποεπάρκεια στοχεύει στην ανάπτυξη των δεξιοτήτων των εκπαιδευομένων στη χρήση και την κριτική αξιολόγηση αυτών των πηγών, ειδικά στην ερευνητική δημοσιογραφία, όπου οι πηγές εξετάζονται πιο συστηματικά. Μέσα από μελέτες περίπτωσης, θα ενισχυθεί η ικανότητά τους να συνδυάζουν πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές, λαμβάνοντας υπόψη τον υποκειμενικό χαρακτήρα των αρχικών πληροφοριών.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Charnley, M. V. & Charnley, B. (1992). *Η τέχνη του ρεπορτάζ* (μτφρ. Α. Χριστοδουλίδης). Αθήνα: Εκδόσεις Γνώση.
2. Edelman, M. (1999). *Η κατασκευή του πολιτικού θεάματος* (μτφρ. Α. Κόρκα). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
3. Έξαρχος, Σ. Γ. (2008). *Η επιστήμη της δημοσιογραφίας και η τέχνη του ρεπορτάζ. Δημοσιογραφικά «συν-κείμενα»*. Αθήνα: Εκδόσεις Ερωδιδός.
4. Μπώκος, Γ. (2001). *Εισαγωγή στην επιστήμη της πληροφόρησης*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου.
5. Πλειός, Γ. (2011). *Ειδήσεις και νεωτερικότητα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.

Συμπληρωματικές

1. Rich, C. (2006). *Ειδησεογραφία και ρεπορτάζ: μια διδακτική μέθοδος* (μτφρ. Ε. Καρυπιάδου). Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
2. Ramonet, I. (2011). *Η έκρηξη της δημοσιογραφίας. Από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στη μαζικότητα των μέσων ενημέρωσης* (μτφρ. Θ. Τσαπακίδης). Αθήνα: Εκδόσεις του Εικοστού Πρώτου.

2.2.Δ • ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα «Πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα» έχει στόχο να βοηθήσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες να κατανοήσουν καλύτερα στην πράξη τους κανόνες δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας που διέπουν το επάγγελμα του/της δημοσιογράφου, καθώς και να εμβαθύνουν ακόμα περισσότερο στον ρόλο και τη χρησιμότητα των δημοσιογραφικών πηγών. Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος, οι καταρτιζόμενοι/-ες επικεντρώνονται στην πρακτική εξάσκηση όλων όσων διδάσκονται στα υπόλοιπα μαθήματα του εξαμήνου, δίνοντας έμφαση ανάμεσα σε άλλα, στις τεχνικές δημοσιογραφικής συνέντευξης και στη διαχείριση των δημοσιογραφικών

πηγών ανάλογα με το είδος του ρεπορτάζ και το μέσο ενημέρωσης. Ταυτόχρονα, οι καταρτιζόμενοι/-ες, στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος, θα έχουν τη δυνατότητα να συντάσσουν στον ηλεκτρονικό υπολογιστή δημοσιογραφικά κείμενα, να αναζητούν στο Διαδίκτυο δημοσιογραφικές πληροφορίες, καθώς και να εκπονούν δημοσιογραφικές συνεντεύξεις με πρόσωπα μέσω τηλεσυναντήσεων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Γνωρίζουν τους κανόνες δημοσιογραφικής δεοντολογίας που διέπουν το επάγγελμα του/της δημοσιογράφου,
- Διατυπώνουν δημοσιογραφικά ερωτήματα απευθυνόμενοι/-ες στις διάφορες πηγές,
- Επιλέγουν τις καταλληλότερες πηγές κάθε φορά ανάλογα με το είδος του ρεπορτάζ που υπηρετούν,
- Σχεδιάζουν συνεντεύξεις με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον,
- Δημιουργούν ένα δίκτυο δημοσιογραφικών πηγών,
- Οργανώνουν τις δημοσιογραφικές πηγές ανάλογα με το είδος του ρεπορτάζ που υπηρετούν και το μέσο στο οποίο εργάζονται,
- Χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για αναζήτηση δημοσιογραφικών πηγών και πληροφοριών και στην αγγλική γλώσσα,
- Συντάσσουν στον ηλεκτρονικό υπολογιστή ρεπορτάζ και συνεντεύξεις,
- Τροποποιούν μικρά δημοσιογραφικά κείμενα ανάλογα με το μέσο δημοσίευσης,
- Υιοθετούν κανόνες δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος,
- Απορρίπτουν μη ηθικές και σύμφωνες με τη δεοντολογία δημοσιογραφικές πρακτικές.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Τεχνική συνέντευξης / Δημοσιογραφική δεοντολογία / Πηγές ρεπορτάζ / Συνέντευξη-πορτρέτο / Συνέντευξη μάρτυρα / Συνέντευξη ειδικού / Δημοσιογραφικός λόγος / Εταιρική επικοινωνία / Εφαρμογές ηλεκτρονικών υπολογιστών / Παραδοσιακά μέσα / Ψηφιακά μέσα / Δημοσιογραφία.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (3), Σύνολο (3).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΚΑΛΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
2	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
3	ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΠΗΓΩΝ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ
4	ΣΥΝΤΑΞΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ
5	ΣΥΝΤΑΞΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΚΕΙΜΕΝΩΝ
6	ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ ΣΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΙ ΝΕΑ ΜΕΣΑ
7	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Κείμενο αναφοράς

2.2.Δ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΚΑΛΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες καλούνται να μελετήσουν καλές δημοσιογραφικές πρακτικές από τις θεματικές που θα διδαχθούν στο εξάμηνο Β΄, ώστε να εξοικειωθούν με ζητήματα τεχνικής συνεντεύξεων, αναζήτησης πηγών και εφαρμογής δημοσιογραφικής δεοντολογίας.

Αρχικά, στο πλαίσιο της υποενότητας θα παρουσιάσουν παραδείγματα καλής πρακτικής από δημοσιογραφικές συνεντεύξεις που έμειναν στην ιστορία, από προηγούμενες χρονικές περιόδους. Με τη μέθοδο της ανάλυσης και παρουσίασης του ερωτηματολογίου κάθε συνέντευξης, εισάγονται στην τεχνική της συνέντευξης που θα διδαχθούν κατά τη διάρκεια του εξαμήνου. Επίσης, καλούνται να αναζητήσουν τις ειδήσεις που προκύπτουν από κάθε συνέντευξη και να τις απαριθμήσουν. Ακόμα, καλούνται να ερευνήσουν το κοινωνικοπολιτικό πλαίσιο μέσα στο οποίο διενεργήθηκε η συνέντευξη και να κατανοήσουν γιατί το κάθε θέμα είχε δημοσιογραφικό ενδιαφέρον για το κοινό της εποχής.

Επίσης, στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες εξοικειώνονται με καλές δεοντολογικές πρακτικές. Έρχονται σε επαφή με διάφορα σενάρια ή αληθινά περιστατικά από δεοντολογικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι δημοσιογράφοι και καλούνται να αποφασίσουν τι θα έκαναν στη θέση τους. Με αυτόν τον τρόπο, εξοικειώνονται με τα δεοντολογικά ερωτήματα που θα κληθούν να απαντήσουν στη διάρκεια του εξαμήνου.

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, θα είναι σε θέση να εκτιμούν την εφαρμογή των κανόνων δημοσιογραφικής δεοντολογίας και να αντιλαμβάνονται την τεχνική ανάπτυξης μιας ειδησεογραφικής συνέντευξης.

2.2.Δ.2 | ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

Στόχος αυτής της υποενότητας είναι οι καταρτιζόμενοι/-ες να μελετήσουν τους κώδικες δεοντολογίας που έχουν διδαχθεί και να εφαρμόσουν τεχνικές συνέντευξης για να δημιουργήσουν είδηση σχετική με το συγκεκριμένο θέμα.

Αρχικά, εξασκούνται στο να επιδεικνύουν κριτική σκέψη επί των αποφάσεων του ΕΣΡ για περιπτώσεις παραβίασης της δεοντολογίας. Για τον σκοπό αυτόν, μελετούν και παρουσιάζουν συγκεκριμένες περιπτώσεις στις οποίες παραβιάστηκε ο κώδικας δεοντολογίας από Έλληνες δημοσιογράφους.

Στη συνέχεια, διακρίνουν τα όρια για την ορθή άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Σχολιάζουν, στο πλαίσιο της τάξης, την αναγκαιότητα της ύπαρξης ρυθμιστικών κανόνων στο επάγγελμα της δημοσιογραφίας και συζητούν τα όρια της ελευθερίας του λόγου. Είναι σημαντικό οι καταρτιζόμενοι/-ες να παρουσιάσουν την τελική τους τοποθέτηση αναπτύσσοντας δομημένα επιχειρήματα.

Τέλος, στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, καλούνται να συντάξουν ερωτήσεις που απευθύνονται σε επαγγελματίες δημοσιογράφους σχετικά με την εφαρμογή των κανόνων δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Οι καταρτιζόμενοι/-ες αναζητούν τον στόχο της συνέντευξης που θα την κάνει ενδιαφέρουσα στο ευρύ κοινό. Στη συνέχεια αποφασίζουν τι είδος τεχνική συνέντευξης χρειάζεται να ακολουθήσουν και δημιουργούν ένα ερωτηματολόγιο που ανταποκρίνεται στον στόχο που έχουν θέσει.

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, θα είναι σε θέση να υπερασπίζονται το δικαίο και το ηθικό κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, ενώ παράλληλα θα αναζητούν την άποψη των επαγγελματιών του κλάδου μέσω συνεντεύξεων.

2.2.Δ.3 | ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΠΗΓΩΝ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες εξασκούνται στην αναζήτηση αξιόπιστων πηγών, ορίζοντας παράλληλα την έννοια της ερευνητικής δημοσιογραφίας. Μελετώντας διάφορα είδη ρεπορτάζ, εξασκούνται στο να αναγνωρίζουν τις δημοσιογραφικές πηγές που περιέχει κάθε κείμενο και να τις κατονομάζουν. Ακόμα, καλούνται να διακρίνουν την προέλευση των δημοσιογραφικών αυτών πηγών και να συζητήσουν μεταξύ τους τεχνικές αναζήτησης αντίστοιχων πηγών.

Η μαθησιακή αυτή υποενότητα αποτελεί τη βάση για την κατανόηση της ερευνητικής δημοσιογραφίας. Οι καταρτιζόμενοι/-ες κατανοούν τη λειτουργία της ερευνητικής δημοσιογραφίας που δεν έχει στόχο μόνο να ενημερώσει αλλά και να ανακαλύψει αυτά που κάποιοι/-ες προσπαθούν να κρύψουν. Σε αυτή την περίπτωση, η αναζήτηση και διαχείριση των πηγών είναι πολύ σημαντική για τη διενέργεια του ρεπορτάζ.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες αναζητούν, επίσης, περιπτώσεις καλής πρακτικής που τους επιτρέπουν να κατανοήσουν τις προκλήσεις στη διαχείριση των υποσχέσεων εμπιστευτικότητας και την προστασία των δημοσιογραφικών πηγών και των μαρτύρων δημοσίου συμφέροντος (whistleblowers). Για αναζήτηση πηγών και πληροφοριών χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο στην ελληνική και την αγγλική γλώσσα.

Στο τέλος της υποενότητας, καλούνται να πραγματοποιήσουν συνεντεύξεις ειδικού με δημοσιογράφους που ασχολούνται με ερευνητικό ρεπορτάζ ή άλλα είδη ρεπορτάζ με στόχο να διερευνήσουν πώς οι επαγγελματίες δημοσιογράφοι στην Ελλάδα αναζητούν, διαχειρίζονται και προστατεύουν τις πηγές τους.

2.2.Δ.4 | ΣΥΝΤΑΞΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα στοχεύει στην εξοικείωση των καταρτιζομένων με την απόδοση μιας συνέντευξης τόσο στον γραπτό όσο και στον προφορικό λόγο. Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας, συνδυάζονται γνώσεις και δεξιότητες που αποκόμισαν οι καταρτιζόμενοι/-ες και από άλλες σχετικές μαθησιακές υποενότητες.

Αφού έχουν μάθει να διακρίνουν τις ομοιότητες και τις διαφορές του γραπτού από τον προφορικό δημοσιογραφικό λόγο, οι καταρτιζόμενοι/-ες καλούνται να σχεδιάσουν και να διενεργήσουν μια συνέντευξη-πορτρέτο. Αφού αποφασίσουν τον στόχο της συνέντευξης και γράψουν τις ερωτήσεις, την ηχογραφούν έχοντας ένα συγκεκριμένο χρονικό όριο. Στη συνέχεια, καλούνται να την αποτυπώσουν στο χαρτί και να αποφασίσουν πώς θα μεταφέρουν την προφορική έκφραση στον έντυπο λόγο. Η συνέντευξη-πορτρέτο είναι ένα είδος συνέντευξης που έχει ελεύθερη δομή. Οι καταρτιζόμενοι/-ες έχουν την ελευθερία να την αποτυπώσουν στο χαρτί επιλέγοντας είτε την τεχνική των ερωταποκρίσεων ή την τεχνική της αφήγησης σε πρώτο ή τρίτο πρόσωπο.

Επίσης, καλούνται να διακρίνουν τις σημαντικότερες ειδήσεις που προκύπτουν από τη συνέντευξη και να δημιουργήσουν ενημερωτικό περιεχόμενο για τα κοινωνικά δίκτυα, ακολουθώντας τους κανόνες της πλατφόρμας που θα επιλέξουν.

Στο τέλος της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν εξασκηθεί στη διενέργεια μιας συνέντευξης-πορτρέτου και θα μπορούν να διακρίνουν τις διαφορές που έχει η δημιουργία δημοσιογραφικού περιεχομένου για τα παραδοσιακά μέσα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

2.2.Δ.5 | ΣΥΝΤΑΞΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΚΕΙΜΕΝΩΝ

Στόχος της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας είναι να εξοικειώσει τους καταρτιζόμενους/-ες με τη σύνταξη και παρουσίαση κειμένων για τους σκοπούς μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Εξασκούνται με βάση υποθετικά σενάρια, στα οποία καλούνται να οργανώσουν μια καμπάνια επικοινωνίας προωθώντας τους σκοπούς της εταιρείας/οργανισμού. Αφού θέσουν τον σκοπό της στρατηγικής, εντοπίσουν το κοινό που τους ενδιαφέρει και διακρίνουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης ή του οργανισμού, καλούνται να συντάξουν αντίστοιχα εταιρικά κείμενα και να αποφασίσουν σε ποια κανάλια επικοινωνίας θα τα δημοσιεύσουν. Οι καταρτιζόμενοι/-ες εξασκούνται στο να συντάσσουν διαφημιστικά κείμενα (copies) και προωθητικά μηνύματα για την εξυπηρέτηση των επικοινωνιακών στόχων μιας εταιρείας/

οργανισμού. Συντάσσουν, επίσης, εταιρικά κείμενα και επιστολές για την καλύτερη επικοινωνία της εταιρείας με διάφορες ομάδες κοινού.

Είναι σημαντικό να επιλέξουν κανάλια επικοινωνίας τόσο στο ψηφιακό όσο και στο μη ψηφιακό περιβάλλον (online και offline) και να είναι σε θέση να αιτιολογήσουν τη χρησιμότητα του κάθε καναλιού για την επίτευξη των στόχων τους. Οι καταρτιζόμενοι/-ες χρειάζεται, επίσης, να εξασκηθούν στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση των εταιρικών στόχων.

2.2.Δ.6 | ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ ΣΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΙ ΝΕΑ ΜΕΣΑ

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα στοχεύει στην κατανόηση και ανάπτυξη των απαραίτητων δεξιοτήτων για τη σωστή χρήση του δημοσιογραφικού λόγου τόσο στα παραδοσιακά όσο και τα νέα μέσα ενημέρωσης. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν να διακρίνουν τις ομοιότητες και τις διαφορές του γραπτού και προφορικού δημοσιογραφικού λόγου, ενώ θα αναγνωρίσουν την πρωταρχική σημασία της σωστής δομής και ακρίβειας στην επαγγελματική τους πρακτική. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στις σύγχρονες τεχνικές παραγωγής δημοσιογραφικού περιεχομένου για το Διαδίκτυο, καθώς και στη λειτουργία των αλγορίθμων που επηρεάζουν την προβολή και διανομή των ειδήσεων.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξετάσουν, επίσης, την αξιοπιστία του ήδη δημοσιευμένου περιεχομένου, αναπτύσσοντας δεξιότητες κριτικής αξιολόγησης πηγών και πληροφοριών. Μέσω αυτής της υποενότητας, θα μπορέσουν να συμπληρώνουν ενημερωτικές πλατφόρμες και μέσα κοινωνικής δικτύωσης με κατάλληλο δημοσιογραφικό περιεχόμενο, ενώ θα υποστηρίξουν την εξέλιξη του επαγγέλματός τους εφαρμόζοντας νέες πρακτικές και μεθόδους γραφής. Συνολικά, η υποενότητα αποσκοπεί στην ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης προσέγγισης της δημοσιογραφικής γραφής, η οποία συνδυάζει την παραδοσιακή δεοντολογία με τις απαιτήσεις του ψηφιακού κόσμου.

2.2.Δ.7 | ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Στόχος της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας είναι να ενθαρρύνει τους καταρτιζόμενους/-ες να έχουν δημοσιογραφική ψηφιακή παρουσία. Στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, εξοικειώνονται με γνώσεις και δεξιότητες που τους επιτρέπουν να δημοσιεύουν το περιεχόμενο που παράγουν στο Διαδίκτυο. Ενθαρρύνονται να χρησιμοποιήσουν τα ιστολόγια που έχουν δημιουργήσει στο προηγούμενο εξάμηνο και να δημοσιεύσουν εκεί τις συνεντεύξεις και τις παρουσιάσεις που δημιούργησαν στο πλαίσιο της ενότητας «Πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα».

Για τον σκοπό αυτόν, μετατρέπουν τυχόν χειρόγραφα κείμενα σε ηλεκτρονικά, χρησιμοποιούν τον Η/Υ με επαγγελματικό τρόπο και εφαρμόζουν όλες τις δυνατότητες που προσφέρει η πληροφορική κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους. Επιπλέον, αντιλαμβάνονται τον τρόπο λειτουργίας των αλγορίθμων κατά την παραγωγή

δημοσιογραφικού περιεχομένου το οποίο προορίζεται για το Διαδίκτυο, χρησιμοποιώντας τεχνικές βελτιστοποίησης περιεχομένου (SEO). Φροντίζουν να χρησιμοποιούν επαληθευμένες πηγές πριν από τη δημοσίευση κάθε κειμένου και να είναι σίγουροι για την αξιοπιστία του.

Έμφαση χρειάζεται να δοθεί στη χρήση κατάλληλου πολυμεσικού περιεχομένου (ηχητικό απόσπασμα, βίντεο, φωτογραφίες, infographics) μόνο μετά την αναφορά της πηγής.

Στο τέλος της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να ενσωματώσουν τις νέες τεχνολογίες στην καθημερινότητά τους και να παραγάγουν πρωτότυπο δημοσιογραφικό περιεχόμενο με τη βοήθεια των Η/Υ.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Καρακάσης, Α., Γούσιος, Χ. & Κεφάλας, Κ. (2015). «Η Τέχνη της συνέντευξης», στο: Καρακάσης, Α., Γούσιος, Χ. & Κεφάλας, Κ. (2015). *Εφόδιο για νέους ντοκιμαντερίστες* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/3873>
2. Πολίτης, Π. (χ.χ.). *Η ειδησεογραφική συνέντευξη – Εισαγωγή*. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ, Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα. Ανακτήθηκε από: <https://opencourses.auth.gr/modules/document/file.php/OCRS314/%CE%A0%CE%B1%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B9%CE%AC%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82%20%CE%9C%CE%B1%CE%B8%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%82%09.%20%CE%97%20%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%B7%CF%83%CE%B5%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%AD%CE%BD%CF%84%CE%B5%CF%85%CE%BE%CE%B7%20-%20%CE%95%CE%B9%CF%83%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%AE.pdf>

Συμπληρωματικές

1. Ένωση Εκδοτών Διαδικτύου. *Κώδικας Δεοντολογίας*. Ανακτήθηκε από: <https://www.ened.gr/i-enosi/kodikas-deodologias/>
2. Σπυρίδου, Π., Βατικιώτης, Π. & Μηλιώνη, Δ. (2021). *Δημοσιογραφία, «Ψευδείς Ειδήσεις» & Παραπληροφόρηση*. Εγχειρίδιο Δημοσιογραφικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Ανακτήθηκε από: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380166>

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Αγγλικά για έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα» είναι να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με το διεθνές τοπίο των αγγλόφωνων ΜΜΕ, έντυπων και ηλεκτρονικών, καθώς και να εξετάσει οπτικοακουστικό υλικό και δημοσιογραφικά κείμενα προερχόμενα από τον διεθνή Τύπο. Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος, έμφαση δίνεται στις διαφορές του δημοσιογραφικού λόγου ανάλογα με το είδος του δημοσιογραφικού κειμένου, τη μορφή και τη δομή του, αλλά και με το μέσο στο οποίο έχει δημοσιευτεί. Επιπλέον, οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας, θα έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν την αγγλική γλώσσα για την επικοινωνία τους και με πηγές που δεν ομιλούν την ελληνική γλώσσα, ενώ θα γνωρίσουν και όλες τις προοπτικές επαγγελματικής απασχόλησης στο εξωτερικό.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν το διεθνές τοπίο των αγγλόφωνων ΜΜΕ,
- Κατονομάζουν τις βασικότερες εφημερίδες και ειδησεογραφικές πύλες (news portals) ανά τον κόσμο,
- Διακρίνουν το γενικό και ειδικό δημοσιογραφικό λεξιλόγιο που εμφανίζεται στα δημοσιογραφικά κείμενα στην αγγλική γλώσσα,
- Παράγουν κείμενα ειδησεογραφικού τύπου στην αγγλική γλώσσα,
- Χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για την αναζήτηση πιο σύνθετων δημοσιογραφικών πληροφοριών στην αγγλική γλώσσα,
- Χρησιμοποιούν την αγγλική γλώσσα για να επικοινωνήσουν με δημοσιογραφικές πηγές και συνεντευξιαζόμενους που διαμένουν στο εξωτερικό,
- Εφαρμόζουν σύγχρονες δημοσιογραφικές πρακτικές στην αγγλική γλώσσα,
- Σχεδιάζουν δημοσιογραφικές συνεντεύξεις στην αγγλική γλώσσα,
- Παρουσιάζουν γραπτές και προφορικές δημοσιογραφικές πληροφορίες στην αγγλική γλώσσα,
- Υιοθετούν με άνεση τη χρήση της αγγλικής γλώσσας όταν το μέσο στο οποίο εργάζονται το απαιτεί,
- Να εργαστούν σε κάποιο αγγλόφωνο μέσο ενημέρωσης.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

International newspapers / International news websites / Journalist interview / Magazine journalism / Radiobroadcast journalism / Television journalism / Code of ethics / Media integrity.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα
Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΔΙΕΘΝΗ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
2	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ
3	ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ
4	ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ
5	ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ
6	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ

Κείμενο αναφοράς

2.2.Ε.1 | ΔΙΕΘΝΗ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Η πρώτη μαθησιακή υποενότητα στοχεύει στην παροχή γνώσεων και δεξιοτήτων για την αναγνώριση και χρήση των βασικότερων αγγλόφωνων εφημερίδων και ειδησεογραφικών πυλών (news portals) ανά τον κόσμο. Αποκτώντας εξοικείωση με το διεθνές τοπίο παραγωγής ειδησεογραφικού υλικού, έντυπου και ηλεκτρονικού, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μπορούν να αξιολογούν και να αξιοποιούν πληροφορίες διαθέσιμες σε αγγλόφωνα μέσα ενημέρωσης.

Κρίνεται σημαντικό το υλικό μελέτης να περιλαμβάνει αυθεντικά κείμενα από διαφορετικά είδη αγγλόφωνων μέσων, όπως ψηφιακές εκδόσεις εφημερίδων και ιστοσελίδες τηλεοπτικών σταθμών, προσαρμοσμένα στις μαθησιακές ανάγκες των καταρτιζομένων. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν τη δυνατότητα να αντιπαραβάλουν τη θεματολογία, το γλωσσικό ύφος και τα τεχνικά χαρακτηριστικά των κειμένων. Θα εξοικειωθούν με όρους όπως “newswire services” (ειδησεογραφικές υπηρεσίες) και “news agency” (πρακτορείο ειδήσεων), καθώς και με φράσεις όπως «to pick up news» (αναπαράγω/αλιεύω ειδήσεις) και “to be under censorship” (τελώ υπό λογοκρισία).

Προτείνεται στο υλικό μελέτης να υπάρχουν κείμενα από εφημερίδες όπως οι *New York Times* (αμερικανική εφημερίδα με τα περισσότερα βραβεία Πούλιτζερ), η *Wall Street Journal* (με οικονομική θεματολογία) και η *Guardian* (έγκριτη και ευρέως δημοφιλής βρετανική εφημερίδα). Κείμενα θα μπορούσαν να προέρχονται από ειδησεογραφικά πρακτορεία όπως τα Associated Press (AAP News) και Reuters ή από τηλεοπτικά κανάλια όπως τα Deutsche Welle και Al Jazeera (στην αγγλική έκδοση).

Για την εμπέδωση της ορολογίας της υποενότητας, θα μπορούσε να οργανωθεί στην τάξη συζήτηση στα αγγλικά, με σκοπό οι καταρτιζόμενοι/-ες να σκεφτούν αν και σε ποιο διεθνές μέσο ενημέρωσης θα ήθελαν να εργαστούν, υποστηρίζοντας παράλληλα την επιλογή τους.

2.2.E.2 | ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ

Η δεύτερη μαθησιακή υποενότητα στοχεύει στην εξοικείωση των καταρτιζομένων με την ορολογία που χρησιμοποιείται για την οργάνωση και υλοποίηση μιας συνέντευξης στα αγγλικά. Πέρα από τη δομή, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μπορούν να διακρίνουν το γλωσσικό ύφος που συνήθως διαπερνά το κείμενο μιας δημοσιογραφικής συνέντευξης (journalist interview).

Μέσα από απλά αγγλικά κείμενα με θέμα τις συνεντεύξεις, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εμπεδώσουν τη διαδικασία διεξαγωγής συνεντεύξεων στα αγγλικά. Θα θυμηθούν πως μετά την επιλογή θέματος συζήτησης και συνεντευξιαζομένου/-ης, χρόνου και χώρου συνέντευξης, χρειάζεται να προσδιορίσουν το είδος (deciding on interview format) και τις ερωτήσεις της συνέντευξης (determining interview questions). Επιπλέον, χρειάζεται να δημιουργήσουν το κατάλληλο κλίμα (setting the tone) ακούγοντας με προσοχή, υποβάλλοντας ερωτήσεις που συμβαδίζουν με όσα συζητούνται. Θα κατευθύνουν τη συζήτηση (steering the conversation) χωρίς να αποφεύγουν δύσκολες ερωτήσεις, φροντίζοντας να ολοκληρώνουν εγκαίρως.

Στο πλαίσιο αυτό, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με έννοιες όπως συναίνεση του/της συνεντευξιαζομένου/-ης (consent), απόδοση των λεγόμενων του/της (attribution), καλή σχέση μεταξύ δημοσιογράφου και συνεντευξιαζομένου/-ης (rapport). Θα αναγνωρίσουν τη διαφορά μεταξύ επίσημης και ανεπίσημης δήλωσης (on the record/off the record), καθώς και τη σημασία της αποφυγής αδιάκριτων (intrusive) και άσχετων (out of context) ερωτήσεων. Θα μπορούν να κατονομάσουν εργαλεία εργασίας, ανάλογα με τη μορφή της συνέντευξης, όπως (αποδίδονται στα αγγλικά): notebook, recorder, mic, webcam.

Για την εμπέδωση της ορολογίας της υποενότητας, θα μπορούσε να οργανωθεί στην τάξη συζήτηση στα αγγλικά. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μπορούσαν να μοιραστούν τα χαρακτηριστικά που κρίνουν πως κάνουν έναν/μία δημοσιογράφο καλό/-ή στη διεξαγωγή συνεντεύξεων.

2.2.E.3 | ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ

Έχοντας εξοικειωθεί με το σύννηθες γλωσσικό ύφος των περιοδικών στην ελληνική γλώσσα, στο πλαίσιο της τρίτης μαθησιακής υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα καταρτιστούν στη χρήση του μη τυπικού, καθημερινού λόγου των περιοδικών στην αγγλική γλώσσα.

Μέσα από τη μελέτη αυθεντικού υλικού από αγγλόφωνα περιοδικά με παρουσία στο Διαδίκτυο, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν την ευκαιρία να διαπιστώσουν ότι, ανεξάρτητα από τη γλώσσα σύνταξης, τα περιοδικά διακρίνονται σε δύο βασικές κατηγορίες: τα λογοτεχνικά ή ειδικού ενδιαφέροντος (literary/special-interest magazines) και τα ποικίλης ύλης (general-interest magazines/periodicals). Θα μπορούν να αναγνωρίσουν και να περιγράψουν στα αγγλικά τα τεχνικά χαρακτηριστικά που αφορούν το εξώφυλλο και το οπισθόφυλλο (front and back cover pages), το ει-

σαγωγικό μέρος (front-of-book content), το κύριο εκτενές άρθρο (feature) και το καταληκτικό μέρος (back-of-book content). Επιπλέον, θα εμπεδώσουν βασικούς όρους όπως: feature (κύριο θέμα), column (τακτική στήλη) και editorial (κύριο άρθρο σύνταξης/γνώμης).

Επειδή η διάσταση του φύλου διαπερνά σταθερά τη θεματολογία των περιοδικών ποικίλης ύλης, προτείνεται το υλικό μελέτης να περιλαμβάνει κείμενα από παραδοσιακά «ανδρικά» και «γυναικεία» περιοδικά. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν τη δυνατότητα να διακρίνουν τυχόν διαφορές στην επιλογή και την παρουσίαση των θεμάτων με βάση το φύλο του αναγνωστικού κοινού. Ενδεικτικά, αναφέρονται δημοφιλή περιοδικά όπως τα ανδρικά: *Men's Health*, *Esquire*, *FourFourTwo* (για το ποδόσφαιρο), και τα γυναικεία: *Women's Health*, *Harper's Bazaar*, *Women's Weekly Food* (για τη μαγειρική).

Για την ενίσχυση των δεξιοτήτων προφορικού λόγου και κριτικής σκέψης, θα μπορούσε να οργανωθεί στην τάξη συζήτηση με θέμα τη διάσταση του φύλου στα περιοδικά και ερωτήσεις όπως: "Should magazines have gender-related content?".

2.2.E.4 | ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Η τέταρτη μαθησιακή υποενοότητα έχει σκοπό την εξοικείωση των καταρτιζομένων με την αγγλική ορολογία ραδιοφωνικής δημοσιογραφίας. Το υλικό μελέτης οργανώνεται σε δύο μέρη, με το πρώτο μέρος να ανταποκρίνεται σε θέματα ραδιοφωνικής τεχνολογίας και το δεύτερο σε θέματα ραδιοφωνικού περιεχομένου.

Αρχικά, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εμπεδώσουν την αγγλική ορολογία που συχνά συναντάται και σε ελληνόγλωσσα κείμενα για την τεχνολογία ραδιοφωνικών εκπομπών (broadcasting technology). Θα μπορούν να ερμηνεύσουν στα αγγλικά τη διαφορά μεταξύ της ψηφιακής και της δορυφορικής ραδιοφωνίας (digital vs satellite radio). Θα θυμηθούν πως για τον προγραμματισμό των ραδιοφωνικών εκπομπών χρησιμοποιείται πρότυπο ρολόι εκπομπής (broadcast or format clock), και πως, όταν μια εκπομπή είναι στον αέρα, εμφανίζεται η ένδειξη "on air".

Στη συνέχεια, θα παρουσιαστεί η αγγλική ορολογία για την περιγραφή του περιεχομένου ενός ραδιοφωνικού σταθμού (radio formats). Προτείνεται να αποδοθεί έμφαση στη μορφή του προφορικού λόγου. Θα γίνει αναφορά σε ραδιοφωνικές εκπομπές λόγου (radio talk show), συνεντεύξεις στο ραδιόφωνο (radio interviews), συζητήσεις με ακροατές/-τριες (radio discussions), ντοκιμαντέρ στο ραδιόφωνο (radio documentaries), θέατρο στο ραδιόφωνο (radio drama). Θα μπορούσε, επίσης, να γίνει αναφορά σε θέματα φωνής των εκφωνητών/-τριών, βασικού εργαλείου για τη δημιουργία εμπειριών για τους/τις ακροατές/-τριες. Στην κατεύθυνση αυτή, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα θυμηθούν τη σημασία του να έχουν ως επαγγελματίες δημοσιογράφοι, ένα φυσικό και συνομιλητικό ύφος (conversational speaking style).

Για την ανάπτυξη των δεξιοτήτων παραγωγής προφορικού λόγου, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μπορούσαν να αναλάβουν, ανά μικρές ομάδες, την παρουσίαση ενός επίκαιρου θέματος στα αγγλικά, ακολουθώντας τη μορφή μιας ραδιοφωνικής παραγωγής.

2.2.E.5 | ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Η προτελευταία μαθησιακή υποενότητα εισάγει λέξεις, φράσεις και έννοιες της τηλεοπτικής δημοσιογραφίας στην αγγλική γλώσσα. Το υλικό μελέτης οργανώνεται σε δύο μέρη, με το πρώτο μέρος να καλύπτει θέματα τηλεοπτικού εξοπλισμού και το δεύτερο, θέματα τηλεοπτικών προγραμμάτων.

Αρχικά, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εμπεδώσουν την αγγλική ορολογία για τον τηλεοπτικό εξοπλισμό, που θα έχουν συναντήσει σε άλλες μαθησιακές ενότητες. Επειδή στην τηλεόραση τον πρώτον λόγο έχει η εικόνα, προτείνεται να αποδοθεί έμφαση σε όρους σχετικούς με θέματα εικόνας. Ενδεικτικά αναφέρονται οι εξής: live shot (ζωντανή εικόνα), news ticker (προβολέας ειδήσεων) on-screen graphic (διάγραμμα επί οθόνης), over-the-shoulder shot (λήψη πάνω από τον ώμο), video switcher (μεταγωγός μαγνητοσκοπημένης εικόνας). Ταυτόχρονα, θα γίνει αναφορά σε αντίστοιχους επαγγελματικούς ρόλους όπως (αποδίδονται στα αγγλικά): graphics operator and videographer.

Στη συνέχεια, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναγνωρίσουν και θα περιγράψουν διαφορετικά είδη τηλεοπτικού προγράμματος. Ενδεικτικά, αναφέρονται η πρωινή εκπομπή (morning show), το δελτίο ειδήσεων (newscast), η έκτακτη είδηση (breaking news), τα αθλητικά (sports), η μαγειρική (cookery), η κωμική σειρά (sitcom/situation comedy), το τηλεπαιχνίδι (game show), η παιδική εκπομπή (kids' show). Θα εξασκηθούν στη χρήση κατάλληλων επιθέτων και ρημάτων για τη διατύπωση στα αγγλικά, της άποψής τους για μια εκπομπή. Για παράδειγμα, θα μάθουν να χρησιμοποιούν επίθετα όπως (αποδίδονται στα αγγλικά): amazing; controversial; critically acclaimed; memorable, και ρήματα όπως: to captivate; to illustrate; to narrate; to portray.

Για την ανάπτυξη των δεξιοτήτων παραγωγής γραπτού λόγου, προτείνεται η ανάθεση μικρής εργασίας στα αγγλικά με θέμα την αξιολόγηση του έργου γνωστού/-ής τηλεοπτικού/-ής δημοσιογράφου, αξιοποιώντας την ορολογία της μαθησιακής ενότητας.

2.2.E.6 | ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ

Η τελευταία μαθησιακή υποενότητα επιδιώκει να εισαγάγει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες στην αγγλική ορολογία για τη διαχείριση θεμάτων ηθικής και δεοντολογίας στη δημοσιογραφία. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που θα αποκτηθούν θα συμβάλουν στην αναγνώριση πιθανής παραβίασης και την προστασία της αξιοπιστίας της ειδησεογραφίας και στα αγγλικά.

Μέσα από τη μελέτη απλών κειμένων στα αγγλικά, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα θυμηθούν βασικές αρχές ηθικής που διαπερνούν τη δημοσιογραφία και αποβλέπουν στην προστασία των δικαιωμάτων του κοινού. Θα μπορούν να υπερασπίζονται στα αγγλικά, τις αρχές της αλήθειας και ακρίβειας (truth and accuracy), της ανεξαρτησίας (independence), της δικαιοσύνης και αμεροληψίας (fairness and impartiality), της ανθρωπιάς και υπευθυνότητας (humanity and accountability). Θα γίνει αναφορά στη σχέση μεταξύ της μεροληψίας και της αντικειμενικότητας στη δημοσιογραφία (bias

and objectivity in journalism), καθώς και στη διαφορά μεταξύ αισθημάτων, γεγονότων και απόψεων (feelings, facts, and opinions).

Στο πλαίσιο αυτό, θα εξεταστεί η έννοια του κίτρινου τύπου (yellow journalism) και η διασφάλιση της αξιοπιστίας (credibility) της ειδησεογραφίας. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με την αγγλική ορολογία για την προστασία από τη συκοφαντική δυσφήμιση, τόσο την έγγραφη (libel) όσο και την προφορική (slander). Θα είναι σε θέση να περιγράφουν την παραβίαση ηθικών αρχών χρησιμοποιώντας ρήματα όπως: to fabricate (κατασκευάζω), to insinuate (υπονοώ), to mislead (παραπλανώ) και to omit (παραλείπω). Επίσης, θα μπορούν να αναφέρονται σε σχετικές νομικές ενέργειες χρησιμοποιώντας όρους όπως: lawsuit (δικαστική αγωγή), alleged (κατ' ισχυρισμόν), to defame (δυσφημώ) και to sue (υποβάλλω μήνυση/αγωγή).

Για την εμπέδωση της ορολογίας της μαθησιακής υποεπάρκειας, θα μπορούσε να οργανωθεί στην τάξη συζήτηση στα αγγλικά, με σκοπό οι καταρτιζόμενοι/-ες να μοιραστούν τις βασικές γνώσεις και τα συμπεράσματα που αποκόμισαν από τη συγκεκριμένη υποεπάρκεια.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Davidson, S. & Dooley, J. (n.d.). *Career Paths: Social Media Marketing*. Newbury: Express Publishing.
2. Moore, C. & Dooley, J. (n.d.). *Career Paths: Journalism*. Newbury: Express Publishing.

Συμπληρωματικές

1. Hicks, W. (2013). *English for Journalists* (4th edition). UK: Routledge.
2. Indeed Editorial Team. (2022, 1 October). *Indeed*. Retrieved from: <https://uk.indeed.com/career-advice/interviewing/how-to-conduct-interview-as-journalist>
3. Marks, S. (2019). *Mastering Grammar for B1 – Greek edition*. Limassol: Burlington Books.

2.2.ΣΤ • ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Εταιρική Επικοινωνία με τη χρήση παραδοσιακών και ψηφιακών μέσων» είναι να περιγράψει τον σκοπό, τον ρόλο και τη λειτουργία της εταιρικής επικοινωνίας στο πλαίσιο της σύγχρονης επιχείρησης/οργανισμού. Οι

καταρτιζόμενοι/-ες μέσα από το συγκεκριμένο μάθημα θα εξοικειωθούν με έννοιες όπως «επικοινωνιακή στρατηγική» και «επικοινωνιακή καμπάνια», ενώ ταυτόχρονα θα μάθουν για τη σχέση της εταιρικής επικοινωνίας με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τους τρόπους και τις τεχνικές συγγραφής επικοινωνιακών κειμένων (π.χ. διαφημιστικών, προωθητικών), τον τρόπο λειτουργίας και τις δυνατότητες των ψηφιακών μέσων, του Παγκόσμιου Ιστού 2.0, των ιστολογίων και όλων των νέων καναλιών επικοινωνίας, καθώς και για τη διαχείριση της επικοινωνίας με τις διάφορες ομάδες κοινού.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Διακρίνουν τον σκοπό, τον ρόλο και τη σημασία της εταιρικής επικοινωνίας στο πλαίσιο μιας σύγχρονης επιχείρησης/οργανισμού,
- Αναγνωρίζουν και να διαχειρίζονται τις διάφορες ομάδες κοινού για την επικοινωνία της επιχείρησης/οργανισμού,
- Γνωρίζουν τις βασικές επικοινωνιακές στρατηγικές μιας εταιρείας/οργανισμού,
- Συγκρίνουν τις στρατηγικές επικοινωνίας που εφαρμόζονται στο ψηφιακό και μη ψηφιακό περιβάλλον (online και offline),
- Οργανώνουν μια καμπάνια επικοινωνίας προωθώντας τους σκοπούς της εταιρείας/οργανισμού,
- Δημιουργούν την επικοινωνιακή στρατηγική και να θέτουν επικοινωνιακούς στόχους για μια εταιρεία/οργανισμό,
- Χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση των εταιρικών στόχων,
- Επικοινωνούν με πελάτες και άλλες ομάδες κοινού χρησιμοποιώντας παραδοσιακά και νέα μέσα επικοινωνίας,
- Συντάσσουν εταιρικά κείμενα και επιστολές για την καλύτερη επικοινωνία της εταιρείας με διάφορες ομάδες κοινού,
- Συντάσσουν διαφημιστικά κείμενα (copies) και προωθητικά μηνύματα για την εξυπηρέτηση των επικοινωνιακών στόχων της εταιρείας/οργανισμού στον οποίο εργάζονται,
- Εφαρμόζουν τα ψηφιακά μέσα, τα κανάλια και τις διαθέσιμες συσκευές για την προώθηση των επικοινωνιακών τους μηνυμάτων,
- Εφαρμόζουν τις νέες τεχνολογίες προκειμένου να διαχειρίζονται πολιτισμικά αγαθά, όπως η πληροφορία,
- Υιοθετούν κανόνες επαγγελματικής συμπεριφοράς εκπροσωπώντας την εκάστοτε εταιρεία/οργανισμό,
- Υποκινούν τη σύναψη επαγγελματικών συμφωνιών που διέπονται από ήθος,
- Ενθαρρύνουν τη σύναψη αμοιβαίων σχέσεων εμπιστοσύνης με διάφορες ομάδες κοινού.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Εταιρική επικοινωνία / Επικοινωνιακή στρατηγική / Επικοινωνιακή καμπάνια / Επικοινωνιακός προγραμματισμός / Διαχείριση επικοινωνίας / Κανάλια επικοινωνίας / Εταιρικά κείμενα / Δελτία Τύπου / Διαφημιστικά κείμενα / Κοινό-στόχος.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
2	ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ: Ο ΣΤΟΧΟΣ
3	ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ: ΚΟΙΝΟ ΚΑΙ ΜΗΝΥΜΑ
4	ΚΑΝΑΛΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΕ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ
5	ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΣΥΓΓΡΑΦΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΚΕΙΜΕΝΩΝ
6	ΧΡΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Κείμενο αναφοράς

2.2.ΣΤ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Στόχος της εισαγωγικής μαθησιακής υποενότητας είναι να εξοικειώσει τους καταρτιζόμενους/-ες με τον σκοπό, τον ρόλο και τη λειτουργία της εταιρικής ή επιχειρηματικής επικοινωνίας.

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα αποτελεί τη βάση για να κατανοήσουν οι καταρτιζόμενοι/-ες πώς λειτουργεί η εταιρική επικοινωνία στο πλαίσιο του μάρκετινγκ, του μάρκετινγκ και των δημοσίων σχέσεων. Για παράδειγμα, για τη διαχείριση μιας εταιρικής ταυτότητας μιας επιχείρησης/ενός οργανισμού, το τμήμα μάρκετινγκ είναι υπεύθυνο για τη δημιουργία και την προώθηση της εικόνας και της ταυτότητας της επωνυμίας. Το τμήμα μάρκετινγκ επιβλέπει τη μακροπρόθεσμη στρατηγική κατεύθυνση του οργανισμού και διασφαλίζει ότι η επικοινωνιακή διαδικασία ευθυγραμμίζεται με την αποστολή και τις αξίες της εταιρείας. Αντίστοιχα, το τμήμα δημοσίων σχέσεων είναι υπεύθυνο για τη μετάδοση του μηνύματος σε όλους τους/τις ενδιαφερόμενους/-ες. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τον τρόπο που λειτουργεί η εταιρική επικοινωνία. Συνίσταται να μελετήσουν οργανογράμματα επιχειρήσεων/οργανισμών για να μάθουν να διακρίνουν τη θέση κάθε τμήματος σε μια επιχείρηση/οργανισμό.

Στη συνέχεια, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν να ξεχωρίζουν τους παράγοντες μιας επιτυχημένης επικοινωνιακής διαδικασίας στο πλαίσιο μιας επιχείρησης/οργανισμού κατά την οποία το μήνυμα που στέλνει ο πομπός φτάνει αυτούσιο στον δέκτη

και γίνεται κατανοητό με επιτυχία. Θα διακρίνουν, επίσης, τα προβλήματα που οδηγούν σε δυσλειτουργική επικοινωνία (θόρυβος κ.ά.).

Επίσης, θα μελετήσουν κανόνες επαγγελματικής συμπεριφοράς/κώδικες δεοντολογίας διαφόρων επιχειρηματικών κλάδων, ώστε να κατανοήσουν τις ομοιότητες και τις διαφορές μεταξύ τους. Σε αυτό το πλαίσιο, θα μάθουν να υποκινούν τη σύναψη επαγγελματικών συμφωνιών που διέπονται από ήθος και να υιοθετούν κανόνες επαγγελματικής συμπεριφοράς εκπροσωπώντας την εκάστοτε εταιρεία/οργανισμό.

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, θα μπορούν να επικοινωνούν αποτελεσματικά στο πλαίσιο της σύγχρονης επιχείρησης/οργανισμού όπου εργάζονται.

2.2.ΣΤ.2 | ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ: Ο ΣΤΟΧΟΣ

Στόχος της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας είναι να μάθουν οι καταρτιζόμενοι/-ες πώς να σχεδιάζουν μια επικοινωνιακή στρατηγική και να θέτουν επικοινωνιακούς στόχους για μια εταιρεία/οργανισμό.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στο πλαίσιο της συγκεκριμένης υποενότητας, θα εξοικειωθούν με έννοιες όπως «επικοινωνιακή στρατηγική» και «επικοινωνιακή καμπάνια» και θα κατανοήσουν ποια είναι τα βασικά στάδια του επικοινωνιακού προγραμματισμού. Αρχικά, θα μάθουν πώς να θέτουν ξεκάθαρους σκοπούς και στόχους και ποια είναι η διαφορά μεταξύ των δυο. Θα αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες ώστε να επιτύχουν διαφορετικούς επικοινωνιακούς στόχους (όπως είναι η ενημέρωση, η πειθώ, η αλλαγή στάσεων, η κινητοποίηση, η συμμετοχή, οι πωλήσεις κ.ά.) που θα συμβαδίζουν με την αποστολή της επιχείρησης/οργανισμού.

Στη συνέχεια, θα υιοθετήσουν το κατάλληλο μοντέλο επικοινωνίας από αυτά που διδάχθηκαν το προηγούμενο εξάμηνο. Με τη μέθοδο της παρουσίασης και ανάλυσης παραδειγμάτων, θα μάθουν να αναγνωρίζουν τις βασικές επικοινωνιακές στρατηγικές που εφαρμόζονται από μια εταιρεία/οργανισμό. Θα κληθούν να κατανοήσουν και να εξηγήσουν ποιος είναι ο συγκεκριμένος επικοινωνιακός στόχος σε κάθε περίπτωση που αναλύουν και γιατί επιλέχθηκε η συγκεκριμένη επικοινωνιακή στρατηγική και το συγκεκριμένο μοντέλο επικοινωνίας. Ακόμα, θα είναι σε θέση να εντοπίζουν τις τυχόν αναντιστοιχίες της στοχοθέτησης σε σχέση με την εφαρμογή κάθε στρατηγικής.

2.2.ΣΤ.3 | ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ: ΚΟΙΝΟ ΚΑΙ ΜΗΝΥΜΑ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν πώς να εντοπίζουν και να στοχεύουν το κατάλληλο κοινό για μια στρατηγική εταιρικής επικοινωνίας. Η επιλογή του κοινού-στόχου είναι από τα πιο σημαντικά στοιχεία μιας αποτελεσματικής επικοινωνίας σε όλα τα επαγγέλματα που σχετίζονται με την επικοινωνία. Στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, θα μάθουν να εφαρμόζουν τις κατάλληλες τεχνικές ώστε να αναγνωρίζουν τα χαρακτηριστικά του κοινού-στόχου και να εντοπίζουν τις ανάγκες του. Με αυτόν τον τρόπο, θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν και να διαχειρίζονται τις διάφορες ομάδες κοινού που θα επωφεληθούν από

τον επικοινωνιακό στόχο της επιχείρησης ή του οργανισμού. Ακόμη, θα μάθουν να κατανοούν τις πολιτισμικές διαφορές που ενδέχεται να αντιμετωπίσουν στο κοινό της διεθνούς αγοράς και να αξιολογούν τα χαρακτηριστικά κάθε πληθυσμιακής ομάδας με βάση δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά κριτήρια.

Στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν να σχεδιάζουν το επικοινωνιακό μήνυμα μιας στρατηγικής, εντοπίζοντας το συγκριτικό και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης. Εξοικειώνονται με τις παραπάνω έννοιες και μαθαίνουν πώς να χρησιμοποιούν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για να δημιουργήσουν μια επιχειρηματική αφήγηση με αξία για κάθε στρατηγικό στόχο. Στη συνέχεια, εναρμονίζουν το επικοινωνιακό μήνυμα στο ύφος και τη γλώσσα του κοινού που απευθύνονται.

2.2.ΣΤ.4 | ΚΑΝΑΛΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΕ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

Στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν να επικοινωνούν με πελάτες/-ισσες και άλλες ομάδες κοινού χρησιμοποιώντας παραδοσιακά και νέα μέσα επικοινωνίας. Για τον σκοπό αυτόν, θα κατανοήσουν ποια είναι τα κανάλια επικοινωνίας που μπορούν να χρησιμοποιήσουν και με ποιον τρόπο.

Τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας (τηλεόραση, ραδιόφωνο, τύπος) έχουν μαζική απήχηση, απευθύνονται σε ομάδες κοινού που αποτελούν την πλειοψηφία και βασίζονται στα έσοδα μέσω διαφήμισης. Από την άλλη, τα νέα μέσα επικοινωνίας (ψηφιακές πλατφόρμες ροής, ιστοσελίδες κ.λπ.) στοχεύουν σε εξατομικευμένη χρήση, μπορούν να προσεγγίσουν εξειδικευμένα κοινά και η πηγή εσόδων τους βασίζεται σε μια πλειάδα παραμέτρων (ικανοποίηση χρήστη, χρόνος παραμονής στην ιστοσελίδα, ποσοστά διάδρασης κ.λπ.). Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν τα χαρακτηριστικά κάθε μέσου για να μπορέσουν να κατανοήσουν ποιο μέσο να χρησιμοποιήσουν ως κανάλι διάχυσης του επικοινωνιακού μηνύματος που έχουν σχεδιάσει.

Στο πλαίσιο αυτό, καλούνται να συγκρίνουν τις στρατηγικές επικοινωνίας που εφαρμόζονται στο ψηφιακό και το παραδοσιακό περιβάλλον (online και offline). Παράλληλα, εξοικειώνονται με ψηφιακές πρακτικές, όπως είναι το email marketing, το content marketing και η διαδικτυακή διαφήμιση.

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, θα είναι σε θέση να κατανοήσουν τον τρόπο λειτουργίας και τις δυνατότητες των ψηφιακών μέσων και όλων των νέων καναλιών επικοινωνίας.

2.2.ΣΤ.5 | ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΣΥΓΓΡΑΦΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΚΕΙΜΕΝΩΝ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες μαθαίνουν πώς να συντάσσουν περιεχόμενο που ευθυγραμμίζεται με τον επικοινωνιακό στόχο, το κοινό-στόχο και τα κανάλια διανομής.

Για τον σκοπό αυτόν, θα εξοικειωθούν με τη διαδικασία του μάρκετινγκ περιεχομένου (content marketing). Πρόκειται για μια στρατηγική προσέγγιση που αφορά

τη δημιουργία και τη διανομή πολύτιμου, σχετικού και συνεπούς περιεχομένου, με σκοπό την προσέλκυση και τη διατήρηση ενός σαφώς ορισμένου κοινού. Ο στόχος είναι η οικοδόμηση εμπιστοσύνης, η ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας της επωνυμίας (brand awareness) και, τελικά, η θετική επίδραση στη συμπεριφορά των καταναλωτών/-τριών. Η προσέγγιση αυτή επικεντρώνεται στην παροχή αξίας και χρήσιμων πληροφοριών στους/στις χρήστες/-τριες, και όχι στην άμεση προώθηση προϊόντων.

Για τη δημιουργία και την αφήγηση ιστοριών (storytelling) που έχουν απήχηση στο κοινό, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν να προσαρμόζουν τα χαρακτηριστικά του περιεχομένου ανάλογα με το μέσο: από τα παραδοσιακά μέσα έως τις ιστοσελίδες, τα ιστολόγια (blogs) και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Για την καλύτερη εμπέδωση, προτείνεται η παρουσίαση και η ανάλυση παραδειγμάτων από επιτυχημένα κείμενα, σλόγκαν και καμπάνιες που ξεχώρισαν διαχρονικά. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα διακρίνουν τους τρόπους και τις τεχνικές συγγραφής επικοινωνιακών κειμένων (π.χ. διαφημιστικών, προωθητικών) και θα μάθουν να παράγουν περιεχόμενο για τις επικοινωνιακές εκστρατείες βασιζόμενοι/-ες σε επικοινωνιακά μοντέλα. Για τον σκοπό αυτόν, χρειάζεται να έχουν κατανοήσει απόλυτα ποιος είναι ο πομπός επικοινωνίας, το μήνυμα, το μέσο, το κοινό και το αποτέλεσμα που θέλουν να επιτύχουν. Επίσης, θα μάθουν πώς να συντάσσουν εταιρικά κείμενα και επιστολές για την καλύτερη επικοινωνία της εταιρείας στο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης.

Στο τέλος αυτής της υποενότητας, θα αναγνωρίσουν τα βασικά εργαλεία επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται στο εσωτερικό και το εξωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης (δελτία Τύπου, προωθητικό υλικό, αναρτήσεις σε κοινωνικά δίκτυα, διαφημίσεις κ.λπ.) και θα εξοικειωθούν με βασικές τεχνικές συγγραφής τους.

2.2.ΣΤ.6 | ΧΡΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Στην τελευταία μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τους λόγους και τον τρόπο που χρησιμοποιούνται τα κοινωνικά δίκτυα στην εταιρική επικοινωνία. Στο σύγχρονο εταιρικό περιβάλλον, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται για την προώθηση των εταιρικών στόχων μόλις τα τελευταία χρόνια. Αποτελούν μια μεγάλη πρόκληση για τον επιχειρηματικό κόσμο, ο οποίος μέχρι σήμερα χρησιμοποιούσε κυρίως τα παραδοσιακά κανάλια επικοινωνίας.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες καλούνται να κατανοήσουν τη φύση των κοινωνικών δικτύων και τα χαρακτηριστικά τους (προσβασιμότητα, ταχύτητα, μεταβλητότητα, συνδεσιμότητα, διαδραστικότητα κ.ά.). Αντιλαμβάνονται πόσο σημαντικά είναι για την οικοδόμηση κοινοτήτων, την ανάπτυξη εμπιστοσύνης με τους/τις καταναλωτές/-τριες και τη στόχευση εξειδικευμένων κοινών μέσω διαδικτυακών διαφημίσεων. Κατανοούν, επίσης, ποια είναι τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα σε σχέση με τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας.

Στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με βασικές αρχές παραγωγής περιεχομένου (copywriting) στα κοινωνικά δίκτυα. Θα

αντιληφθούν τις διαφορετικές απαιτήσεις κάθε πλατφόρμας (Facebook, Twitter, TikTok, Instagram, YouTube, Spotify κ.ά.), αλλά και το διαφορετικό κοινό που τη χρησιμοποιεί. Επίσης, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν να σχεδιάζουν το επικοινωνιακό μήνυμα λαμβάνοντας υπόψη όχι μόνο τα κανάλια επικοινωνίας αλλά και τις διαθέσιμες συσκευές στις οποίες θα κυκλοφορήσει το σχετικό περιεχόμενο. Είναι σημαντικό να δημιουργούν περιεχόμενο που θα ανταποκρίνεται (responsive template) σε διαφορετικά περιβάλλοντα (π.χ. οθόνη φορητού υπολογιστή και κινητό).

Στο τέλος αυτής της υποενότητας, θα μπορούν να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση των εταιρικών στόχων.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Μακρίδης, Σ. (χ.χ.). *Επικοινωνιακός Προγραμματισμός 1*. ΤΕΙ Ιονίων Νήσων, Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας. Ανακτήθηκε από: <https://opencourses.gr/opencourse.xhtml?id=16150&ln=el>
2. Σαμαντά, Ε. (2023). *Η επίδραση του Digital και του Social Media Marketing σε επιχειρήσεις και καταναλωτές* [Μονογραφία]. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://dx.doi.org/10.57713/kallipos-51>

Συμπληρωματικές

1. Πανηγυράκης, Γ. (2016). *Επικοινωνία και δημόσιες σχέσεις – Μελέτες περιπτώσεων*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/6412>
2. Μπουτσούκη, Χ. (χ.χ.). *Βασικές Αρχές του Μάρκετινγκ* [Περιγραφή μαθήματος/Υλικό μαθήματος]. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα. Ανακτήθηκε από: https://opencourses.auth.gr/modules/course_description/?course=OCRS447

2.2.Ζ • ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ ΣΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΙ ΝΕΑ ΜΕΣΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Εφαρμογές δημοσιογραφικού λόγου στα παραδοσιακά και νέα μέσα» είναι να βελτιώσει τις δεξιότητες των καταρτιζομένων αναφορικά με τον τρόπο παραγωγής του δημοσιογραφικού περιεχομένου στα παραδοσιακά (π.χ. τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες, περιοδικά) και τα νέα μέσα (π.χ. ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, blogs, κοινωνικά δίκτυα). Στο πλαίσιο του συγκεκρι-

μένου μαθήματος, θα αναλυθούν ποικίλα εργαλεία δημοσιογραφικού λόγου και ως εκ τούτου οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν καλύτερα τον τρόπο με τον οποίο δρα και εργάζεται ο/η δημοσιογράφος στο περιβάλλον όχι μόνο των παραδοσιακών, αλλά και των νέων μέσων. Επιπλέον, στο πλαίσιο της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας, έμφαση θα δοθεί στον ρόλο και τη σημασία των αλγορίθμων κατά την παραγωγή δημοσιογραφικού περιεχομένου το οποίο προορίζεται για δημοσίευση στο Διαδίκτυο.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν την ορθή χρήση του δημοσιογραφικού λόγου σε όλα τα μέσα,
- Διακρίνουν τις ομοιότητες και τις διαφορές του γραπτού από τον προφορικό δημοσιογραφικό λόγο,
- Ταξινομούν τα διάφορα εργαλεία του δημοσιογραφικού λόγου,
- Εξηγούν ότι η σωστή χρήση του δημοσιογραφικού λόγου κατέχει πρωταρχική θέση κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος,
- Υπολογίζουν τον τρόπο λειτουργίας των αλγορίθμων κατά την παραγωγή δημοσιογραφικού περιεχομένου το οποίο προορίζεται για το Διαδίκτυο,
- Χρησιμοποιούν νέες πρακτικές για την παραγωγή δημοσιογραφικού λόγου τόσο για τα παραδοσιακά όσο και για τα νέα μέσα,
- Ελέγχουν την αξιοπιστία του ήδη δημοσιευμένου δημοσιογραφικού λόγου στα μέσα ενημέρωσης, παραδοσιακά και σύγχρονα,
- Συμπληρώνουν με δημοσιογραφικό περιεχόμενο τις διάφορες ενημερωτικές πλατφόρμες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,
- Δημιουργούν δημοσιογραφική ψηφιακή παρουσία,
- Εφαρμόζουν σύγχρονες τεχνικές δημοσιογραφικής γραφής,
- Υποστηρίζουν την εξέλιξη του δημοσιογραφικού επαγγέλματος εφαρμόζοντας νέες πρακτικές

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Δημοσιογραφικός λόγος / Δημοσιογραφική γλώσσα / Νέα μέσα / Παραδοσιακά μέσα / Ψηφιακά μέσα / Ψηφιακός λόγος / Κοινωνικά μέσα / Διαδίκτυο / Αλγόριθμοι / Τεχνικές επαλήθευσης.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	Ο ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΣΕ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΙ ΝΕΑ ΜΕΣΑ
2	Ο ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ
3	Ο ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ
4	ΑΛΓΟΡΙΘΜΟΙ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ
5	ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ
6	ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΠΑΛΗΘΕΥΣΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

Κείμενο αναφοράς

2.2.Ζ.1 | Ο ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΣΕ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΙ ΝΕΑ ΜΕΣΑ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες μελετούν τις λειτουργίες του δημοσιογραφικού λόγου στο μεταβαλλόμενο τοπίο των μέσων ενημέρωσης. Οι καταρτιζόμενοι/-ες μελετούν τη δύναμη που είχαν, τις προηγούμενες δεκαετίες, τα παραδοσιακά μέσα (τηλεόραση, ραδιόφωνο, τύπος) στη διαμόρφωση της ημερήσιας διάταξης και στην ενημέρωση/εκπαίδευση του κοινού. Στη συνέχεια, κατανοούν τη θέση τους στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον και τον τρόπο που πλέον καλούνται να συνυπάρξουν με τα νέα μέσα (διαδικτυακές πλατφόρμες).

Πλέον, τα παραδοσιακά μέσα έχουν χάσει τη δύναμη της άμεσης ενημέρωσης, γι' αυτό έχουν δώσει έμφαση στις λειτουργίες της ανάλυσης, επεξεργασίας και επαλήθευσης της είδησης. Το περιεχόμενο πολλαπλασιάζεται αναδεικνύοντας την ανάγκη για συστήματα προτάσεων εξατομίκευσης αλλά και για επαλήθευση του περιεχομένου.

Οι ειδήσεις μεταδίδονται μέσω πολλών διαφορετικών καναλιών επικοινωνίας που διαθέτει ένας δημοσιογραφικός οργανισμός. Καθένα από αυτά τα κανάλια έχει άλλες δυνατότητες και διαφορετικό τρόπο διαχείρισης περιεχομένου, που οι δημοσιογράφοι οφείλουν να γνωρίζουν. Έμφαση δίνεται στον τρόπο με τον οποίο ο δημοσιογραφικός λόγος διαχέεται σε διαφορετικές ψηφιακές πλατφόρμες (υπερκειμενικότητα), καθώς και στο πώς επηρεάζεται από την πολυμεσικότητα και τη σύγκλιση των μέσων. Σημαντικό είναι να αναφερθεί η αυξημένη διαδραστικότητα των ψηφιακών μέσων, η οποία δίνει πλέον τη δυνατότητα στο κοινό να παρεμβαίνει, να σχολιάζει και να συνδιαμορφώνει τον δημοσιογραφικό λόγο, κάτι που δεν ήταν εφικτό την εποχή της κυριαρχίας των παραδοσιακών μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν αντιληφθεί ότι είναι σημαντικό να εξοικειωθούν με τα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες των νέων μέσων (υπερκειμενικότητα, πολυμεσικότητα, διαδραστικότητα, σύγκλιση, εξατομίκευση) για να μπορούν να τα χρησιμοποιούν με τον κατάλληλο τρόπο. Θα

αναγνωρίζουν την ορθή χρήση του δημοσιογραφικού λόγου σε όλα τα μέσα και θα κατανοούν ότι ο δημοσιογραφικός λόγος έχει ποικίλες, διαφορετικές εφαρμογές ανάλογα με τη φύση του κάθε μέσου.

2.2.Ζ.2 | Ο ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Στόχος της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας είναι να μελετήσουν οι καταρτιζόμενοι/-ες τις σύγχρονες μορφές παραγωγής δημοσιογραφικού λόγου που προέκυψαν από την ανάπτυξη του Διαδικτύου και του παγκόσμιου ιστού (WWW).

Αρχικά, εξετάζεται η ιστορική εξέλιξη του διαδικτυακού δημοσιογραφικού λόγου από την πρώτη γενιά του παγκόσμιου ιστού (Web 1.0) έως σήμερα. Κατά την περίοδο του Web 1.0, οι στατικές ιστοσελίδες περιορίζονταν στην αναδημοσίευση του δημοσιογραφικού λόγου των εντύπων. Στη δεύτερη εποχή του παγκόσμιου ιστού (Web 2.0), οι ενημερωτικές ιστοσελίδες έγιναν δυναμικές και εισήχθη η πολυμεσικότητα. Διαφορετικά μέσα, όπως γραφικά, κινούμενα σχέδια, φωτογραφίες και βίντεο, ενσωματώθηκαν σε μια ενιαία ψηφιακή τυπολογία πληροφορίας. Παράλληλα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενίσχυσαν τη δύναμη του κοινού. Την εποχή εκείνη εμφανίστηκε η συμμετοχική δημοσιογραφία και το φαινόμενο της «δημοσιογραφίας των πολιτών» (citizen journalism) μέσω των ιστολογίων (blogs).

Στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες καλούνται να μελετήσουν το χρονικό της γέννησης ενός νέου είδους δημοσιογραφίας, με νέα χαρακτηριστικά δημοσιογραφικού λόγου. Εξοικειώνονται με τις έννοιες της συμμετοχικής δημοσιογραφίας και δημοσιογραφίας των δεδομένων (infographics) στις οποίες αναφέρθηκαν στο προηγούμενο εξάμηνο. Κατανοούν το φαινόμενο της «δημοσιογραφίας των πολιτών». Παράλληλα, προσεγγίζουν κριτικά την ικανότητα των χρηστών να δημιουργούν περιεχόμενο (User-Generated Content: UGC), καθώς και τη συμμετοχή του κοινού στην παραγωγή των ειδήσεων. Επιπλέον, καλούνται να μελετήσουν παραδείγματα καλών πρακτικών από πολυμεσικά ρεπορτάζ μεγάλων ειδησεογραφικών οργανισμών, όπως αυτά που δημοσιεύονται στις αντίστοιχες ενότητες των *The Guardian*, *The New York Times* κ.ά.

Με την ολοκλήρωση αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να υποστηρίζουν την εξέλιξη του δημοσιογραφικού επαγγέλματος εφαρμόζοντας σύγχρονες πρακτικές.

2.2.Ζ.3 | Ο ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

Στόχος αυτής της υποενότητας είναι να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με τις τεχνικές παραγωγής δημοσιογραφικού περιεχομένου για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αρχικά, μαθαίνουν να διακρίνουν τις κατηγορίες των κοινωνικών δικτύων και τα βασικά χαρακτηριστικά τους. Γίνεται μια συνοπτική εισαγωγή στην ιστορία των δημοφιλέστερων κοινωνικών δικτύων (καθώς αυτή θα διδαχθεί αναλυτικά σε

επόμενο μάθημα). Μελετώνται οι διαφορές στη γλώσσα κάθε πλατφόρμας, ανάλογα με το προφίλ της και το κοινό στο οποίο απευθύνεται.

Τα κοινωνικά δίκτυα έχουν διττή εφαρμογή ως δημοσιογραφικά εργαλεία, καθώς αποτελούν τόσο πηγή ενημέρωσης όσο και πλατφόρμα διαμοιρασμού της δημοσιογραφικής πληροφορίας. Οι καταρτιζόμενοι/-ες εκπαιδεύονται στην επαλήθευση των πληροφοριών που εντοπίζουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και μαθαίνουν πώς να χειρίζονται με δεοντολογικά ορθό τρόπο το υλικό (πληροφορίες ή φωτογραφίες) που δημοσιεύεται σε ένα δημόσιο ή ιδιωτικό προφίλ. Επιπλέον, έμφαση δίνεται στον τρόπο με τον οποίο τα κοινωνικά δίκτυα επηρεάζουν τη διαμόρφωση της ειδησεογραφικής ατζέντας (agenda-setting) από τους δημοσιογράφους. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναλύσουν μελέτες περίπτωσης (case studies) και άλλες χαρακτηριστικές εφαρμογές στις οποίες τα κοινωνικά δίκτυα λειτούργησαν ως καθοριστικά δημοσιογραφικά εργαλεία.

Στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, είναι σημαντικό να κατανοήσουν πώς να χτίζουν μια δημοσιογραφική ψηφιακή παρουσία χρησιμοποιώντας τα δικά τους κοινωνικά δίκτυα. Για τον σκοπό αυτόν, αναζητούν και μελετούν προφίλ δημοσιογράφων που παράγουν δημοσιογραφικό περιεχόμενο σε διάφορα κοινωνικά δίκτυα (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube).

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν αναπτύξει τεχνικές διαχείρισης δημοσιογραφικού λόγου στα κοινωνικά δίκτυα.

2.2.Z.4 | ΑΛΓΟΡΙΘΜΟΙ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τον ορισμό των αλγορίθμων και τη λειτουργία τους ως δημοσιογραφικό εργαλείο. Μαθαίνουν να αναγνωρίζουν εφαρμογές των αλγορίθμων στα νέα μέσα και τις διαδικτυακές πλατφόρμες.

Μελετούν πώς τα ειδησεογραφικά πρακτορεία ήταν σημαντικό εργαλείο στον παραδοσιακό κόσμο των μέσων γιατί αυτά έθεταν την ατζέντα της ημερήσιας διάταξης και επηρέαζαν επίσης την ατζέντα των υπολοίπων μέσων. Πλέον, αυτό έχει αλλάξει. Οι καταρτιζόμενοι/-ες μελετούν ποιος είναι ο ρόλος των διαδικτυακών παρόχων ειδήσεων στο σύγχρονο ψηφιακό κόσμο (πύλες/μηχανές αναζήτησης). Μελετούν ως χαρακτηριστικό παράδειγμα το Google News, στο οποίο οι ειδήσεις που εμφανίζονται σε κάθε χρήστη επιλέγονται από αλγόριθμους που βασίζονται στο πόσο συχνά και σε ποιες ιστοσελίδες εμφανίζεται μια ιστορία. Σχολιάζουν κριτικά το ότι πρόκειται για μια αυτοματοποιημένη διαδικασία, χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση.

Ακόμα, συζητούν τις προοπτικές και τις προκλήσεις της αυτοματοποιημένης δημοσιογραφίας (ή ρομποτικής ή αλγοριθμικής δημοσιογραφίας) και τη θέση που έχουν στην παραγωγή δημοσιογραφικού λόγου υπηρεσίες τεχνητής νοημοσύνης όπως το ChatGPT. Είναι σημαντικό, οι καταρτιζόμενοι/-ες να κατανοήσουν τον επερχόμενο ρόλο των δημοσιογράφων στη νέα αλγοριθμική εποχή του Web 3.0. και τα ανταγω-

νιστικά εργαλεία που διαθέτουν έναντι της τεχνητής νοημοσύνης (έρευνα, ανάπτυξη κριτικής σκέψης, συνεντεύξεις, πρωτογενείς πηγές, εις βάθος ανάλυση).

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναγνωρίζουν τη σημασία των αλγορίθμων στον σύγχρονο δημοσιογραφικό λόγο, στο πλαίσιο της νέας εποχής Web 3.0.

2.2.Z.5 | ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας, γίνεται κατανοητό ότι η ραγδαία ανάπτυξη νέων εργαλείων και εφαρμογών την εποχή του Web 2.0 άλλαξε αναπόφευκτα και την εφαρμογή της δημοσιογραφίας. Πλέον δεν χρειάζεται μόνο ένα στυλό ή ένα πληκτρολόγιο για να γραφτεί ένα ρεπορτάζ. Ο/Η δημοσιογράφος στο ψηφιακό περιβάλλον καλείται να συνεργαστεί με πολλούς άλλους/-ες επαγγελματίες, προκειμένου να δημιουργήσει ενημερωτικό περιεχόμενο με νέες τεχνικές αφήγησης. Ο στόχος δεν είναι μόνο η μετάδοση της πληροφορίας αλλά και η αλληλεπίδραση με τον χρήστη-αναγνώστη.

Για τον σκοπό αυτόν, οι καταρτιζόμενοι/-ες εξοικειώνονται με εργαλεία δημοσιογραφικού λόγου όπως είναι τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (ΣΔΠ-CMS), τα συστήματα ελέγχου επισκεψιμότητας (web analytics) και οι τεχνικές βελτιστοποίησης περιεχομένου για τις μηχανές αναζήτησης (search engine optimization). Μαθαίνουν να διακρίνουν τα χαρακτηριστικά και τον τρόπο λειτουργίας των παραπάνω υπηρεσιών. Περιηγούνται διαδικτυακά σε ένα ΣΔΠ ανοιχτού λογισμικού, όπως είναι το WordPress και μαθαίνουν να διαβάζουν τα στατιστικά χρήσης που προσφέρει (θα μάθουν να το χρησιμοποιούν σε επόμενο μάθημα).

Ακόμα, στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας αναγνωρίζουν ποια είναι η ανάγκη που οδηγεί σε παραγωγή δημοσιογραφικού λόγου με τεχνικές SEO (πληροφοριακή υπερφόρτωση, οργάνωση περιεχομένου κ.ά.) και εξοικειώνονται με τις σημαντικότερες τεχνικές συγγραφής.

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να χρησιμοποιούν νέες πρακτικές για την παραγωγή δημοσιογραφικού λόγου τόσο για τα παραδοσιακά όσο και για τα νέα μέσα. Ακόμα, θα έχουν μάθει να υπολογίζουν τον τρόπο λειτουργίας των αλγορίθμων κατά την παραγωγή δημοσιογραφικού περιεχομένου το οποίο προορίζεται για το Διαδίκτυο.

2.2.Z.6 | ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΠΑΛΗΘΕΥΣΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

Στόχος της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας είναι να εκπαιδευτούν οι καταρτιζόμενοι/-ες, ώστε να είναι σε θέση να ελέγχουν την αξιοπιστία της είδησης στο Διαδίκτυο και να παρουσιάζουν δημοσιογραφικά ορθές πληροφορίες.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες αντιλαμβάνονται τις αλλαγές στο δημοσιογραφικό πεδίο που οδήγησαν σε αύξηση των ψευδών ειδήσεων (fake news). Ο πολλαπλασιασμός του περιεχομένου στο Διαδίκτυο αύξησε την πληροφοριακή υπερφόρτωση/υπερ-

κόπωση και κατέστησε ευκολότερη την παραπλάνηση του κοινού μέσω της παραπληροφόρησης. Η χρήση ανεπίσημων πηγών μέσω κοινωνικών δικτύων ενέτεινε την ανάγκη για διασταύρωση της πληροφορίας και επαλήθευσης των ειδήσεων πριν από τη δημοσίευση.

Στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, μαθαίνουν τις βασικές αρχές επαλήθευσης και, στη συνέχεια, εμβαθύνουν στις αρχές επαλήθευσης μιας είδησης που εντοπίζουν στο Διαδίκτυο. Μαθαίνουν να αντιμετωπίζουν με σκεπτικισμό κάθε είδηση, να διασταυρώνουν με δική τους έρευνα και δικές τους πηγές καθώς και να ελέγχουν την αυθεντικότητα των εικόνων και των βίντεο.

Ακόμα, είναι σημαντικό οι καταρτιζόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με τις τεχνικές επαλήθευσης πληροφοριών που χρησιμοποιούν οι μεγάλοι ειδησεογραφικοί οργανισμοί και τα κοινωνικά δίκτυα (π.χ. Facebook). Μέσω της ανάλυσης παραδειγμάτων από την ελληνική πραγματικότητα, έρχονται αντιμέτωποι με περιπτώσεις στις οποίες δημοσιογράφοι αναδημοσίευσαν ψευδές ειδήσεις και μελετούν πώς το διαχειρίστηκαν. Ακόμα, εξοικειώνονται με ιστοσελίδες κατάρριψης αναληθών δημοσιευμάτων.

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να ελέγχουν την αξιοπιστία του ήδη δημοσιευμένου δημοσιογραφικού λόγου στα μέσα ενημέρωσης, παραδοσιακά και σύγχρονα, εφαρμόζοντας βασικές τεχνικές επαλήθευσης ειδήσεων.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Μύρτου, Ν. & Πουλακιδάκος, Σ. (χ.χ.). *Παραγωγή και Διαχείριση Πληροφορίας στο Ψηφιακό Περιβάλλον* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Αθήνα: ΕΚΠΑ, Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Ανακτήθηκε από: <https://opencourses.gr/opencourse.xhtml?id=20454&ln=el>
2. Ποδάρα, Α. (2021). *Διαδίκτυο, Οπτικοακουστικό Περιεχόμενο και Νέα Μέσα: Τηλεόραση και συνήθειες θέασης της γενιάς Ζ* [Διδακτορική διατριβή]. Θεσσαλονίκη: ΑΠΘ, Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών, Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ. Ανακτήθηκε από: <https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/51663>

Συμπληρωματικές

1. Γιομελάκης, Δ. (2019). *Ειδήσεις στο Διαδίκτυο: χρήση και επίδραση τεχνολογικών εργαλείων στο δημοσιογραφικό περιεχόμενο και τα διαδικτυακά ΜΜΕ* [Διδακτορική διατριβή]. Θεσσαλονίκη: ΑΠΘ, Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών, Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ. Ανακτήθηκε από: <https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/47652>
2. Ποδάρα, Α. (2023). *Δημοσιογραφία, Νέα Μέσα και Παραγωγή Περιεχομένου* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Ανακτήθηκε από: https://www.academia.edu/113083791/%CE%94%CE%B7%CE%BC%CE%BF%CF%83%CE%B9%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%AF%CE%B1_%CE%9D%CE%AD%CE%B1%CE%9C%CE%AD%CF%83%CE%B1_and_%CE%A0%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%AE_%CE%A0%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B5%CF%87%CE%BF%CE%BC%CE%AD%CE%BD%CE%BF%CF%85
3. Σαρίδου, Θ. (2022). *Συμμετοχική δημοσιογραφία: πρακτικές, προκλήσεις και προοπτικές* [Διδακτορική διατριβή]. Θεσσαλονίκη: ΑΠΘ, Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών, Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ. Ανακτήθηκε από: <https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/52573>
4. Journalism about Journalism. (2015). *Εγχειρίδιο επαλήθευσης ερευνητικής δημοσιογραφίας*. Ανακτήθηκε από: <https://jaj.gr/media-literacy/verification-handbook-sta-ellinika/>

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Τεχνολογίες και εφαρμογές ηλεκτρονικών υπολογιστών στη δημοσιογραφία» είναι να εξελίξει τις γνώσεις και τις δεξιότητες των κατάρτιζομένων γύρω από τον χειρισμό των ηλεκτρονικών υπολογιστών και των πρόσφατων τεχνολογιών για την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Στόχος της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας είναι να δημιουργήσει σύγχρονους/ες επαγγελματίες δημοσιογράφους, οι οποίοι/-ες θα χειρίζονται ικανοποιητικά τις νέες τεχνολογίες και θα είναι ανταγωνιστικοί/-ές στον επαγγελματικό στίβο. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω του συγκεκριμένου μαθήματος, θα εξασκηθούν στη χρήση του Η/Υ, του Διαδικτύου και των άλλων τεχνολογικών εφαρμογών, ενώ θα μάθουν περισσότερα για τη σχέση της πληροφορικής και των νέων τεχνολογιών με τα ΜΜΕ. Επιπλέον, θα τους δοθεί η δυνατότητα να αναγνωρίσουν τη σημασία της πληροφορικής και των νέων τεχνολογιών για την κοινωνία και την καθημερινότητα των πολιτών.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:

- Αναγνωρίζουν τη σπουδαιότητα της πληροφορίας και τη σχέση της με την κοινωνία,
- Διακρίνουν τη σχέση της πληροφορικής και των νέων τεχνολογιών με τα ΜΜΕ,
- Γνωρίζουν για την ασφάλεια των δεδομένων στο Διαδίκτυο,
- Επιλέγουν την ασφαλή πλοήγηση στο Διαδίκτυο για την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος,
- Χρησιμοποιούν τον Η/Υ με επαγγελματικό τρόπο,
- Εφαρμόζουν όλες τις δυνατότητες που προσφέρει η πληροφορική κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους,
- Μετατρέπουν τα χειρόγραφα κείμενα σε ηλεκτρονικά,
- Παρουσιάζουν τη δουλειά τους με τη βοήθεια του Η/Υ σε διάφορες ομάδες κοινού,
- Παράγουν πρωτότυπο δημοσιογραφικό περιεχόμενο με τη βοήθεια των Η/Υ,
- Οργανώνουν διαδικτυακές συναντήσεις και συνεντεύξεις,
- Αποδέχονται την ύπαρξη των νέων τεχνολογιών στην επαγγελματική καθημερινότητα του/της δημοσιογράφου,
- Ενθαρρύνουν τη χρήση του Η/Υ και του Διαδικτύου κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους,
- Προτίθενται να ενσωματώσουν τις νέες τεχνολογίες στην καθημερινότητά τους.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Ψηφιακός κόσμος / Ψηφιακές συσκευές / Ενημερωτικές ιστοσελίδες / Πλατφόρμες / Sites, blogs / Υπερκείμενο / Ψηφιακές πηγές / Ανάρτηση / On demand / Αλγόριθμοι της Google / Προσωπικά δεδομένα / Κλειδιά, λέξεις-κλειδιά / Ιεράρχηση στο δίκτυο / Μέσα κοινωνικής δικτύωσης / Σκοτεινό Διαδίκτυο / Ασφάλεια / Ταχύτητα / Cookies.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενότητων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	Η ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ
2	Η ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΥΠΕΡΚΕΙΜΕΝΟΥ
3	«ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ»
4	ΤΥΠΙΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ «ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ»
5	ON DEMAND ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ
6	ΣΥΝΤΑΞΗ, ΜΟΡΦΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΡΤΗΣΗ ΚΕΙΜΕΝΟΥ
7	ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΡΤΗΣΗ ΕΙΚΟΝΑΣ, ΗΧΟΥ, ΒΙΝΤΕΟ
8	ΔΙΑΔΥΚΤΙΑΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ
9	ΚΛΕΙΔΙΑ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ
10	ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΣΤΑ ΝΕΑ ΜΕΣΑ

Κείμενο αναφοράς

2.2.Η.1 | Η ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ

Η παρούσα υποενότητα εισάγει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες στη δημοσιογραφία στον ψηφιακό κόσμο και συνδέεται με τις ενότητες της ειδικότητας που αφορούν τα νέα μέσα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα κατανοήσουν ότι η ψηφιακή επεξεργασία της πληροφορίας επηρεάζει τόσο τα παραδοσιακά μέσα (έντυπα, αναλογικά) όσο και τα σύγχρονα ψηφιακά μέσα. Σχεδόν όλες οι πληροφορίες εισέρχονται και περνούν από επεξεργασία ψηφιακά, από τη σύνταξη των άρθρων έως την ψηφιοποίηση και τη σε-λιδοποίηση του υλικού προς εκτύπωση. Παράλληλα, οι περισσότερες εφημερίδες και τα περιοδικά έχουν αναπτύξει τις δικές τους ιστοσελίδες, ενώ στον χώρο της ραδιο-τηλεόρασης η διαχείριση και η μετάδοση του οπτικοακουστικού υλικού πραγματοποιείται πλέον αποκλειστικά με ψηφιακά μέσα.

Τα νέα μέσα, όπως οι αμιγώς δημοσιογραφικές ιστοσελίδες, αντλούν πληροφορίες από μια ποικιλία ψηφιακών πηγών, με κυριότερες τα πρακτορεία ειδήσεων και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι δημοσιεύσεις τους πραγματοποιούνται σε ψηφιακές

πλατφόρμες, ακολουθώντας τους κανόνες και τους αλγόριθμους που ορίζουν οι διαδικτυακοί κολοσσοί, όπως η Google και η Meta.

Η κατανόηση της συγκεκριμένης υποενότητας θα ενισχυθεί πρακτικά μέσα από την ανάλυση των καθημερινών συνθηκών ενημέρωσης των ίδιων των σπουδαστών/-τριών, καθώς και μέσα από την παρουσίαση και τη μελέτη επιλεγμένων ελληνικών και διεθνών ενημερωτικών ιστοσελίδων.

2.2.Η.2 | Η ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΥΠΕΡΚΕΙΜΕΝΟΥ

Η υποενότητα εστιάζεται στην εισαγωγή του υπερκειμένου (hypertext) ως επαναστατικής τεχνολογίας γραφής που άλλαξε τη μετάδοση πληροφορίας στο Διαδίκτυο. Συνδέεται με ενότητες που αφορούν τα νέα μέσα και τον δημοσιογραφικό λόγο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα κατανοήσουν ότι κάθε νέα τεχνολογία γραφής δημιουργεί νέες πολιτισμικές συνθήκες, όπως υποδεικνύει η φράση του Μάρσαλ Μακ Λούαν «το μέσο είναι το μήνυμα». Το υπερκείμενο αποτελεί βασικό συστατικό των δημοσιεύσεων στα νέα μέσα, συνδυάζοντας κείμενο, οπτικοακουστικό υλικό και άμεση πρόσβαση σε θεματικές κατηγορίες και αρχεία.

Παραδοσιακά, τα κείμενα ήταν γραμμικά, με παραπομπές και υποσημειώσεις προστιθέμενες στην επιστήμη και τη δημοσιογραφία. Το υπερκείμενο διατηρεί αυτή τη γραμμικότητα, αλλά την ανατρέπει με τη χρήση υπερσυνδέσμων (hyperlinks), που παρέχουν άμεσες παραπομπές σε εσωτερικές και εξωτερικές πηγές. Αυτή η τεχνολογία εφαρμόστηκε ευρέως στην ηλεκτρονική εγκυκλοπαίδεια Wikipedia και εξελίχθηκε σταδιακά. Η κατανόηση του υπερκειμένου θα ενισχυθεί με παραδείγματα από ιστοσελίδες και ασκήσεις δημιουργίας hypertext.

2.2.Η.3 | «ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ»

Η υποενότητα εστιάζεται στη «Δημοσιογραφία των πολιτών», ένα νέο επικοινωνιακό φαινόμενο που προέκυψε με την έκρηξη των ψηφιακών εργαλείων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα κατανοήσουν πως η δημοσιογραφία αυτή, που παλαιότερα εκφραζόταν μέσω έντυπων όπως τα fanzines, έχει πλέον μεταφερθεί στο Διαδίκτυο, αρχικά μέσω blogs και σήμερα μέσω πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης και ιστοσελίδων. Οι πολίτες, με τη βοήθεια των ψηφιακών μέσων, παράγουν ειδησεογραφικό περιεχόμενο, το οποίο διαμοιράζεται μαζικά, συχνά ως εναλλακτική ενημέρωση, αλλά και μέσω αμφιλεγόμενων πρακτικών όπως η δημιουργία ψευδών ειδήσεων.

Η δημοσιογραφία των πολιτών καλύπτει πολιτικά, κοινωνικά και κινηματικά ζητήματα, ενώ έχει ενισχυθεί από την επιφυλακτικότητα των πολιτών απέναντι στα «συστημικά» μέσα, που συχνά θεωρούνται ότι εξυπηρετούν συμφέροντα. Ως αποτέλεσμα, πολλές αναρτήσεις από πολίτες ή ομάδες παρουσιάζονται ως εναλλακτικές ή ριζοσπαστικές πηγές πληροφόρησης. Στα τμήματα ειδικότητας, η ανάλυση θα εμπλουτιστεί με μελέτες περιπτώσεων τέτοιων μέσων και ψηφιακές περιγραφές από τους/τις σπουδαστές/-τριες, οι οποίοι/-ες θα εξηγήσουν την εναλλακτική ενημέρωση που παρακολουθούν.

2.2.H.4 | ΤΥΠΙΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ «ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ»

Η υποενότητα εξετάζει τη «δημοσιογραφία των πολιτών» (citizen journalism) μέσα από την οπτική των επαγγελματιών δημοσιογράφων και των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τη θέση της επαγγελματικής κοινότητας ότι οι πολίτες, ακόμη και όταν παράγουν ή φέρνουν στο φως σημαντικό ειδησεογραφικό υλικό, δεν λογίζονται ως δημοσιογράφοι, αλλά αντιμετωπίζονται ως πηγές πληροφόρησης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι αποκαλύψεις των WikiLeaks, όπου το ακατέργαστο υλικό θεωρείται πηγή και όχι αυτόνομο δημοσιογραφικό προϊόν. Πηγές αποτελούν, επίσης, και οι ανεξάρτητοι δημιουργοί οπτικοακουστικού περιεχομένου, του οποίου η χρήση αξιοποιείται από τα μέσα ενημέρωσης.

Επιπλέον, η υποενότητα εστιάζεται στο γεγονός ότι οι παραγωγοί «εναλλακτικής» ενημέρωσης δεν είναι πάντοτε απλοί, αυθόρμητοι πολίτες. Συχνά πρόκειται για οργανωμένα επιτελεία που διακινούν στοχευμένες ειδήσεις, ψευδείς πληροφορίες (fake news) ή θεωρίες συνωμοσίας. Τέτοιες πρακτικές παρατηρούνται έντονα στο πλαίσιο γεωπολιτικών συγκρούσεων (όπως στις σχέσεις Δύσης και Ρωσίας ή ΗΠΑ και Κίνας) και σε κομβικά γεγονότα, όπως ο πόλεμος στην Ουκρανία ή η εισβολή στο αμερικανικό Καπιτώλιο. Στη διάδοση και την ενίσχυση αυτών των πληροφοριακών ροών, οι ψηφιακές πλατφόρμες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο.

2.2.H.5 | ON DEMAND ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ

Η υποενότητα εστιάζεται στις επιλογές που προσφέρουν τα νέα μέσα στους/στις χρήστες/-τριες σχετικά με το πότε, πού και πώς θα παρακολουθήσουν ή θα αποθηκεύσουν πληροφορίες, συνδέοντας το φαινόμενο με τον όρο "on demand", δηλαδή «κατά παραγγελία». Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα κατανοήσουν ότι αυτή η δυνατότητα σχετίζεται με το θεωρητικό μοντέλο επικοινωνιακής ερμηνείας «χρήσεων και ικανοποιήσεων» και την προσωπική διαχείριση χρόνου και αναγκών.

Σε αντίθεση με τα παραδοσιακά μέσα, όπου η ροή είναι συνεχής, τα νέα μέσα, όπως οι ιστοσελίδες, προσφέρουν δυνατότητες επιλογής και αναζήτησης θεμάτων μέσω κατηγοριών, ετικετών (tags), υπερσυνδέσμων και εργαλείων αναζήτησης. Επιπλέον, τα ηχητικά άρθρα και τα podcasts, που αφορούν έρευνες, σχόλια και συνεντεύξεις, αποτελούν μια ξεχωριστή μορφή περιεχομένου "on demand". Πλατφόρμες, όπως είναι το YouTube και το Glomex, επιτρέπουν την παρακολούθηση οπτικοακουστικού υλικού με αντίστοιχες προκλήσεις, όπως οι διαφημίσεις και οι περιορισμοί στη λήψη αρχείων.

Η υποενότητα θα βοηθήσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να αναπτύξουν δεξιότητες ανάρτησης ψηφιακών πληροφοριών "on demand" μέσω μελετών περιπτώσεων από ιστοσελίδες και πλατφόρμες όπως τα podcasts και το YouTube.

2.2.H.6 | ΣΥΝΤΑΞΗ, ΜΟΡΦΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΡΤΗΣΗ ΚΕΙΜΕΝΟΥ

Η υποεπενότητα εστιάζεται στη μεθοδολογία δημιουργίας και ανάρτησης δημοσιογραφικού υλικού σε ιστοσελίδες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα κατανοήσουν ότι η επεξεργασία του υλικού πραγματοποιείται σε συσκευές Η/Υ, όπως desktops ή laptops, λόγω της ανάγκης πληκτρολόγησης, μορφοποίησης και ενσωμάτωσης πολυμεσικών αρχείων. Το κείμενο συντάσσεται συνήθως σε προγράμματα επεξεργασίας κειμένου (όπως το Word), και αποθηκεύεται συνεχώς για αποφυγή απώλειας δεδομένων σε περίπτωση τεχνικών προβλημάτων.

Η γραφή γίνεται σε απλό κείμενο και η αντιγραφή – επικόλληση από άλλες πηγές πρέπει να γίνεται χωρίς μορφοποίηση, για να αποφευχθεί η μεταφορά ανεπιθύμητων στοιχείων, όπως υπερσυνδέσμων ή cookies. Μετά τη σύνταξη, το υλικό μεταφέρεται στη φόρμα προδημοσίευσης της ιστοσελίδας, όπου εφαρμόζονται τελικές μορφοποιήσεις, όπως τίτλοι, επικεφαλίδες, γραμματοσειρές και υπερσύνδεσμοι. Η διαδικασία ολοκληρώνεται με προεπισκόπηση και, εφόσον το αποτέλεσμα είναι ικανοποιητικό, ακολουθεί η δημοσίευση.

Η υποεπενότητα θα ενισχύσει τις δεξιότητες των εκπαιδευομένων μέσω αναθέσεων εργασιών σύνταξης και ανάρτησης σε διαδικτυακό περιβάλλον.

2.2.H.7 | ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΡΤΗΣΗ ΕΙΚΟΝΑΣ, ΗΧΟΥ, ΒΙΝΤΕΟ

Η συγκεκριμένη θεματική συνδέεται άμεσα με την ενότητα «Σύνταξη και ανάρτηση κειμένου» και εστιάζεται στη σύνθεση και την ανάρτηση πολυμεσικού υλικού σε ιστολόγια (blogs). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αναπτύξουν δεξιότητες διαχείρισης και ενσωμάτωσης ψηφιακών αρχείων, όπως εικόνες, ήχοι και βίντεο. Οι εικόνες μπορούν να μεταφερθούν είτε τοπικά από τους φακέλους του υπολογιστή είτε μέσω συνδέσμου (URL) από τον ιστό. Παράλληλα, παρέχονται δυνατότητες προσαρμογής του μεγέθους, της λεζάντας και της στοίχισης (τοποθέτησης) της εικόνας στο επιθυμητό σημείο του κειμένου. Η προκαταρκτική επεξεργασία των εικόνων μπορεί να γίνει τόσο μέσω δωρεάν όσο και μέσω επαγγελματικών λογισμικών.

Όσον αφορά τα ηχητικά αρχεία, οι διαχειριστές/-τριες των ιστοσελίδων έχουν τη δυνατότητα είτε να αξιοποιήσουν εξειδικευμένες εφαρμογές για podcasts (ενσωμάτωση με embed code) είτε να μετατρέψουν τα αρχεία ήχου σε μορφή βίντεο. Για την ανάρτηση οπτικοακουστικού υλικού (βίντεο), απαιτείται η χρήση συνδέσμου (URL) ή κώδικα ενσωμάτωσης από δημοφιλείς πλατφόρμες φιλοξενίας, όπως το YouTube ή το Glomex, πρακτική που ακολουθείται ακόμη και όταν το υλικό αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του ίδιου του δημιουργού/μέσου. Για τη διασφάλιση της γρήγορης φόρτωσης της σελίδας, το βίντεο πρέπει να έχει το κατάλληλο μέγεθος, γι' αυτό και επιστρατεύονται ειδικές εφαρμογές συμπίεσης και ψηφιακής επεξεργασίας. Κάθε μορφή επεξεργασίας του οπτικοακουστικού υλικού πραγματοποιείται αρχικά σε εξωτερικά, εξειδικευμένα προγράμματα και το τελικό εξαγόμενο αρχείο μεταφέρεται στη σελίδα ανάρτησης.

Η κατανόηση της υποεπινότητας θα ενισχυθεί βιωματικά μέσα από πρακτικές εργασίες και ασκήσεις των εκπαιδευομένων σε πραγματικό διαδικτυακό περιβάλλον.

2.2.Η.8 | ΔΙΑΔΥΚΤΙΑΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ

Η υποεπινότητα συνδέεται με πτυχές της ειδικότητας που αφορούν τα νέα μέσα και τις εφαρμογές της διαδικτυακής ενημέρωσης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τους βασικούς όρους και τις επιλογές ενημέρωσης, όπως είναι η σύνδεση με ιστοσελίδες (π.χ. BBC, *Naftemporiki*), η έρευνα στις μηχανές αναζήτησης, η λήψη ειδήσεων από πλατφόρμες όπως το Google News, και η ροή ειδήσεων στα social media. Ενώ η ελεύθερη αναζήτηση εξαρτάται από τον/τη χρήστη/-τρια, άλλες δυνατότητες ρυθμίζονται από τους αλγόριθμους των κυρίαρχων πλατφορμών, όπως η Google και η Meta.

Η μετάδοση πληροφορίας είναι τόσο γενική, ακολουθώντας την επικαιρότητα, όσο και προσωποποιημένη, με βάση τα χαρακτηριστικά του/της κάθε χρήστη/-τριας. Αυτά καταγράφονται και χρησιμοποιούνται για διαφημιστικούς σκοπούς, όπως οι προσωποποιημένες διαφημίσεις που βασίζονται στο ιστορικό αναζητήσεων και συμπεριφορών. Στις πλατφόρμες, οι χρήστες/-τριες αναγνωρίζονται ως "IP", με τα δεδομένα τους να αντλούνται από τα cookies και τις ψηφιακές τους κινήσεις.

Η υποεπινότητα θα γίνει πιο κατανοητή μέσω ασκήσεων σύγκρισης της ατομικής ροής ενημέρωσης και διαφήμισης των εκπαιδευομένων στις πλατφόρμες που ακολουθούν.

2.2.Η.9 | ΚΛΕΙΔΙΑ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ

Η υποεπινότητα επεκτείνει τη γνώση για τις πλατφόρμες όπως η Google και η Meta και για τον τρόπο που ιεραρχούν ειδήσεις και διαφημίσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αναπτύξουν δεξιότητες που αφορούν την προσέλκυση προτιμήσεων των αλγορίθμων από τα media και τους/τις δημοσιογράφους. Οι δημοσιογράφοι γνωρίζουν ότι η προσέλκυση νέων αναγνωστών/-τριών εξαρτάται από τις μηχανές αναζήτησης και τις πλατφόρμες, καθώς αυξάνουν την επισκεψιμότητα των ιστοσελίδων. Η κατανομή διαφημίσεων βασίζεται στον αριθμό των επισκεπτών/-τριών, τον χρόνο παραμονής και άλλα ποιοτικά κριτήρια.

Οι ιστοσελίδες και οι αρθρογράφοι ακολουθούν συγκεκριμένα «κλειδιά» που ενισχύουν την προβολή των αναρτήσεών τους. Για παράδειγμα, η Google προτιμά άρθρα με σαφείς τίτλους, μεσότιτλους, πρωτότυπο υλικό και τις πρώτες δημοσιεύσεις. Λέξεις-κλειδιά της επικαιρότητας ενισχύουν την προβολή, ενώ κλισέ όπως «αποκλειστικό» ή «έκτακτο» απορρίπτονται από τους αλγόριθμους.

Η κατανόηση της υποεπινότητας θα ενισχυθεί με ασκήσεις αναζήτησης ειδήσεων στις μηχανές και ανάλυση των κλειδιών που φέρνουν τα αποτελέσματα στην κορυφή.

2.2.H.10 | ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΣΤΑ ΝΕΑ ΜΕΣΑ

Η παρούσα υποενότητα εστιάζεται στην ασφαλή δημοσιογραφική διαδικτυακή έρευνα και στην ταχύτητα των συσκευών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα κατανοήσουν ότι η χρήση σταθερών υπολογιστών ή φορητών συσκευών (laptops) στον επαγγελματικό χώρο απαιτεί προφυλάξεις και καλές επιδόσεις. Η προστασία των συσκευών από ιούς επιτυγχάνεται με προγράμματα ασφάλειας και επιδιορθώσεις του συστήματος, ενώ τα αρχεία προστατεύονται μέσω της αποθήκευσής τους σε εξωτερικό σκληρό δίσκο. Η περιήγηση πρέπει να είναι προσεκτική, ειδικά όταν η ερευνητική δημοσιογραφία απαιτεί την επίσκεψη σε ανασφαλείς ιστότοπους ή στο σκοτεινό Διαδίκτυο (dark web).

Για την ταχύτητα της συσκευής, είναι απαραίτητος ένας ισχυρός επεξεργαστής, επαρκής μνήμη RAM και σκληρός δίσκος τύπου SSD. Η ταυτόχρονη χρήση πολλών εφαρμογών, καθώς και ο μεγάλος όγκος του ιστορικού περιήγησης και των cookies, μπορεί να μειώσουν την απόδοση. Επίσης, η απενεργοποίηση του υπολογιστή στο τέλος της εργασίας και η εκκαθάριση του ιστορικού περιήγησης βοηθούν στην αποφόρτιση του συστήματος. Τέλος, η γρήγορη αναζήτηση στο Διαδίκτυο επιτυγχάνεται με τη σωστή χρήση λέξεων-κλειδιών και συμβόλων, όπως το σύμβολο «+» για την ενοποίηση των όρων.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Αβούρης, Ν. (2000). *Εισαγωγή στην Επικοινωνία Ανθρώπου – Υπολογιστή*. Αθήνα: Εκδόσεις Δίαυλος.
2. Behrouz, F. (2015). *Εισαγωγή στην επιστήμη των υπολογιστών*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
3. Johnson, S. (2013). *Οδηγός του Ελληνικού OFFICE 2013*. Αθήνα: Εκδόσεις Μ. Γκιούρδα.
4. Κάβουρα, Α. (2016). *Επικοινωνία και Διαφήμιση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Διόνικος.
5. Ξαρχάκος, Κ. (2014). *Μαθαίνετε εύκολα Word Press 4.x*. Αθήνα: Ιδιωτική έκδοση.
6. Παπαθανασόπουλος, Σ. (2020). *Ανάμεσα σε 4 οθόνες*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
7. Postman, N. (1999). *Τεχνοπώλιο: η υποταγή του πολιτισμού στην τεχνολογία* (μτφρ. Κ. Μεταξά). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
8. Συμυρναίος, Ν. (2018). *Το ολιγοπώλιο του Διαδικτύου. Πώς οι Google, Apple, Facebook, Amazon και Microsoft πήραν τον έλεγχο της ψηφιακής μας ζωής*. Αθήνα: Μεταμεσονύκτιες Εκδόσεις.

Συμπληρωματικές

1. *i-TECH4u*. (χ.χ.). Μηνιαίο περιοδικό τεχνολογίας [Free Press].
2. RAM. (1988-2012). Περιοδικό πληροφορικής και τεχνολογίας [Αρχείο παλαιών τευχών].
3. Χοντζόπουλος, Ι. & Κακαβούλης, Κ. (2018). *Τι είναι τα cookies*. Ανακτήθηκε από: <https://homodigitalis.gr/posts/3079/>

2.3 • ΕΞΑΜΗΝΟ Γ΄

2.3.A • ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Στοιχεία δημοσίων σχέσεων» είναι να εισαγάγει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες στην έννοια των δημοσίων σχέσεων, ως διοικητικής και επικοινωνιακής λειτουργίας μιας σύγχρονης επιχείρησης/οργανισμού. Μέσα από το συγκεκριμένο μάθημα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με έννοιες όπως «εταιρική φήμη», «εταιρική εικόνα», «εταιρική κοινωνική ευθύνη» κ.ά., ενώ ταυτόχρονα θα μάθουν να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά όλα τα επικοινωνιακά εργαλεία των δημοσίων σχέσεων (δελτίο τύπου, εκδηλώσεις/events, συνέντευξη τύπου κ.λπ.). Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος, επίσης, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν την ευκαιρία να μάθουν για την «εταιρική κρίση» και τους τρόπους αντιμετώπισής της. Επιπλέον, συζήτηση θα γίνει για τη σχέση δημοσιογραφίας-δημοσίων σχέσεων και το πώς πρέπει να λειτουργούν και να συνεργάζονται μεταξύ τους οι δημοσιογράφοι/επικοινωνιολόγοι των γραφείων Τύπου με τους/τις δημοσιογράφους που εργάζονται σε ΜΜΕ.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τις ομοιότητες και τις διαφορές των δημοσίων σχέσεων από τη δημοσιογραφία,
- Διακρίνουν τα στάδια διοργάνωσης μιας συνέντευξης τύπου και άλλων εταιρικών εκδηλώσεων,
- Αναγνωρίζουν και να προλαμβάνουν εταιρικές κρίσεις μέσα από τις κατάλληλες ενέργειες δημοσίων σχέσεων,
- Προσδιορίζουν με σαφήνεια τα επικοινωνιακά προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίζει η εταιρεία/οργανισμός στην οποία εργάζονται,
- Δημιουργούν ένα πλάνο διαχείρισης κρίσεων,
- Συντάσσουν δελτία τύπου και άλλα εταιρικά κείμενα,
- Χρησιμοποιούν ορθά τον προφορικό και τον γραπτό λόγο προκειμένου να επικοινωνούν αποτελεσματικά με διάφορες ομάδες κοινού,
- Παρουσιάζουν με τη βοήθεια Η/Υ, στη διοίκηση της εταιρείας/οργανισμού για την οποία εργάζονται, τους στόχους και τις δράσεις των δημοσίων σχέσεων που έχουν προγραμματίσει,
- Χρησιμοποιούν με επαγγελματικό τρόπο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το Διαδίκτυο γενικότερα προκειμένου να προωθούν τα επικοινωνιακά μηνύματα της εταιρείας/οργανισμού την οποία εκπροσωπούν,

- Ενθαρρύνουν την ανάπτυξη αμοιβαίων σχέσεων εμπιστοσύνης με διάφορες ομάδες κοινού,
- Υιοθετούν τον κώδικα επαγγελματικής δεοντολογίας κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους,
- Απορρίπτουν ανήθικες ενέργειες και πρακτικές (π.χ. πληρωμένα δημοσιεύματα) παρόλο το πιθανό όφελος της εταιρείας/οργανισμού στην οποία εργάζονται.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Δημόσιες σχέσεις / Διαχείριση εικόνας / Διαχείριση φήμης / Συγγραφή δελτίου Τύπου / Προωθητικό υλικό / Συνέντευξη Τύπου / Εταιρική ευθύνη / Διαχείριση κρίσεων / Επικοινωνία / Συγγραφή εταιρικού κειμένου / Δημοσιογραφία.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ
2	ΦΗΜΗ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΑ
3	ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
4	ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ
5	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ
6	ΣΥΝΤΑΞΗ ΔΕΛΤΙΩΝ ΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΚΕΙΜΕΝΩΝ
7	ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ ΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.3.A.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες εισάγονται στις έννοιες τόσο της επικοινωνίας όσο και των δημοσίων σχέσεων. Θα μάθουν να ορίζουν την κάθε έννοια, να αναγνωρίζουν τα χαρακτηριστικά της και να διακρίνουν τη χρησιμότητά της στο πλαίσιο ενός φορέα/επιχείρησης/οργανισμού. Επίσης, θα μάθουν να διακρίνουν τις δημόσιες σχέσεις από το μάρκετινγκ και το μάνατζμεντ.

Πολλοί/-ές εργαζόμενοι/-ες στον τομέα των δημοσίων σχέσεων αξιοποιούν δεξιότητες επικοινωνίας και διάχυσης της πληροφορίας. Στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα καλλιεργήσουν αυτές τις δεξιότητες, κατανοώντας τα βασικά μοντέλα επικοινωνίας και τους παράγοντες που οδηγούν σε μια επιτυχημένη ή αποτυχημένη επικοινωνιακή διαδικασία. Έτσι, θα μάθουν να προσδιορίζουν

και να διαχειρίζονται με σαφήνεια τα επικοινωνιακά προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίζει η εταιρεία/ο οργανισμός που εργάζονται.

Στη συνέχεια, θα εξοικειωθούν με βασικές τεχνικές μάρκετινγκ, ώστε να κατανοήσουν τη θέση των δημοσίων σχέσεων και της επικοινωνίας στο μείγμα μάρκετινγκ. Θα προτείνουν στόχους και δράσεις δημοσίων σχέσεων εναρμονισμένους με τη στρατηγική μιας επιχείρησης. Ακόμη, θα κατανοήσουν τα βασικά στάδια καθορισμού μιας στρατηγικής δημοσίων σχέσεων που βασίζεται στους στόχους της επιχείρησης/οργανισμού. Μετά το πέρας αυτής της υποενότητας θα είναι σε θέση να αναγνωρίσουν τη σύγκλιση που έχει η ειδικότητα των δημοσίων σχέσεων με την ειδικότητα της δημοσιογραφίας και να αναγνωρίζουν τη βασική διαφορά στην αποστολή αυτών των δυο (ενημέρωση vs προώθηση).

2.3.A.2 | ΦΗΜΗ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΑ

Σκοπός αυτής της μαθησιακής υποενότητας είναι να αποκτήσουν οι καταρτιζόμενοι/-ες βασικές δεξιότητες για τη διαχείριση της φήμης και εικόνας, τόσο μιας επιχείρησης όσο και ενός ατόμου. Με τον πολλαπλασιασμό των κοινωνικών δικτύων και της παραγωγής περιεχομένου σε διάφορες πλατφόρμες, η διαχείριση της φήμης έχει αποκτήσει μεγάλη σημασία τα τελευταία χρόνια. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τις βασικές αρχές διαχείρισης εικόνας και θα μάθουν να χρησιμοποιούν ορθά τον προφορικό και τον γραπτό λόγο προκειμένου να επικοινωνούν αποτελεσματικά με διάφορες ομάδες κοινού. Θα εμβαθύνουν στον εντοπισμό του κοινού στόχου της επιχείρησης και στις ανάγκες του, ώστε να δημιουργήσουν αποδοτικά κανάλια επικοινωνίας.

Θα μάθουν, ακόμα, να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη αμοιβαίων σχέσεων εμπιστοσύνης με διάφορες ομάδες κοινού. Βασικός παράγοντας επιτυχίας είναι η ανάπτυξη στρατηγικής επικοινωνίας, στην οποία έχουν ήδη εισαχθεί στην προηγούμενη υποενότητα. Σε αυτό το πλαίσιο, θα κατανοήσουν την ανάπτυξη στρατηγικής διαχείρισης φήμης και εικόνας, με τη μέθοδο της παρουσίασης και ανάλυσης συγκεκριμένων παραδειγμάτων από την εγχώρια και παγκόσμια αγορά. Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουν ότι η προώθηση της θετικής εικόνας μιας επιχείρησης, επηρεάζει τη κοινή γνώμη και συμπεριφορά και έρχεται σε αντίθεση με τη δημοσιογραφία, που έχει αποκλειστικό στόχο την ενημέρωση.

2.3.A.3 | ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Σε αυτή τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναγνωρίσουν τα διαφορετικά ηθικά πρότυπα που υπάρχουν κατά την άσκηση των δυο επαγγελμάτων, κατανοώντας καλύτερα και τον δικό τους ρόλο σε κάθε περίπτωση. Η δημοσιογραφία και οι δημόσιες σχέσεις συνδέονται, καθώς και οι δύο περιλαμβάνουν την επικοινωνία και τη διάδοση πληροφοριών, έχουν όμως διαφορετική αποστολή και κώδικα δεοντολογίας. Αρχικά, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τον κώδικα δεοντολογίας

των δημοσίων σχέσεων και θα κληθούν να σχολιάσουν κριτικά τον ρόλο της ηθικής στο επάγγελμα αυτό.

Συνίσταται να μελετήσουν τον Κώδικα Δεοντολογίας της Διεθνούς Ένωσης Δημοσίων Σχέσεων (IPRA) που αποτελεί τη βάση ηθικής συμπεριφοράς για τους/τις επαγγελματίες δημοσίων σχέσεων παγκοσμίως. Στο πλαίσιο αυτό, θα συζητήσουν πώς να διαχειρίζονται ηθικά την προσέλκυση πελατών/-ισσών, την ψευδολογία αλλά και τη δωροδοκία ή παροχή κινήτρων. Θα μάθουν επίσης τους βασικούς κανόνες εμπιστευτικότητας που είναι σημαντικοί στις δημόσιες σχέσεις.

Ενώ οι δημοσιογράφοι στοχεύουν στην παροχή αμερόληπτων ειδήσεων και πληροφοριών στο κοινό, οι επαγγελματίες δημοσίων σχέσεων στοχεύουν στη διαμόρφωση και τον έλεγχο της αφήγησης υπέρ του οργανισμού ή του/της πελάτη/-ισσάς τους. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα συγκρίνουν τον κώδικα δεοντολογίας των δημοσίων σχέσεων με τους κώδικες δεοντολογίας των δημοσιογράφων και θα κληθούν, μέσω συγκεκριμένων περιπτώσεων μελέτης, να κατανοήσουν τις διαφορές τους. Στη συνέχεια, θα κληθούν να δημιουργήσουν περιεχόμενο για το ίδιο θέμα από δυο διαφορετικούς ρόλους (δημοσιογράφος και σύμβουλος δημοσίων σχέσεων), ώστε να κατανοήσουν όσα διδάχθηκαν.

2.3.A.4 | ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αποτελεί έναν από τους βασικούς στόχους βιώσιμης ανάπτυξης του ΟΗΕ. Για τον λόγο αυτόν, είναι σημαντικό οι καταρτιζόμενοι/-ες να ενημερωθούν για τον ρόλο και τη σπουδαιότητα που έχει σε δημοσιογραφικό αλλά και κοινωνικό επίπεδο. Σύμφωνα με την ΕΕ, «ο όρος εταιρική κοινωνική ευθύνη αναφέρεται σε επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν την ευθύνη της συμπεριφοράς τους καθώς και των επιπτώσεών της στην κοινωνία».

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν να αναγνωρίζουν τις υποχρεώσεις μιας επιχείρησης στο πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Έτσι, ως δημοσιογράφοι, θα είναι σε θέση να ελέγξουν τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα του «επιχειρείν», σε σχέση με τους/τις εργαζομένους/-ες, την κοινωνία και το περιβάλλον. Συγκεκριμένα, θα διακρίνουν, ως ειδήσεις που αφορούν το δημόσιο συμφέρον, τις πρωτοβουλίες των εταιρειών σε θέματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, όπως περιβαλλοντικές πρακτικές, κοινωνικές ενέργειες, δωρεές σε φιλανθρωπικές οργανώσεις και άλλες πρωτοβουλίες που συμβάλλουν στην κοινωνία. Κατανοώντας τη σημασία της, μπορούν να συμβάλουν στην επίγνωση και τη συνειδητοποίηση των θεμάτων της κοινωνικής ευθύνης.

Ακόμα, στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, θα αναπτύξουν δεξιότητες που θα τους/τις επιτρέπουν, σε περίπτωση που εργάζονται ως σύμβουλοι δημοσίων σχέσεων, να προσαρμόζουν τη στρατηγική μιας επιχείρησης ώστε να εναρμονιστεί με τις υποχρεώσεις κοινωνικής ευθύνης τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό της περιβάλλον. Η παρουσίαση και ανάλυση συγκεκριμένων παραδειγμάτων θα τους/τις βοηθήσει να κατανοήσουν παραδείγματα καλής και κακής πρακτικής.

2.3.A.5 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ

Στον σύγχρονο κόσμο του Διαδικτύου, οι επιχειρήσεις, αλλά και τα μεμονωμένα άτομα, δεν μπορούν να ελέγξουν και να φιλτράρουν το σύνολο των σχολίων που τους/τις αφορούν αλλά ούτε και να διαχειριστούν την όποια αρνητική κριτική που μπορεί να δημιουργήσει σε διαστρέβλωση της εικόνας τους. Οι καταρτιζόμενοι/-ες έχουν ήδη διδαχθεί τεχνικές διαχείρισης της φήμης και εικόνας. Σκοπός της συγκεκριμένης υποενότητας είναι να μάθουν να αναγνωρίζουν και να προλαμβάνουν εταιρικές κρίσεις μέσα από τις κατάλληλες ενέργειες δημοσίων σχέσεων. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναπτύξουν τις κατάλληλες δεξιότητες ώστε να δημιουργούν άμεσα και αποδοτικά ένα πλάνο διαχείρισης κρίσεων.

Οι δημόσιες σχέσεις και η δημοσιογραφία συνδέονται στενά σε περιόδους κρίσης. Η αποτελεσματική διαχείριση κρίσεων απαιτεί μια καλά συντονισμένη προσέγγιση για την επικοινωνία με τα μέσα ενημέρωσης και το κοινό, ενώ οι δημοσιογράφοι διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στη διάδοση πληροφοριών, στη διαμόρφωση της αντίληψης του κοινού και στην ανάληψη ευθύνης από τους οργανισμούς. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, από τη θέση του/της δημοσιογράφου, θα μάθουν να αναλύουν τα γεγονότα, θα προωθήσουν τη διαφάνεια και θα συμβάλουν στη διαμόρφωση κοινωνικής συνείδησης, διασφαλίζοντας οι εταιρίες θα αντιμετωπίσουν τα προβλήματα. Ακόμα, θα μάθουν να διακρίνουν πώς ο/η δημοσιογράφος μπορεί να λειτουργήσει ως γέφυρα μεταξύ αρχών και επιχειρήσεων κατά τη διάρκεια των κρίσεων, δημοσιεύοντας πληροφορίες και ερευνώντας στοιχεία.

Μετά το τέλος αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες, έχοντας κατανοήσει και τους δυο ρόλους, θα είναι σε θέση να αντιληφθούν πώς δομείται μια θετική και συνεργατική σχέση μεταξύ των επιχειρήσεων και των δημοσιογράφων, κάτι που είναι ζωτικής σημασίας για την αποτελεσματική διαχείριση των κρίσεων.

2.3.A.6 | ΣΥΝΤΑΞΗ ΔΕΛΤΙΩΝ ΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΚΕΙΜΕΝΩΝ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναπτύξουν δεξιότητες σύνταξης δελτίων τύπου και εταιρικών κειμένων με στόχο την προώθηση των δημοσίων σχέσεων μιας επιχείρησης. Σε αντίθεση με όσα έχουν διδαχθεί στα προηγούμενα εξάμηνα σχετικά με την παραγωγή δημοσιογραφικού περιεχομένου, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κληθούν να συντάξουν κείμενα με διαφορετική στοχοθεσία, αλλά και δεοντολογία. Στο πλαίσιο αυτό, θα κληθούν να δημιουργήσουν κείμενα που έχουν στόχο τη διαφήμιση αλλά και τη δημιουργία είδησης. Η σύνταξη ενός δελτίου τύπου που απευθύνεται στους/στις δημοσιογράφους απαιτεί προσεκτική προσοχή στη λεπτομέρεια και σαφή κατανόηση του τι αναζητούν οι δημοσιογράφοι από μια είδηση. Παράλληλα, προϋποθέτει μια θελκτική δομή αφήγησης που θα είναι θελκτική στον/στην αναγνώστη/-τρια (εισαγωγή, κυρίως μέρος, στοιχεία επικοινωνίας, τίτλος κ.λπ.).

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, θα μάθουν, επίσης, να χρησιμοποιούν με επαγγελματικό τρόπο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις άλλες διαδικτυακές πλατφόρμες προ-

κειμένου να προωθούν τα επικοινωνιακά μηνύματα της εταιρείας/οργανισμού την οποία εκπροσωπούν. Επίσης, θα κατανοήσουν τον τρόπο διάχυσης των κειμένων αυτών στα μέσα ενημέρωσης και στο δίκτυο επαφών της επιχείρησης. Θα κατανοήσουν ακόμη τη σημασία της εξατομικευμένης επικοινωνίας με κάθε δημοσιογράφο μετά την αποστολή του δελτίου Τύπου με στόχο την εξασφάλιση της δημοσίευσης. Στο τέλος της υποεπενότητας, θα πρέπει να είναι σε θέση να παράγουν αντίστοιχα κείμενα και να αναπτύσσουν στρατηγική διάχυσης αυτών στα κατάλληλα επικοινωνιακά κανάλια.

2.3.A.7 | ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ ΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποεπενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες εξοικειώνονται με την έννοια της συνέντευξης Τύπου και τα χαρακτηριστικά της. Η διοργάνωση μιας συνέντευξης Τύπου είναι μια από τις βασικές αρμοδιότητες ενός γραφείου δημοσίων σχέσεων. Αποτελεί, μαζί με το δελτίο Τύπου, τη βασική μέθοδο επικοινωνίας με τους/τις δημοσιογράφους. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα διακρίνουν τα στάδια διοργάνωσης μιας συνέντευξης Τύπου και άλλων εταιρικών εκδηλώσεων. Θα κατανοήσουν τις προκλήσεις της διοργάνωσης μιας τέτοιας εκδήλωσης. Θα μάθουν πώς να δημιουργούν δίκτυο επικοινωνίας με τους/τις πελάτες/-ισσες, τα μέσα ενημέρωσης και άλλους/-ες επωφελούμενους/-ες από τις δράσεις της επιχείρησης.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν πώς ένας/μία δημοσιογράφος προετοιμάζεται για μια συνέντευξη Τύπου, ώστε να έχει την ευκαιρία να υποβάλει ερωτήσεις για διευκρινίσεις αλλά και να εκμαιεύσει πρωτογενείς πληροφορίες. Συνίσταται να παρουσιαστούν παραδείγματα από ερωτήσεις δημοσιογράφων σε μεγάλες συνεντεύξεις Τύπου, όπως είναι, για παράδειγμα, οι συνεντεύξεις των πολιτικών αρχηγών στο πλαίσιο της Διεθνούς Εκθέσεως Θεσσαλονίκης. Επίσης, οι καταρτιζόμενοι/-ες μαθαίνουν να αναγνωρίζουν πώς να ξεχωρίζουν την είδηση ανάμεσα στον όγκο των πληροφοριών που λαμβάνουν από μια συνέντευξη Τύπου.

Στο πλαίσιο αυτής της υποεπενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες ενθαρρύνονται να σχολιάσουν με κριτική σκέψη τη σχέση δημοσιογραφίας – δημοσίων σχέσεων και το πώς πρέπει να λειτουργούν και να συνεργάζονται μεταξύ τους οι δημοσιογράφοι/επικοινωνιολόγοι των γραφείων Τύπου με τους/τις δημοσιογράφους που εργάζονται σε ΜΜΕ, σε τέτοιες εκδηλώσεις.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Πανηγυράκης, Γ. (χ.χ.). *Δημόσιες Σχέσεις και Ολοκληρωμένη Επικοινωνία – Open Courses*. Ανακτήθηκε από:
<https://opencourses.gr/opencourse.xhtml?id=19299&ln=el>
2. Μακρίδης, Σ. (χ.χ.). *Επικοινωνιακός Προγραμματισμός 1*. ΤΕΙ Ιονίων Νήσων: Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας. Ανακτήθηκε από:
<https://opencourses.gr/opencourse.xhtml?id=16150&ln=el>

Συμπληρωματικές

1. Αστάρα, Ο. (2023). *Επιχειρηματικότητα – Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Ανάπτυξη* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://dx.doi.org/10.57713/kallipos-326>
2. Πανηγυράκης, Γ. (2016). *Επικοινωνία και δημόσιες σχέσεις – Μελέτες περιπτώσεων*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/6412>

2.3.B • ΦΩΤΟΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Φωτοειδησεογραφία» είναι να εισαγάγει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες στον κόσμο του φωτορεπορτάζ και να κατανοηθεί η φωτογραφία ως μέσο αποτύπωσης ειδήσεων, απαραίτητο συμπλήρωμα του ρεπορτάζ. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσα από το συγκεκριμένο μάθημα, θα αποκτήσουν την ικανότητα εκτίμησης της φωτογραφίας με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον που αξίζει να δημοσιευτεί, σε αντιδιαστολή με την καλλιτεχνική φωτογραφία και άλλα είδη. Στο συγκεκριμένο μάθημα λόγος θα γίνει, επίσης, για τη φωτογραφία του/της δημιουργού, ένα νέο είδος επαγγελματικής φωτογραφίας, που βρίσκεται ανάμεσα στη δημοσιογραφική φωτογραφία και την καλλιτεχνική/αισθητική φωτογραφία. Επιπλέον, μέσω της πρακτικής εξάσκησης στο συγκεκριμένο μάθημα, οι καταρτιζόμενοι/-ες καλούνται να δημιουργήσουν τα δικά τους φωτορεπορτάζ, ενώ θα διδαχθούν και τις τεχνικές συγγραφής λεζάντας και κειμενολεζάντας, αποκτώντας κατ' αυτόν τον τρόπο μια σύγχρονη επαγγελματική δεξιότητα.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Συνθέτουν ένα φωτορεπορτάζ,

- Συνοψίζουν τις βασικές πτυχές μίας είδησης μέσα από τον φωτογραφικό τους φακό,
- Ερμηνεύουν ένα γεγονός με ειδησεογραφικό ενδιαφέρον μέσα από φωτογραφίες,
- Επιλέγουν τις κατάλληλες προς δημοσίευση φωτογραφίες,
- Οργανώνουν το φωτογραφικό υλικό με τέτοιο τρόπο ώστε να παράγουν ενδιαφέροντα φωτορεπορτάζ,
- Αναπαριστούν ένα ρεπορτάζ μέσω σειράς φωτογραφιών,
- Συντάσσουν λεζάντες και κειμενολεζάντες που θα συνοδεύουν τα φωτορεπορτάζ τους,
- Υιοθετούν κανόνες δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας κατά τη δημιουργία φωτορεπορτάζ,
- Επαληθεύουν την είδηση και μέσω του φωτογραφικού φακού, στις περιπτώσεις που αυτό είναι εφικτό, προκειμένου να εξασφαλίζουν τη δημοσιογραφική αξιοπιστία,
- Χρησιμοποιούν τις νέες τεχνικές και τεχνολογίες της φωτογραφίας και να εξελίσσονται ως επαγγελματίες δημοσιογράφοι ή/και φωτορεπόρτερ,
- Απορρίπτουν φωτορεπορτάζ τα οποία είναι προϊόν λογοκλοπής.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Φωτογραφία / Τεχνολογικές εξελίξεις / Φωτορεπορτάζ / Οπτική επαλήθευση / Η φωτογραφία ως αποκάλυψη-είδηση / Τίτλοι, λεζάντες, κειμενολεζάντες / Δεοντολογία / Φωτο-λογοκλοπή.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (2), Σύνολο (4).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	Η ΦΩΤΟΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑ ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ: ΡΟΛΟΣ, ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ
2	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗΣ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΛΗΨΗΣ
3	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ, ΣΥΝΘΕΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΦΩΤΟΡΕΠΟΡΤΑΖ
4	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ, ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΕΠΑΛΗΘΕΥΣΗ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ
5	ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ, ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΣΤΗ ΦΩΤΟΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑ
6	ΛΕΖΑΝΤΕΣ, ΚΕΙΜΕΝΟΛΕΖΑΝΤΕΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ ΣΤΑ ΜΜΕ

2.3.B.1 | Η ΦΩΤΟΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑ ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ:

ΡΟΛΟΣ, ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

Η υποενότητα αυτή στοχεύει στην εισαγωγή των καταρτιζομένων στις βασικές αρχές, τις λειτουργίες και τη σημασία της φωτοειδησεογραφίας στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τον ρόλο της φωτογραφίας ως μέσου καταγραφής, τεκμηρίωσης και ερμηνείας της πραγματικότητας, καθώς και τη συμβολή της στη διαμόρφωση της ειδησεογραφικής ατζέντας και της κοινής γνώμης.

Παράλληλα, θα εξετάσουν την ιστορική εξέλιξη της δημοσιογραφικής φωτογραφίας, από τις πρώτες μορφές φωτορεπορτάζ έως τις σύγχρονες ψηφιακές και πολυμεσικές εφαρμογές. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στις επιδράσεις των νέων τεχνολογιών, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της δημοσιογραφίας των πολιτών στην παραγωγή και διακίνηση οπτικού περιεχομένου.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα διερευνήσουν τις διαφορετικές λειτουργίες της φωτογραφίας στα έντυπα και ψηφιακά μέσα ενημέρωσης, όπως η ενημέρωση, η τεκμηρίωση, η εικονογράφηση, η ερμηνεία και η δραματοποίηση γεγονότων. Επιπλέον, θα εξοικειωθούν με τη σημασία της οπτικής αφήγησης στη σύγχρονη δημοσιογραφία και με τις απαιτήσεις του/της σύγχρονου/-ης επαγγελματία δημοσιογράφου, ο/η οποίος/-α καλείται να διαχειρίζεται και να αξιοποιεί αποτελεσματικά το φωτογραφικό υλικό στο πλαίσιο της δημοσιογραφικής παραγωγής.

2.3.B.2 | ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗΣ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΛΗΨΗΣ

Η υποενότητα αυτή στοχεύει στην ανάπτυξη βασικών γνώσεων και δεξιοτήτων που σχετίζονται με τη λήψη δημοσιογραφικών φωτογραφιών και την αποτελεσματική αξιοποίηση του φωτογραφικού εξοπλισμού στο πλαίσιο της δημοσιογραφικής εργασίας.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τις θεμελιώδεις αρχές της «δημοσιογραφικής φωτογραφίας» (φωτορεπορτάζ), όπως είναι η σύνθεση του κάδρου, η επιλογή γωνίας λήψης, η αξιοποίηση του φωτισμού και η αποτύπωση της «καθοριστικής στιγμής» (decisive moment). Παράλληλα, θα γνωρίσουν τις βασικές κατηγορίες φωτογραφικού εξοπλισμού και τις δυνατότητες που προσφέρουν οι σύγχρονες ψηφιακές συσκευές, συμπεριλαμβανομένων των φωτογραφικών μηχανών και των κινητών τηλεφώνων.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναπτύξουν δεξιότητες χειρισμού του εξοπλισμού με στόχο την παραγωγή φωτογραφιών που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις της ειδησεογραφικής κάλυψης. Επιπλέον, θα μελετήσουν συνηθισμένα τεχνικά και αισθητικά λάθη κατά τη φωτογράφιση και τρόπους αποφυγής τους, προκειμένου να βελτιώσουν την ποιότητα και την αποτελεσματικότητα της οπτικής επικοινωνίας.

Η διδασκαλία της υποενότητας θα υποστηριχθεί από πρακτικές ασκήσεις λήψης φωτογραφιών, ανάλυση παραδειγμάτων από τα μέσα ενημέρωσης και εφαρμογές σε πραγματικές ή προσομοιωμένες συνθήκες δημοσιογραφικής κάλυψης.

2.3.B.3 | ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ, ΣΥΝΘΕΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΦΩΤΟΡΕΠΟΡΤΑΖ

Η υποεπενότητα αυτή στοχεύει στην ανάπτυξη των γνώσεων και δεξιοτήτων που απαιτούνται για τον σχεδιασμό, τη σύνθεση και την παραγωγή ολοκληρωμένων φωτορεπορτάζ στο πλαίσιο της σύγχρονης δημοσιογραφικής πρακτικής.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τα βασικά στάδια οργάνωσης ενός «φωτορεπορτάζ», από την επιλογή του θέματος και την προετοιμασία της κάλυψης έως τη συλλογή, επιλογή και τελική παρουσίαση του φωτογραφικού υλικού. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στη φωτογραφία ως μέσο δημοσιογραφικής αφήγησης και τεκμηρίωσης, καθώς και στη δυνατότητά της να αποδίδει με σαφήνεια, ακρίβεια και αμεσότητα τα γεγονότα.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναπτύξουν δεξιότητες «οπτικής αφήγησης» (visual storytelling), επιλογής κατάλληλων λήψεων και δημιουργίας συνεκτικών σειρών εικόνων που αποτυπώνουν την εξέλιξη ενός γεγονότος ή μιας ιστορίας. Παράλληλα, θα εξοικειωθούν με τις βασικές αρχές σύνθεσης, κάδρου, χρονισμού και οπτικής προσέγγισης, ώστε να παράγουν φωτογραφικό υλικό με ειδησεογραφική αξία.

Η διδασκαλία της υποεπενότητας θα υποστηριχθεί από πρακτικές ασκήσεις πεδίου, ανάλυση δημοσιογραφικών φωτορεπορτάζ και εφαρμογές σε πραγματικές ή προσομοιωμένες συνθήκες ειδησεογραφικής κάλυψης.

2.3.B.4 | ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ, ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΕΠΑΛΗΘΕΥΣΗ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Η υποεπενότητα αυτή στοχεύει στην καλλιέργεια της κριτικής ικανότητας των καταρτιζομένων/-ων ως προς την αξιολόγηση, επιλογή και επαλήθευση φωτογραφικού υλικού που προορίζεται για δημοσίευση στα μέσα ενημέρωσης.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν ότι η φωτογραφία δεν αποτελεί πάντοτε αδιαμφισβήτητη απόδειξη της πραγματικότητας, καθώς είναι δυνατόν να παρουσιάζει ελλειπή, παραπλανητική ή αλλοιωμένη εικόνα ενός γεγονότος. Στο πλαίσιο αυτό, θα εξοικειωθούν με τεχνικές και μεθόδους ελέγχου της αξιοπιστίας των εικόνων, όπως η αναζήτηση της αρχικής πηγής, η διασταύρωση πληροφοριών, η ανάλυση «μεταδεδομένων» (metadata) και η ανίχνευση ψηφιακών παρεμβάσεων ή παραποίησης. Επιπλέον, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναπτύξουν δεξιότητες επιλογής φωτογραφιών με βάση τη δημοσιογραφική αξία, τη σαφήνεια του μηνύματος, την αισθητική ποιότητα και τη συνάφεια με το δημοσιογραφικό περιεχόμενο. Θα εξεταστούν επίσης ζητήματα που σχετίζονται με τη χρήση οπτικού υλικού από μέσα κοινωνικής δικτύωσης και «πολίτες-μάρτυρες», καθώς και οι κίνδυνοι παραπληροφόρησης που απορρέουν από τη χρήση μη επαληθευμένων εικόνων.

Η κατανόηση της υποεπενότητας θα ενισχυθεί μέσω μελετών περίπτωσης και πρακτικών ασκήσεων επαλήθευσης.

2.3.B.5 | ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ, ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΣΤΗ ΦΩΤΟΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑ

Η υποεπαιδεύση αυτή στοχεύει στην εξοικείωση των καταρτιζομένων/-ων με τις βασικές αρχές δημοσιογραφικής δεοντολογίας και το νομικό πλαίσιο που διέπει τη λήψη, επεξεργασία και δημοσίευση φωτογραφικού υλικού στα μέσα ενημέρωσης.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τη σημασία του σεβασμού της ιδιωτικής ζωής, της προστασίας των προσωπικών δεδομένων και της ανθρωπίνης αξιοπρέπειας κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού έργου. Θα εξεταστούν ζητήματα που αφορούν τη φωτογράφιση ανηλίκων, ευάλωτων κοινωνικών ομάδων, θυμάτων ατυχημάτων ή εγκληματικών ενεργειών, καθώς και οι περιορισμοί που απορρέουν από την κείμενη νομοθεσία.

Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα ενημερωθούν για το καθεστώς πνευματικής ιδιοκτησίας που διέπει τη χρήση φωτογραφιών, τις άδειες χρήσης, την αναφορά πηγών και τις συνέπειες της φωτοκλοπής ή της μη εξουσιοδοτημένης αναπαραγωγής υλικού. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στην ανάπτυξη επαγγελματικής υπευθυνότητας και ηθικής κρίσης, ώστε οι μελλοντικοί/-ές δημοσιογράφοι να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις σχετικά με τη δημοσίευση εικόνων.

Η διδασκαλία θα υποστηριχθεί με ανάλυση πραγματικών περιστατικών και μελέτες περίπτωσης από τον ελληνικό και διεθνή χώρο.

2.3.B.6 | ΛΕΞΑΝΤΕΣ, ΚΕΙΜΕΝΟΛΕΞΑΝΤΕΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ ΣΤΑ ΜΜΕ

Η υποεπαιδεύση αυτή στοχεύει στην ανάπτυξη δεξιοτήτων σύνταξης και παρουσίασης συνοδευτικού κειμένου για φωτογραφικό υλικό που δημοσιεύεται στα μέσα ενημέρωσης.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν ότι η δημοσιογραφική φωτογραφία αποκτά πληρέστερο νόημα όταν συνοδεύεται από ακριβείς, σαφείς και τεκμηριωμένες λεζάντες, οι οποίες διευκολύνουν την κατανόηση και την ερμηνεία του γεγονότος από το κοινό. Στο πλαίσιο αυτό, θα εξοικειωθούν με τις βασικές αρχές σύνταξης τίτλων, λεζαντών και κειμενολεζαντών, καθώς και με τους κανόνες που διέπουν τη σύνδεση εικόνας και δημοσιογραφικού λόγου.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναπτύξουν δεξιότητες περιγραφής, σχολιασμού και τεκμηρίωσης του οπτικού υλικού, λαμβάνοντας υπόψη τη δημοσιογραφική ακρίβεια, τη δεοντολογία και την αναφορά της πηγής προέλευσης. Επιπλέον, θα εξεταστούν οι διαφορετικοί τρόποι παρουσίασης φωτογραφικού υλικού σε έντυπα, ψηφιακά και πολυμεσικά περιβάλλοντα, καθώς και οι απαιτήσεις που προκύπτουν από τη χρήση σύγχρονων ειδησεογραφικών πλατφορμών.

Η υποεπαιδεύση θα πλαισιωθεί από πρακτικές ασκήσεις σύνταξης και αξιολόγησης λεζαντών και από εφαρμογές σε πραγματικά δημοσιογραφικά παραδείγματα.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Ασημέλλης, Γ. (2005). *Μαθήματα οπτικής*. Αθήνα: Εκδόσεις Σύγχρονη Γνώση.
2. ΕΣΗΕΑ. (1998). *Αρχές δεοντολογίας δημοσιογραφικού επαγγέλματος*. Ανακτήθηκε από: <https://www.esiea.gr/kodikas-deontologias/arxes-deontologias-dimosiografikoy/>
3. Hedgcoe, J. (2010). *Το νέο βιβλίο του φωτογράφου* (μτφρ. Κ. Συρράκος). Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου.
4. Κατερτζιάδης, Π. (2015). *Βασικά μαθήματα φωτογραφίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Φωτογράφος.

Συμπληρωματικές

1. Κολοκυθάς, Κ. (2015). *Ψηφιακά μέσα στις οπτικοακουστικές τέχνες*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.
2. Σχίζας, Τ. (2014). *Η τεχνική της αναλογικής και της ψηφιακής φωτογραφίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Φωτογραφικό Είδωλο.

2.3.Γ • ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Ερμηνευτική δημοσιογραφία» είναι να εισαγάγει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες στα ερμηνευτικά δημοσιογραφικά είδη κειμένου και στη σχολιαστική δημοσιογραφία και να δώσει έμφαση στις διαφορές της ερμηνευτικής δημοσιογραφίας από την ειδησεογραφία. Η συγκεκριμένη μαθησιακή ενότητα αποσκοπεί, ακόμη, στο να παρουσιάσει παραδείγματα προς συζήτηση και σχολιασμό δημοσιευμένων ερμηνευτικών δημοσιογραφικών κειμένων από την επικαιρότητα. Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν τη δυνατότητα να έρθουν σε επαφή με το δημοσιογραφικό σχόλιο, το άρθρο γνώμης, το χρονογράφημα, την επιφυλλίδα, τη γελοιογραφία και άλλα είδη ερμηνευτικής δημοσιογραφίας. Επιπλέον, θα μάθουν για τη διαφορά της είδησης από τη σχολιασμένη είδηση και θα συντάξουν τα δικά τους δημοσιογραφικά ερμηνευτικά κείμενα.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Διακρίνουν την είδηση από το σχόλιο,
- Αναγνωρίζουν τα διαφορετικά είδη ερμηνευτικής δημοσιογραφίας,
- Προσδιορίζουν περιπτώσεις παρεμβολής σχολίου στην είδηση,

- Ερμηνεύουν τη σημασία του δημοσιογραφικού σχολίου όταν αυτό το συναντούν,
- Παράγουν τα δικά τους ερμηνευτικά δημοσιογραφικά κείμενα (άρθρο γνώμης, σχόλιο κ.λπ.),
- Επιδεικνύουν δημοσιογραφικό επαγγελματισμό κατά την τοποθέτησή τους πάνω σε ένα θέμα της επικαιρότητας,
- Επαληθεύουν τις πληροφορίες τους προτού προβούν στον σχολιασμό κάποιας είδησης,
- Χρησιμοποιούν με άρτιο τρόπο τη γλώσσα προκειμένου να αποφεύγονται τυχόν κρυφά σχόλια κατά την παραγωγή δημοσιογραφικών κειμένων,
- Απορρίπτουν τη σύγχυση σχολίου και είδησης,
- Αμφισβητούν δημοσιογραφικά κείμενα στα οποία ενυπάρχουν σχόλια μέσα στην είδηση,
- Υιοθετούν όλους τους κανόνες δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας κατά την παραγωγή ερμηνευτικών δημοσιογραφικών κειμένων,
- Εκτιμούν τους κινδύνους όταν τα όρια είδησης-σχολίου δεν είναι διακριτά.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (1), Σύνολο (3).

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Ερμηνευτική δημοσιογραφία / Ειδησεογραφία / Άρθρο γνώμης / Σχόλιο / Χρονογράφημα / Επιφυλλίδα / Γελοιογραφία / Editorial / Ανάλυση / Κριτική / Τίτλοι / Λεζάντα/Κειμενολεζάντα.

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΤΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑ
2	ΕΙΔΗ ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ
3	ΤΟ ΑΡΘΡΟ ΓΝΩΜΗΣ
4	ΤΟ ΧΡΟΝΟΓΡΑΦΗΜΑ, Η ΕΠΙΦΥΛΛΙΔΑ ΚΑΙ ΟΙ ΚΡΙΤΙΚΕΣ
5	Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ Η ΕΡΕΥΝΑ
6	ΤΟ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΧΟΛΙΟ
7	ΤΙΤΛΟΙ, ΛΕΖΑΝΤΕΣ ΚΑΙ ΚΕΙΜΕΝΟΛΕΖΑΝΤΕΣ

2.3.Γ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΤΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑ

Πέρα από το ρεπορτάζ, που αποτελεί βασικό δημοσιογραφικό είδος κειμένου για την κάλυψη της τρέχουσας επικαιρότητας, υπάρχουν και άλλα δημοσιογραφικά είδη κειμένων, τα οποία χρησιμοποιούν διαφορετικούς τρόπους γραφής, διαθέτουν διαφορετικές τεχνικές και επιτελούν διαφορετικούς σκοπούς. Τέτοια είναι τα ερμηνευτικά είδη κειμένου, μέσω των οποίων ο/η συντάκτης/-τρια παρουσιάζει την άποψή του/της πάνω σε ένα θέμα, σχολιάζει γεγονότα, ασκεί κριτική, προσφέρει αναλύσεις και εμβαθύνει με μια περισσότερο κριτική ματιά στην επικαιρότητα. Τα βασικά ερμηνευτικά δημοσιογραφικά κείμενα είναι το άρθρο γνώμης, το σχόλιο, το χρονογράφημα, η επιφυλλίδα, το editorial, η ανάλυση, η έρευνα, η κριτική, η γελοιογραφία και το σκίτσο, καθώς και οι τίτλοι, οι λεζάντες και οι κειμενολεζάντες.

Στην παρούσα υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα διδαχθούν ποια είναι τα βασικά ερμηνευτικά δημοσιογραφικά και ποια είναι η θέση τους στο εκάστοτε μέσο. Επιπλέον, στόχος της υποενότητας είναι να κατανοήσουν οι καταρτιζόμενοι/-ες τις διαφορές των ερμηνευτικών δημοσιογραφικών κειμένων από τα αντίστοιχα ειδησεογραφικά. Η ειδησεογραφία γενικά στοχεύει στην ανακοίνωση γεγονότων, ενώ η ερμηνευτική δημοσιογραφία στον σχολιασμό των γεγονότων. Επίσης, η ειδησεογραφία χρησιμοποιεί ως πηγές πάντοτε εξακριβωμένα στοιχεία, ενώ η ερμηνευτική δημοσιογραφία γνώμες και απόψεις συντακτών/-τριών. Το περιεχόμενο των ειδήσεων, επιπλέον, χαρακτηρίζεται ως αντικειμενικό, ενώ των ερμηνευτικών κειμένων ως υποκειμενικό. Για τον λόγο αυτόν, και οι πολίτες συνήθως δέχονται χωρίς αμφισβήτηση το ειδησεογραφικό της περιεχόμενο, ενώ για τις γνώμες και τις απόψεις κρατούν επιφυλάξεις. Σημαντικό ρόλο στην ερμηνευτική δημοσιογραφία παίζει και το κύρος και η αξιοπιστία του/της συντάκτη/-τριας.

2.3.Γ.2 | ΕΙΔΗ ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Στην παρούσα υποενότητα, παρουσιάζονται και αναλύονται τα κυριότερα ερμηνευτικά δημοσιογραφικά είδη κειμένου και καταγράφονται οι μεταξύ τους ομοιότητες και διαφορές. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μετά την ολοκλήρωση της υποενότητας, θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν το περιεχόμενο και τον στόχο καθενός από τα ερμηνευτικά δημοσιογραφικά κείμενα, καθώς και να τα εντοπίζουν μέσα στην εφημερίδα, το περιοδικό, την ιστοσελίδα και κατά τη διάρκεια μιας ραδιοφωνικής ή τηλεοπτικής εκπομπής. Πιο συγκεκριμένα, η εν λόγω υποενότητα θα εστιαστεί στο άρθρο γνώμης, το χρονογράφημα, την επιφυλλίδα, το σχόλιο, το editorial, την ανάλυση, τις παραπολιτικές στήλες, την κριτική, την ανάλυση, την έρευνα, τις καμπάνιες, τους τίτλους, τις λεζάντες, τις κειμενολεζάντες, τα σκίτσα και τις γελοιογραφίες, καθώς και σε πιο σύγ-

χρονες πολυμεσικές (multimedia) μορφές ερμηνευτικής δημοσιογραφίας (π.χ. ειδικά εφέ, διαδραστικά διαγράμματα κ.ά.).

Είναι γεγονός ότι οι πολίτες θέλουν ενημερωμένες ειδήσεις όλο το 24ωρο, ενώ ταυτόχρονα θέλουν να ερευνούν, να αμφισβητούν και να προσφέρουν μια διαφορετική οπτική, γεγονός που τα τελευταία χρόνια έχει λάβει πολλές διαστάσεις μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Επομένως, η εν λόγω εκπαιδευτική υποενότητα παρέχει την απαραίτητη βάση για την κατανόηση και την εφαρμογή των βασικών αρχών και των κανόνων της ερμηνευτικής δημοσιογραφίας. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αποκτήσουν τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες ώστε να είναι σε θέση να διαχειρίζονται αυτού του είδους τα κείμενα και να λειτουργούν αποτελεσματικά στο σύγχρονο και απαιτητικό δημοσιογραφικό περιβάλλον.

2.3.Γ.3 | ΤΟ ΑΡΘΡΟ ΓΝΩΜΗΣ

Το άρθρο γνώμης αποτελεί την έκφραση των προσωπικών απόψεων ενός/μίας συντάκτη/-τριας για ένα πολιτικό, κοινωνικό, πολιτιστικό, αθλητικό ή για οποιοδήποτε άλλο θέμα της επικαιρότητας, ανάλογα με τον τομέα του ρεπορτάζ με τον οποίο ασχολείται ο/η δημοσιογράφος. Τα άρθρα γνώμης υπογράφονται από τους/τις συντάκτες/-τριές τους, οι οποίοι φέρουν την ευθύνη του περιεχομένου. Να σημειωθεί, επίσης, ότι η αρθρογραφία των συντακτών/-τριών ενός μέσου αποτελεί και τον κορμό του μέσου, καθώς κατ' αυτόν τον τρόπο συνήθως δίνεται το πολιτικό και ιδεολογικό στίγμα του εκάστοτε μέσου. Μέσα από την παρούσα υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με το συγκεκριμένο δημοσιογραφικό είδος κειμένου, θα γνωρίσουν την τεχνική του και τις ιδιαιτερότητές του και θα αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες που θα τους/τις επιτρέψουν να συντάξουν τα πρώτα τους άρθρα γνώμης.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν ακόμη ότι και τα ερμηνευτικά δημοσιογραφικά κειμενικά είδη βασίζονται σε τεκμηριωμένα στοιχεία παρόλο που εκφέρεται η προσωπική άποψη του/της συντάκτη/-τριας πάνω σε ένα θέμα της επικαιρότητας. Επιπλέον, θα δουν και θα αναλύσουν ήδη δημοσιευμένα άρθρα γνώμης από τον Τύπο κατανοώντας κατ' αυτόν τον τρόπο ακόμα περισσότερο τον στόχο και την τεχνική τους. Συνολικά, μέσα από την εν λόγω υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να εντοπίζουν μέσα στις εφημερίδες και τις ειδησεογραφικές ιστοσελίδες άρθρα γνώμης, να τα αναλύουν, να αναγνωρίζουν τα συστατικά τους μέρη αλλά και να συντάσσουν δικά τους κείμενα.

2.3.Γ.4 | ΤΟ ΧΡΟΝΟΓΡΑΦΗΜΑ, Η ΕΠΙΦΥΛΛΙΔΑ ΚΑΙ ΟΙ ΚΡΙΤΙΚΕΣ

Στην παρούσα υποενότητα, παρουσιάζονται και αναλύονται το χρονογράφημα, η επιφυλλίδα και η κριτική, ως ερμηνευτικά δημοσιογραφικά είδη κειμένου. Το χρονογράφημα, αρχικά, είναι μια στήλη ή μια ενότητα που αναπτύσσει σειρά γεγονότων, ειδήσεων ή και στιγμιότυπων της επικαιρότητας με χρονολογική σειρά. Χαρακτηριστικό του χρονογραφήματος είναι η γλώσσα και το ύφος του. Τα χρονογραφήματα,

επίσης, συνήθως συνοδεύονται και από φωτογραφικό υλικό ή άλλα στοιχεία, όπως εικόνες, διαγράμματα κ.λπ. για την καλύτερη παρακολούθηση και κατανόηση του θέματος που αφηγούνται. Η επιφυλλίδα, στη συνέχεια, είναι ένας τύπος δημοσιογραφικού κειμένου που αναφέρεται σε ποικίλα θέματα, κοινωνικά, καλλιτεχνικά, πολιτικά, επιστημονικά κ.λπ. και γράφεται από ειδικό άτομο στην εφημερίδα. Στις μέρες μας οι επιφυλλιδογράφοι τείνουν να εκλείψουν. Οι επιφυλλίδες είχαν πολύ σημαντική και συγκεκριμένη θέση στην εφημερίδα, καθώς εξέφραζαν τη ματιά ενός/μιας συντάκτη/-τριας με ιδιαίτερη πένα.

Οι κριτικές, επίσης, αποτελούν και αυτές με τη σειρά τους ένα είδος ερμηνευτικού δημοσιογραφικού κειμένου το οποίο εμπεριέχει και στοιχεία ρεπορτάζ καθώς αφορούν την κριτική και την ανάλυση στοιχείων του πολιτικού ή του πολιτιστικού ρεπορτάζ. Σε συγκεκριμένες σελίδες εφημερίδων ή και στα περιοδικά συναντάμε και πιο εξειδικευμένες κριτικές που αφορούν βιβλία, εστιατόρια, προορισμούς κ.λπ. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσα από την εν λόγω υποεπένδυση, θα εξοικειωθούν και με τα συγκεκριμένα δημοσιογραφικά είδη, παράγοντας ταυτόχρονα και τα δικά τους κείμενα, γράφοντας για παράδειγμα σύντομες κριτικές για ένα βιβλίο που διάβασαν, μια παράσταση ή μια ταινία που είδαν, ένα μουσικό φεστιβάλ ή μια συναυλία στην οποία παρευρέθηκαν κ.λπ.

2.3.Γ.5 | Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ Η ΕΡΕΥΝΑ

Η ανάλυση στη δημοσιογραφία αφορά την παροχή πρόσθετων στοιχείων πέραν του ρεπορτάζ ή της είδησης. Ουσιαστικά, μέσω των δημοσιογραφικών αναλύσεων, διευρύνεται η ματιά των αναγνωστών/-τριών, τηλεθεατών/-τριών, ακροατών/-τριών πάνω σε ένα γεγονός της επικαιρότητας. Η παρουσίαση αναλύσεων είναι ένας τρόπος να διαμορφώνει το κοινό κριτική άποψη πάνω σε συγκεκριμένα θέματα, γεγονότα ή εξελίξεις. Οι αναλυτές/-τριες που εμφανίζονται στα μέσα θα πρέπει να μεταφέρουν τις πληροφορίες με σαφήνεια, ακρίβεια και απλότητα ώστε να είναι κατανοητές από το κοινό. Για τις αναλύσεις, επίσης, απαιτείται έρευνα, συλλογή στοιχείων, επεξεργασία και αξιολόγηση των πηγών από τις οποίες προέρχονται αυτά τα στοιχεία. Η έρευνα, στη συνέχεια, αφορά σε ένα εκτεταμένο σε εύρος κείμενο, το οποίο μπορεί να δημοσιεύεται και σε συνέχεια επί μέρες. Συνήθως αφορά τη διερεύνηση ενός θέματος με παράθεση πολλών τεκμηριωμένων στοιχείων. Στα μέσα συνήθως η ανάλυση έπεται της έρευνας. Με άλλα λόγια, ως επί το πλείστον, πρώτα βλέπουν το φως της δημοσιότητας τα αποτελέσματα ερευνών και στη συνέχεια ακολουθούν οι αναλύσεις.

Η συγκεκριμένη εκπαιδευτική υποεπένδυση παρέχει όλες τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες στους/στις καταρτιζόμενους/-ες, προκειμένου να είναι σε θέση να παράγουν δημοσιογραφικά κείμενα τα οποία βασίζονται στην παράθεση αποτελεσμάτων ερευνών κοινής γνώμης, καθώς και σε σχετικές αναλύσεις, ώστε το κοινό να διαμορφώνει σφαιρική άποψη για σημαντικά πολιτικά, οικονομικά, ιατρικά, τεχνολογικά και άλλα ζητήματα.

2.3.Γ.6 | ΤΟ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΧΟΛΙΟ

Το δημοσιογραφικό σχόλιο είναι το μέσο με το οποίο ο/η δημοσιογράφος εκφράζει την προσωπική του άποψη και κριτικάρει ένα τρέχον γεγονός της επικαιρότητας. Συνήθως, το δημοσιογραφικό σχόλιο δημοσιεύεται στις εφημερίδες, ωστόσο σχολιαστές/-τριες των ειδήσεων υπάρχουν και στο ραδιόφωνο και την τηλεόραση. Ουσιαστικά, μέσω των δημοσιογραφικών σχολίων, ο/η σχολιαστής/-τρια ή δημοσιογράφος εντοπίζει, επεξεργάζεται και καυτηριάζει γεγονότα, καταστάσεις, πρόσωπα της δημόσιας ζωής και τη δραστηριότητα αυτών.

Το δημοσιογραφικό σχόλιο μπορεί να είναι επαινετικό, κολακευτικό, αιχμηρό ή καταγγελτικό. Στον γραπτό λόγο, συνήθως είναι μικρό σε έκταση και παιγνιώδες στην έκφραση. Στόχος του είναι και να ενημερώσει το κοινό, αλλά και να προκαλέσει τη σκέψη και τη συζήτηση μεταξύ των αναγνωστών/-τριών, τηλεθεατών/-τριών, ακροατών/-τριών αναφορικά με ένα θέμα της επικαιρότητας. Οι σχολιαστές/-τριες είναι σημαντικό να είναι ακριβείς και σαφείς στην έκφραση των απόψεών τους, να παραθέτουν πηγές όπου αυτό χρειάζεται και να τηρούν πάντοτε τους κανόνες δημοσιογραφικής δεοντολογίας.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσα από τη συγκεκριμένη υποενότητα, θα μάθουν να εντοπίζουν τα δημοσιογραφικά σχόλια στον Τύπο, θα εκπαιδευθούν στη συγγραφή σχολίων τηρώντας όλες τις αρχές και τα πρότυπα του σχολιασμού και θα μάθουν να διαχωρίζουν το δημοσιογραφικό σχόλιο από τη σχολιασμένη είδηση. Βασικός κανόνας της σχολιαστικής δημοσιογραφίας είναι ότι το δημοσιογραφικό σχόλιο πρέπει να είναι απόλυτα διαχωρισμένο από την είδηση και να μην υπάρχει σχετική σύγχυση στο κοινό.

2.3.Γ.7 | ΤΙΤΛΟΙ, ΛΕΖΑΝΤΕΣ ΚΑΙ ΚΕΙΜΕΝΟΛΕΖΑΝΤΕΣ

Στην παρούσα υποενότητα, παρουσιάζονται και αναλύονται οι δημοσιογραφικοί τίτλοι των ειδήσεων, οι λεζάντες και οι κειμενολεζάντες. Οι τίτλοι αποτυπώνουν την πεμπτουσία της ικανότητας του/της δημοσιογράφου να συμπεριλάβει σε ελάχιστες λέξεις την είδηση, η οποία αναλύεται στο κείμενο που ακολουθεί, δίνοντας ταυτόχρονα και το προσωπικό του σχόλιο τεχνηέντως. Οι τίτλοι, ως κειμενικό είδος, είναι κρίσιμοι καθώς είναι υπεύθυνοι για την προσέλκυση του ενδιαφέροντος του κοινού για ένα θέμα και, για τον λόγο αυτόν, πρέπει να είναι σύντομοι, περιεκτικοί και εύστοχοι.

Στους τίτλους, συνήθως, χρησιμοποιούνται ενδιαφέρουσες λέξεις και σημεία στίξης, τα οποία στοχεύουν στην προσέλκυση του ενδιαφέροντος του κοινού. Η λεζάντα, από την άλλη πλευρά, είναι η μικρή, επεξηγηματική ή σχολιαστική φράση που τοποθετείται κάτω από τις δημοσιευμένες φωτογραφίες. Ο τρόπος γραφής της λεζάντας προσομοιάζει αρκετά στον τρόπο γραφής του δημοσιογραφικού τίτλου. Η κειμενολεζάντα, επίσης, είναι ένα μικρό επεξηγηματικό κείμενο που συνοδεύει και αυτό φωτογραφίες ή φωτορεπορτάζ. Είναι σύντομο, περιεκτικό και κατατοπιστικό και γράφεται συνήθως από τους/τις δημοσιογράφους που έκαναν το εν λόγω ρεπορ-

τάζ, ενώ οι τίτλοι συνήθως μπαίνουν από τους/τις αρχισυντάκτες/-τριες ή τους/τις διευθυντές/-τριες σύνταξης, ακριβώς λόγω της κρισιμότητας του ρόλου τους.

Συνολικά, η εν λόγω υποενότητα αποσκοπεί στο να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με τον ρόλο και τη λειτουργία του τίτλου και της λεζάντας στον Τύπο, αλλά και στην τηλεόραση και το Διαδίκτυο. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εκπαιδευθούν στην ερμηνεία των τίτλων, αλλά και θα εξοικειωθούν με όλες τις τεχνικές συγγραφής τίτλων, λεζάντας και κειμενολεζάντας που θα συνοδεύει τα κείμενα και τις φωτογραφίες τους.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2004). *Εισαγωγή στη δημοσιογραφία. Τι πρέπει να γνωρίζουν οι άνθρωποι των Μέσων και τι πρέπει να αναμένει η κοινή γνώμη* (μτφρ. Ε. Μπαρτζινόπουλος). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
2. Schudson, M. (2021). *Δημοσιογραφία* (μτφρ. Δ. Αθηνάκης). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαδόπουλος.

Συμπληρωματικές

1. Hilliard, R. (2001). *Γράφοντας για την τηλεόραση και το ραδιόφωνο* (μτφρ. Ν. Σαρρής). Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
2. Tu, D. L. (2022). *Αφηγηματική δημοσιογραφία για βίντεο και πολυμέσα* (μτφρ. Π. Ταγκάς). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

2.3.Δ • ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Διαχείριση μέσων κοινωνικής δικτύωσης» είναι να εισαγάγει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες στον χώρο των νέων τεχνολογιών και του Διαδικτύου για την προώθηση του δημοσιογραφικού περιεχομένου. Στο συγκεκριμένο μάθημα, θα παρουσιαστούν και θα αναλυθούν οι δημοφιλέστερες πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook, το Twitter, το Instagram, το LinkedIn, το YouTube κ.ά. Η εν λόγω παρουσίαση στόχο έχει την ανάδειξη των αποτελεσματικών τρόπων διαχείρισης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αλλά και της επαγγελματικής αξιοποίησής τους, με σκοπό τη μετάδοση ειδήσεων και την ενημέρωση του κοινού για τα τρέχοντα σημαντικά θέματα της επικαιρότητας. Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας, λόγος θα γίνει επίσης για την εξάπλωση του φαινομένου των ψευδών ειδήσεων (fake news) και θα αναζητηθούν οι τρόποι περιορισμού και εξάλειψής του φαινομένου αυτού.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τις υπάρχουσες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης,
- Διακρίνουν τις διαφορές ανάμεσα στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης,
- Επιλέγουν την καταλληλότερη πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης ανάλογα με τον εκάστοτε επαγγελματικό τους στόχο,
- Ερμηνεύουν τον αντίκτυπο που μπορεί να έχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης,
- Χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως μέσα διάχυσης των δημοσιογραφικών πληροφοριών,
- Ελέγχουν την αξιοπιστία των ειδήσεων και των πληροφοριών που δημοσιεύονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,
- Ελέγχουν για τυχόν ψευδείς ειδήσεις (fake news) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,
- Παράγουν δημοσιογραφικό ειδικά προσαρμοσμένο στο ύψος και στη φιλοσοφία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης,
- Τροποποιούν το περιεχόμενό τους ανάλογα με την πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούν κάθε φορά,
- Ενθαρρύνουν τη χρήση νέων τεχνολογιών κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος,
- Υιοθετούν μια ανοιχτή επικοινωνία με το κοινό μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης,
- Απορρίπτουν πρακτικές τις οποίες μπορεί να συναντούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. δημοσίευση φωτογραφιών που μπορεί να σοκάρουν) και δεν συνάδουν με τον κώδικα δημοσιογραφικής δεοντολογίας.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης / Νέες τεχνολογίες / Κοινωνικά δίκτυα / Ειδήσεις / Επικαιρότητα / Fake news / Περιεχόμενο / Κοινή γνώμη / Facebook / Instagram / YouTube.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (1), Εργαστήριο (1), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
2	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
3	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΠΛΑΝΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ
4	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ
5	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
6	ΚΟΙΝΗ ΓΝΩΜΗ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
7	ΨΕΥΔΕΙΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ
8	Η ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ
9	ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Κείμενο αναφοράς

2.3.Δ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Εισαγωγή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» έχει σκοπό να εισαγάγει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με τις θεωρητικές προσεγγίσεις στον τομέα των μέσων κοινωνικών δικτύων και του Διαδικτύου.

Η εν λόγω εκπαιδευτική υποενότητα αποσκοπεί στην εκμάθηση της αξιοποίησης και διαχείρισής τους στον τομέα της δημοσιογραφίας. Παράλληλα, αναλύει τους ορισμούς των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των κοινωνικών δικτύων και καταγράφει τα χαρακτηριστικά τους. Επιπρόσθετα, στοχεύει στο να περιγράψει τα είδη και τα χαρακτηριστικά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Μέσω της εκπαιδευτικής αυτής υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μελετήσουν την απαρχή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και θα κατανοήσουν την ιστορική τους εξέλιξη.

Συγκεκριμένα, αναλύεται η εξέλιξη από το web1.0 με την παρουσίαση της πληροφορίας μέχρι το web 2.0 με τη συμμετοχή των χρηστών στη δημιουργία και διαμόρφωση της πληροφορίας. Αναφέρονται τα χαρακτηριστικά του web2.0, όπως και η εμφάνιση του User-Generated Content (UGC), του περιεχομένου από τους/τις χρήστες/-τριες. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα λάβουν τις απαραίτητες εισαγωγικές γνώσεις σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, την ιστορία τους, τα είδη που κατηγοριοποιούνται, καθώς και τα χαρακτηριστικά τους.

Συνοπτικά, η εκπαιδευτική αυτή υποενότητα αποτελεί βάση για την εκμάθηση των κοινωνικών δικτύων, τη διαχείρισή τους αλλά και τη διαμόρφωσή τους στον τομέα της δημοσιογραφίας.

2.3.Δ.2 | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Δημιουργία και διαχείριση μέσων κοινωνικής δικτύωσης» αφιερώνεται στην παρουσίαση καθενός από τα πιο δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα όπως το Facebook, το Twitter, το YouTube, το LinkedIn.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με τα πιο σημαντικά και δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα και θα μελετήσουν την ιδιαιτερότητα του κάθε μέσου και τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούνται. Με αυτόν τον τρόπο, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τις δυνατότητες του κάθε κοινωνικού δικτύου και το πώς μπορούν να δημιουργήσουν τους επαγγελματικούς (και μη) λογαριασμούς στα κοινωνικά δίκτυα. Επιπρόσθετα, θα γίνει περιγραφή του κάθε μέσου κοινωνικής δικτύωσης καθώς και θα αναλυθούν οι ομοιότητες και οι διαφορές ανάμεσα στα προαναφερθέντα κοινωνικά δίκτυα. Παράλληλα, θα κατανοήσουν το καθένα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα στατιστικά τους. Τα στατιστικά αποτελούν σημαντικό στοιχείο για την αναγνώριση και την ταυτότητα του κάθε κοινωνικού δικτύου καθώς και δείγμα επιλογής τους στη διαμόρφωση περιεχομένου.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω της εν λόγω υποενότητας, θα μελετήσουν το φάσμα δυνατοτήτων δημιουργίας των κοινωνικών δικτύων, όπως: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube. Επιπρόσθετα, θα περιγραφούν τα βήματα που χρειάζονται ώστε να τα αξιοποιήσουν στο πλαίσιο του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Η υποενότητα αυτή αποσκοπεί, τέλος, στην εκμάθηση διαχείρισης του κάθε κοινωνικού δικτύου, στα χαρακτηριστικά του, στις δυνατότητες που διαθέτει καθώς και στην αποτελεσματική και ορθή χρήση τους.

2.3.Δ.3 | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΠΛΑΝΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

Η μαθησιακή υποενότητα «Δημιουργία στρατηγικού πλάνου κοινωνικών δικτύων» προάγει τη σημασία της δημιουργίας του στρατηγικού πλάνου των κοινωνικών δικτύων στην προώθηση ενός δημοσιογραφικού μέσου ή στην προώθηση των πληροφοριών. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω της εκπαιδευτικής αυτής υποενότητας, θα έρθουν σε επαφή με τη δημιουργία ενός στρατηγικού πλάνου κοινωνικών δικτύων και θα κατανοήσουν τη σημασία του.

Το στρατηγικό πλάνο των κοινωνικών δικτύων αποτελεί τη βάση της επικοινωνιακής καμπάνιας για την προώθηση των μηνυμάτων. Ο/Η δημοσιογράφος, ως επαγγελματίας, αναγνωρίζει τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούνται τα κοινωνικά δίκτυα ως εργαλείο της επικοινωνιακής στρατηγικής. Ταυτόχρονα, είναι σε θέση να αντιλαμβάνεται τα στάδια της δημιουργίας ενός στρατηγικού πλάνου κοινωνικών δικτύων. Μέσω του στρατηγικού πλάνου κοινωνικών δικτύων, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούνται τα κοινωνικά δίκτυα στη στρατηγική και στην προώθηση των πληροφοριών. Θα είναι σε θέση να διαμορφώσουν αποτελεσματική στρατηγική σχετικά με τις δημοσιεύσεις, τον τρόπο που ο/η δημοσιογράφος διαχειρίζεται και προωθεί τις πληροφορίες.

Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν τη σχέση των κοινωνικών δικτύων μέσα σε ένα ολοκληρωμένο πλάνο επικοινωνίας μάρκετινγκ και πώς σχετίζονται τα νέα μέσα με τη δημοσιογραφία. Θα κατανοήσουν τα βήματα ενός πλάνου κοινωνικών δικτύων από την έρευνα μέχρι την αξιολόγηση. Παράλληλα, θα μελετήσουν τη σημασία της έρευνας, της στρατηγικής περιεχομένου, την επιλογή των σωστών κοινωνικών δικτύων, καθώς και την αξιολόγηση μέσω των διαφορετικών στατιστικών που εμφανίζονται στο κάθε μέσο κοινωνικής δικτύωσης.

2.3.Δ.4 | ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Παραγωγή δημοσιογραφικού περιεχομένου στα κοινωνικά δίκτυα» αποσκοπεί στη μελέτη των εργαλείων και των τεχνικών που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία και την παραγωγή δημοσιογραφικού περιεχομένου στα κοινωνικά δίκτυα.

Με την τεχνολογία να εξελίσσεται, ολοένα και περισσότερα εργαλεία κάνουν την εμφάνισή τους καθώς εξελίσσονται και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποκτούν ολοένα και αυξημένο ρόλο στη δημοσιογραφία. Ολοένα και περισσότεροι φορείς αξιοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα ως πηγές πληροφόρησης αλλά και προώθησης των ειδησεογραφικών θεμάτων ή της επικαιρότητας. Ταυτόχρονα, όλο και περισσότεροι/-ες χρήστες/-τριες ενημερώνονται μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα και παρακολουθούν τις ειδησεογραφικές εξελίξεις. Όλο αυτό το φάσμα της πληροφoρίας, της ενημέρωσης και της προώθησης αυξάνεται μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα.

Στην εκπαιδευτική αυτή υποενότητα, αναλύονται τα εργαλεία και οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται για τη χρήση των κοινωνικών δικτύων. Οι πλατφόρμες που αφορούν το περιεχόμενο, καθώς και τα σύγχρονα ψηφιακά εργαλεία που βοηθούν τον/την επαγγελματία δημοσιογράφο στη διαχείριση του κάθε κοινωνικού δικτύου, στην αξιοποίηση των πληροφοριών και στη δημιουργία περιεχομένου.

Μέσα από αυτή την εκπαιδευτική υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να δημιουργούν περιεχόμενο σε καθένα από τα κοινωνικά δίκτυα και να μελετήσουν τον ειδικό δημοσιογραφικό λόγο που χρησιμοποιείται για τη δημιουργία περιεχομένου μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα.

2.3.Δ.5 | ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Ο ρόλος του/της δημοσιογράφου εξελίσσεται όσο εξελίσσεται και η τεχνολογία. Στη σύγχρονη εποχή που τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται από τους πολίτες και ως μέσα ενημέρωσης αλλά και ως μέσα προώθησης, ο ρόλος του/της δημοσιογράφου αλλάζει. Η αύξηση της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η ανταλλαγή του περιεχομένου μεταξύ των χρηστών/-τριών δημιούργησε έναν νέο τρόπο ενημέρωσης και επικοινωνίας, καθώς και ένα νέο περιβάλλον στη δημοσιογραφία. Η δημοσιογραφία ακολουθώντας τις εξελίξεις, αξιοποίησε τις νέες μορφές ενημέρωσης και επικοινωνίας.

Η εκπαιδευτική υποεπένδυση «Δημοσιογραφία και μέσα κοινωνικής δικτύωσης» αποσκοπεί στη μελέτη της σχέσης του/της δημοσιογράφου με αυτά. Με την εξέλιξη του ψηφιακού περιβάλλοντος, ο ρόλος του/της δημοσιογράφου ολοένα και εξελίσσεται καθώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συμβάλλουν στην προβολή του ειδησεογραφικού περιεχομένου αλλά και στην προώθησή του. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τις αλλαγές που έχουν επιφέρει τα κοινωνικά δίκτυα στον ρόλο του/της δημοσιογράφου. Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τη συμμετοχή των πολιτών στην ενημέρωση και ανταλλαγή πληροφοριών πλαισιώνοντας κατ' επέκταση και το έργο του/της δημοσιογράφου. Στη συγκεκριμένη εκπαιδευτική υποεπένδυση, υπογραμμίζονται οι πολύπλευρες δεξιότητες του/της δημοσιογράφου στη σύγχρονη «μιντιακή» εποχή και στο σύγχρονο περιβάλλον άσκησης του επαγγέλματός του/της.

Παράλληλα, θα αντιληφθούν τον τρόπο χρήσης τους στο δημοσιογραφικό περιεχόμενο και τις συνέπειες που έχει η χρήση αυτή. Ταυτόχρονα, θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τις πηγές στο Διαδίκτυο, να αντιληφθούν τους νέους τρόπους δημοσιογραφικής έρευνας στο ψηφιακό τοπίο και να αξιοποιήσουν αποτελεσματικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

2.3.Δ.6 | ΚΟΙΝΗ ΓΝΩΜΗ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η κοινή γνώμη αποτελεί μια έννοια που καθορίζει πολλές φορές και εκπροσωπεί την πλειοψηφία των πολιτών. Τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης διαδραματίζουν μέχρι τώρα ιδιαίτερο ρόλο στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης. Με την εμφάνιση όμως των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η κοινή γνώμη αρχίζει να διαμορφώνεται και μέσα από αυτά. Πολλά θέματα της επικαιρότητας που αφορούν την κοινή γνώμη αναλύονται και παρουσιάζονται μέσω των κοινωνικών δικτύων.

Σε αυτή την υποεπένδυση, εξετάζεται ο ορισμός της κοινής γνώμης και τα χαρακτηριστικά της. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τους παράγοντες που επηρεάζουν και διαμορφώνουν την κοινή γνώμη μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Παράλληλα, θα κατανοήσουν τις προϋποθέσεις με τις οποίες διαμορφώνεται η κοινή γνώμη και τις συνέπειές της στο γενικό σύνολο του κοινού. Θα αναλυθεί η έννοια της δημοκρατίας και της ελευθερίας λόγου μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα. Ακόμη, οι καταρτιζόμενοι/-ες στην εν λόγω εκπαιδευτική υποεπένδυση θα μελετήσουν τη συμμετοχή των πολιτών/χρηστών/-τριών στα κοινωνικά δίκτυα και θα ερευνήσουν σχετικές μελέτες για τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα.

Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν την έννοια της προπαγάνδας καθώς και θα ερευνήσουν τη σχέση της προπαγάνδας με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Θα μελετήσουν το πώς διαμορφώνεται η δημόσια σφαίρα στο σύγχρονο «μιντιακό» κόσμο με την εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

2.3.Δ.7 | ΨΕΥΔΕΙΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Ψευδείς ειδήσεις και αξιολόγηση περιεχομένου» αποσκοπεί στην επαφή των καταρτιζομένων με την έννοια των fake news και στα χαρακτηριστικά των ψευδών ειδήσεων.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, σε αυτή την εκπαιδευτική υποενότητα, θα μελετήσουν την έννοια των ψευδών ειδήσεων. Θα κατανοήσουν τα χαρακτηριστικά της. Επιπρόσθετα, θα κατανοήσουν τη διαφορά των fake news με τις παραποιημένες ειδήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Με την αύξηση των πολιτών να ενημερώνονται από το διαδικτυακό χώρο και από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνεται απαραίτητη η αξιολόγηση της προέλευσης των ειδήσεων, καθώς και η εγκυρότητά τους. Από τη μια πλευρά, η δημιουργία περιεχομένου από τους/τις χρήστες/-τριες είναι πολύ πιο εύκολη σε σχέση με τα παραδοσιακά μέσα. Από την άλλη πλευρά όμως, το Διαδίκτυο μπορεί να αποτελέσει πρόσφορο έδαφος παραπληροφόρησης. Η άφθονη πληροφόρηση μέσα από το Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μπορεί να επηρεάσει την ποιότητα της ενημέρωσης και να προχωρήσει στην εξάπλωση των ψευδών ειδήσεων.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσα από αυτή την υποενότητα, θα μελετήσουν τον τρόπο με τον οποίο αξιολογούνται οι ειδήσεις μέσω των κοινωνικών δικτύων. Παράλληλα, θα κατανοήσουν τους τρόπους εντοπισμού και αντιμετώπισης του φαινομένου των ψευδών ειδήσεων για την αποτελεσματικότερη αξιοποίηση της πληροφορίας και της ενημέρωσης μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα. Το απαραίτητο στοιχείο για την αντικειμενική και αμερόληπτη ενημέρωση είναι η παραγωγή ενός ποιοτικού ειδησεογραφικού περιεχομένου και η αντιμετώπιση των ψευδών ειδήσεων.

2.3.Δ.8 | Η ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Η δημοσιογραφική έρευνα μέσω των κοινωνικών δικτύων» αποσκοπεί στην αντίληψη του τρόπου δημοσιογραφικής έρευνας μέσω των κοινωνικών δικτύων. Η δημοσιογραφία έχει αντικείμενο τη συγκέντρωση των πληροφοριών και των ειδήσεων με στόχο την ενημέρωση των πολιτών. Η άνοδος των κοινωνικών δικτύων και η αύξηση της χρήσης τους από τους πολίτες, επέφερε αλλαγές και στον χώρο των δημοσιογράφων ειδικά στον τομέα της συλλογής των πληροφοριών. Ο σύγχρονος δημοσιογράφος χρησιμοποιεί και τα σύγχρονα τεχνολογικά μέσα. Η δημοσιογραφική έρευνα βασίζεται σε αξίες και αρχές οι οποίες περιλαμβάνονται στις αρχές δημοσιογραφικής δεοντολογίας.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μελετήσουν το φάσμα της δημοσιογραφικής έρευνας μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα. Θα αντιληφθούν την αξιοποίηση συγκεκριμένων κοινωνικών δικτύων ως πηγές πληροφόρησης και έρευνας. Παράλληλα, θα μελετήσουν τις διαφορές και τις ομοιότητες της παραδοσιακής δημοσιογραφικής έρευνας με τη δημοσιογραφική έρευνα στα κοινωνικά δίκτυα. Θα αναλύσουν τον ρόλο της πλατφόρμας του Facebook και τον ρόλο του Twitter και YouTube ως μέσα δημοσιογραφικής έρευνας αλλά και ως μέσα πληροφόρησης. Θα κατανοήσουν τις διαφορές και τις

ομοιότητες του κάθε μέσου κοινωνικής δικτύωσης στον τρόπο αξιοποίησής τους ως δημοσιογραφικών εργαλείων. Τέλος, θα εξοικειωθούν με τη σημασία των μέσων αυτών στη δημοσιογραφική έρευνα.

2.3.Δ.9 | ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Σε αυτή την εκπαιδευτική υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μελετήσουν τη σημασία της ασφάλειας στο Διαδίκτυο καθώς και την εγκυρότητα των πηγών. Θα αποκτήσουν ένα πλαίσιο γνώσεων όσον αφορά το ρυθμιστικό πλαίσιο των νέων μέσων και συγκεκριμένα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Θα κατανοήσουν τους κινδύνους που υποβόσκουν κατά τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Θα αντιληφθούν το πώς ο/η δημοσιογράφος ως επαγγελματίας μπορεί να αναγνωρίζει και να αντιμετωπίζει τους κινδύνους αυτούς. Επιπρόσθετα, θα αναλύσουν το πεδίο της δημοσιότητας και της ιδιωτικότητας στο Διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς και τα χαρακτηριστικά της ψηφιακής συμπεριφοράς.

Επιπρόσθετα, θα μελετήσουν το φαινόμενο της ανωνυμίας στο Διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, την καταπολέμηση των στερεοτύπων, ρατσιστικών φαινομένων καθώς και τον τρόπο με τον οποίο αυτά τα φαινόμενα εξαπλώνονται. Παράλληλα, θα μελετήσουν την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας μέσα στα κοινωνικά δίκτυα και τη διασφάλιση των πνευματικών δικαιωμάτων, αλλά και πώς ο/η δημοσιογράφος διασφαλίζει προσωπικά δεδομένα είτε με σκοπό τη δημοσιογραφική έρευνα είτε με σκοπό την προώθηση πληροφοριών.

Η εν λόγω εκπαιδευτική υποενότητα περιλαμβάνει τα στοιχεία με τα οποία ο/η δημοσιογράφος αντιλαμβάνεται την ψηφιακή ασφάλεια, αναγνωρίζει τους κινδύνους, διαφυλάττει τα προσωπικά δεδομένα αλλά και αναγνωρίζει πώς το καθένα από τα κοινωνικά δίκτυα λειτουργεί στο φάσμα της ψηφιακής ασφάλειας.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. McQuail, D. & Deuze, M. (2020). *McQuail's media and mass communication theory* (7th edition). London: Sage Publications.
2. Κάβουρα, Α. (2021). *Επικοινωνία, διαφήμιση και μάρκετινγκ στο ψηφιακό περιβάλλον και ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.
3. Πλειός, Γ. (2021). *Παραποιημένες ειδήσεις (Fake News). Ο μετασχηματισμός της προπαγάνδας στην κοινωνία της ενημέρωσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.

Συμπληρωματικές

1. Bagdikian, B. (2004). *The New Media Monopoly*. Boston, MA: Beacon Press.
2. Παπαθανασόπουλος, Σ. (επιμ.). (2011). *Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21ο αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.

2.3.Ε • ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Διεθνής δημοσιογραφία» είναι οι καταρτιζόμενοι/-ες να κατανοήσουν τη σημασία των διεθνών ειδήσεων, στο πλαίσιο της παγκοσμιοποιημένης κοινωνίας όπου ζούμε, και να αντιληφθούν την αναγκαιότητα σύνδεσης των διεθνών ειδήσεων με την εγχώρια επικαιρότητα. Στόχος επίσης του συγκεκριμένου μαθήματος είναι να διδάξει στους/στις καταρτιζόμενους/-ες τους τρόπους εντοπισμού και αξιολόγησης των διεθνών ειδήσεων και τις διαδικασίες ενσωμάτωσης τους στην εγχώρια δημοσιογραφική ατζέντα. Με άλλα λόγια, το μάθημα της διεθνούς δημοσιογραφίας αποσκοπεί στο να αντιληφθούν οι καταρτιζόμενοι/-ες την επιρροή που μπορεί να έχουν οι διεθνείς ειδήσεις, τα γεγονότα και οι αποφάσεις που λαμβάνονται στο εξωτερικό στην εγχώρια ζωή και την καθημερινότητα των πολιτών στη χώρα όπου εργάζεται ο/η δημοσιογράφος.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:

- Αναγνωρίζουν τη σημασία των διεθνών ειδήσεων για το παγκόσμιο αλλά και το εγχώριο γίνεσθαι,
- Γνωρίζουν ποια είναι τα διεθνή πρακτορεία ειδήσεων,
- Κατονομάζουν τις κυριότερες εφημερίδες του διεθνούς Τύπου,

- Συνθέτουν μια ολοκληρωμένη άποψη για τα διεθνή μελετώντας ποικίλες πηγές από τον διεθνή Τύπο,
- Χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για τον εντοπισμό διεθνών ειδήσεων,
- Τροποποιούν τις διεθνείς ειδήσεις αναπροσαρμόζοντάς τις για την ελληνική πραγματικότητα,
- Εντοπίζουν δημοσιογραφικές πηγές στο εξωτερικό,
- Ελέγχουν την αξιοπιστία των πηγών που προέρχονται από το εξωτερικό,
- Συντάσσουν διεθνείς ειδήσεις ανάλογα με το μέσο για το οποίο εργάζονται,
- Παρουσιάζουν τη διεθνή επικαιρότητα με τρόπο άμεσο και σαφή για τον/την Έλληνα/-ίδα αναγνώστη/-τρια, τηλεθεατή/-τρια, ακροατή/-τρια,
- Αποδέχονται την ύπαρξη ενός παγκοσμιοποιημένου και διασυνδεδεμένου κόσμου,
- Αμφισβητούν πληροφορίες από το εξωτερικό όταν αυτές δεν συνοδεύονται από τις απαραίτητες πηγές και μαρτυρίες,
- Υιοθετούν σύγχρονες πρακτικές για τη συλλογή διεθνών ειδήσεων.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Διεθνή δημοσιογραφία / Διεθνείς ειδήσεις / Πρακτορεία ειδήσεων / Διεθνής τύπος / Πηγές διεθνών ειδήσεων / Πολεμική ανταπόκριση / Διεθνή μέσα ενημέρωσης / Διπλωματικό ρεπορτάζ.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (1), Σύνολο (3).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ
2	ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΙΔΗΣΕΩΝ
3	ΠΟΛΕΜΙΚΕΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
4	ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ
5	ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
6	ΚΑΛΥΨΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ
7	ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ
8	ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Κείμενο αναφοράς

2.3.Ε.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Εισαγωγή στη διεθνή δημοσιογραφία» αποσκοπεί στην ανάλυση της έννοιας, των χαρακτηριστικών και των θεωρητικών προσεγγίσεων της

διεθνούς δημοσιογραφίας. Σκοπός αυτής της υποεπενότητας είναι η κατάρτιση των καταρτιζομένων στη σημασία και στα χαρακτηριστικά της διεθνούς δημοσιογραφίας, καθώς και στην ένταξή της στον ημερήσιο σχεδιασμό της θεματολογίας. Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με τις σύγχρονες τάσεις στην κάλυψη των διεθνών ειδήσεων στο πλαίσιο της αλήθειας και της αντικειμενικότητας.

Με την έλευση της παγκοσμιοποίησης και την εξέλιξη της τεχνολογίας, οι ειδήσεις αναμεταδίδονται γρηγορότερα παγκοσμίως και καθορίζουν ένα σημαντικό πεδίο έρευνας της δημόσιας σφαίρας και του πολιτικού λόγου. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στην εν λόγω εκπαιδευτική υποεπενότητα, θα αναλύσουν τις τεχνολογικές καινοτομίες που οδήγησαν στις αλλαγές στον τομέα της διεθνούς δημοσιογραφίας.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με τις διεθνείς ειδήσεις και τη διεθνή θεματολογία και θα την αντιλαμβάνονται στο πλαίσιο αναμετάδοσής της. Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τα προσόντα που πρέπει να διαθέτει ο/η δημοσιογράφος των διεθνών ειδήσεων. Παράλληλα, θα κατανοήσουν την έννοια της «εσωτερίκευσης» των διεθνών ειδήσεων, του τρόπου δηλαδή της επιλογής και προβολής των διεθνών θεμάτων στην ημερήσια ατζέντα ενός μέσου ενημέρωσης. Με αυτόν τον τρόπο, ο/η δημοσιογράφος θα είναι σε θέση να γνωρίζει όλες τις πτυχές των διεθνών ειδήσεων και την αξία που έχει στον σχεδιασμό της ημερήσιας θεματολογίας.

2.3.Ε.2 | ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Στην εκπαιδευτική υποεπενότητα «Διεθνή πρακτορεία ειδήσεων», οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με την έννοια και τα χαρακτηριστικά των διεθνών και εγχώριων πρακτορείων ειδήσεων. Σκοπός της εν λόγω εκπαιδευτικής υποεπενότητας είναι η αντίληψη της χρησιμότητας και της λειτουργίας των διεθνών και εγχώριων πρακτορείων ειδήσεων. Αναλύεται, επίσης, η εξέλιξη των διεθνών και εγχώριων πρακτορείων ειδήσεων και ο ρόλος του ΑΠΕ-ΜΠΕ στην Ελλάδα.

Με την παγκοσμιοποίηση δημιουργήθηκε η ανάγκη για άμεση ενημέρωση σχετικά με διεθνή θέματα και παγκόσμιες προκλήσεις. Παράλληλα, η εξέλιξη της τεχνολογίας έχει συμβάλει στην αυξημένη ζήτηση για πληροφόρηση γύρω από παγκόσμια ζητήματα, καθώς βοηθά στη γρήγορη μετάδοση ειδήσεων από μακρινές χώρες, αλλά και πέρα από τα όρια της Γης (όπως, για παράδειγμα, οι ειδήσεις από τη NASA). Έτσι, η παγκοσμιοποίηση της επικοινωνίας αποτελεί πλέον σταθερό κομμάτι της ημερήσιας ατζέντας των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Η συγκεκριμένη υποεπενότητα αποσκοπεί στην κατανόηση των χαρακτηριστικών των διεθνών και εγχώριων πρακτορείων ειδήσεων, καθώς και του τρόπου με τον οποίο συνεργάζονται μεταξύ τους για τη συλλογή και τη διοχέτευση των ειδήσεων στα μέσα ενημέρωσης. Επιπρόσθετα, αναλύεται ο ρόλος του/της δημοσιογράφου στη διαδικασία επιλογής και αξιοποίησης των ειδήσεων που προέρχονται από τα πρακτορεία αυτά.

2.3.E.3 | ΠΟΛΕΜΙΚΕΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Η εκπαιδευτική υποενοότητα «Πολεμικές ανταποκρίσεις και ρεπορτάζ» αποσκοπεί στην ανάλυση των ανταποκρίσεων και των ρεπορτάζ εν μέσω πολεμικών συρράξεων. Επιπρόσθετα, σκοπός της συγκεκριμένης υποενοότητας είναι να αποκτήσουν οι καταρτιζόμενοι/-ες την αντίληψη του τρόπου μετάδοσης κατά τη διάρκεια πολέμου. Παράλληλα, στην εν λόγω εκπαιδευτική υποενοότητα, γίνεται λόγος για το διεθνές δίκαιο και την προστασία του αμάχου και του/της δημοσιογράφου.

Με το πέρασμα των πολεμικών συγκρούσεων ή διαπραγματεύσεων, η δημοσιογραφία κατέχει ολοένα και σημαντικότερο ρόλο στη μετάδοση των ειδήσεων από τα μέτωπα των πολεμικών συγκρούσεων. Πολλές φορές οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι υπόκεινται σε διάφορους κινδύνους οι οποίοι εγκυμονούν στα πολεμικά μέτωπα. Ο/Η δημοσιογράφος έχει ιδιαίτερα επίπονο και σημαντικό ρόλο στην έρευνα, στη διασταύρωση και στη μετάδοση των πληροφοριών, καθώς οι εντεινόμενες πολεμικές ενέργειες πολλές φορές καθιστούν δύσκολη τη δουλειά του/της.

Η συγκεκριμένη εκπαιδευτική υποενοότητα, αναλύει τις σύγχρονες τάσεις των πολεμικών ανταποκρίσεων, τον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί ο/η δημοσιογράφος καθώς και τα είδη δημοσιογράφων στο πεδίο των πολεμικών συγκρούσεων. Τέλος, δίνεται ιδιαίτερη βάση στους κανόνες της ηθικής δημοσιογραφίας και στο πλαίσιο στο οποίο ο/η δημοσιογράφος ερευνά, συλλέγει και μεταδίδει το ρεπορτάζ.

2.3.E.4 | ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ

Η εκπαιδευτική υποενοότητα «Ερευνητική Δημοσιογραφία και Διεθνείς Ειδήσεις» στοχεύει στην εξοικείωση των καταρτιζομένων/ων με τις αρχές και τις πρακτικές της δημοσιογραφικής έρευνας στο διεθνές ειδησεογραφικό περιβάλλον. Σε μια εποχή έντονης παγκοσμιοποίησης, ταχύτατης διάδοσης της πληροφορίας και αυξημένης κυκλοφορίας παραπλανητικού ή ανακριβούς περιεχομένου, η διεθνής δημοσιογραφία απαιτεί υψηλό επίπεδο τεκμηρίωσης, διασταύρωσης και αξιολόγησης πληροφοριών.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τον ρόλο της ερευνητικής δημοσιογραφίας στην αποκάλυψη, ερμηνεία και ανάδειξη διεθνών γεγονότων και εξελίξεων που επηρεάζουν την παγκόσμια κοινότητα, όπως διεθνείς συγκρούσεις, γεωπολιτικές εξελίξεις, ανθρωπιστικές κρίσεις, ζητήματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων, περιβαλλοντικές προκλήσεις και διεθνή οικονομικά ζητήματα. Παράλληλα, θα εξοικειωθούν με τις μεθόδους συλλογής, αξιολόγησης και διασταύρωσης πληροφοριών από διεθνείς πηγές, ειδησεογραφικά πρακτορεία, διεθνείς οργανισμούς, ανοιχτές πηγές πληροφόρησης και ψηφιακά μέσα. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στην ανάπτυξη δεξιοτήτων ανάλυσης και ερμηνείας διεθνών ειδήσεων, καθώς και στην εφαρμογή των αρχών της δημοσιογραφικής δεοντολογίας κατά την κάλυψη διεθνών γεγονότων. Επιπλέον, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τη σημασία της αξιοπιστίας, της αντικειμενικότητας και της πολυφωνίας στη διεθνή ειδησεογραφία, αναπτύσσοντας τις απαραίτητες επαγγελματικές δεξιότητες για την υπεύθυνη και τεκμηριωμένη παρουσίαση θεμάτων διεθνούς ενδιαφέροντος.

2.3.E.5 | ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Στην εκπαιδευτική υποενοότητα «Διπλωματικό ρεπορτάζ», αναλύονται οι έννοιες και τα χαρακτηριστικά του διπλωματικού ρεπορτάζ. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τη σχέση του με τις διεθνείς σχέσεις και τη διεθνή δημοσιογραφία, καθώς και τον τρόπο άσκησης του συγκεκριμένου είδους δημοσιογραφίας.

Ο ρόλος του/της δημοσιογράφου στην προσέγγιση των διεθνών γεγονότων είναι σημαντικός, καθώς συμβάλλει στην ισορροπία και στην αντικειμενική παρουσίαση εθνικών και διεθνών γεγονότων. Πολλές φορές ο τρόπος μετάδοσης και παρουσίασης ενός ζητήματος από τον/τη δημοσιογράφο, μπορεί να επηρεάσει τις σχέσεις μεταξύ των κρατών που εμπλέκονται στο ζήτημα αυτό.

Η εν λόγω εκπαιδευτική υποενοότητα συμβάλλει στην ανάλυση του τρόπου παρουσίασης κρίσιμων εθνικών και διεθνών ζητημάτων από τον/τη δημοσιογράφο. Παράλληλα, η συγκεκριμένη εκπαιδευτική υποενοότητα στοχεύει στην αντίληψη των πηγών ενημέρωσης από τον/τη δημοσιογράφο, καθώς και στην όξυνση της κριτικής του/της σκέψης ώστε να αξιολογήσει τις πηγές και να διασφαλίσει τη σωστή και αντικειμενική κάλυψη της είδησης. Επιπρόσθετα, η εν λόγω εκπαιδευτική υποενοότητα αποσκοπεί στο να αντιληφθούν οι καταρτιζόμενοι/-ες την αξιοποίηση των τεχνολογικών δυνατοτήτων που μπορεί να διαχειριστεί ο/η διπλωματικός/-ή συντάκτης/-τρια.

2.3.E.6 | ΚΑΛΥΨΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Η εκπαιδευτική υποενοότητα «Κάλυψη διεθνών ειδήσεων» στοχεύει στο να κατανοήσουν οι καταρτιζόμενοι/-ες τους τρόπους κάλυψης των διεθνών ειδήσεων που απασχολούν την κοινή γνώμη.

Στην εν λόγω υποενοότητα, θα εξεταστεί ο τρόπος μελέτης, προσέγγισης και μετάδοσης διεθνών γεγονότων, όπως οι παγκόσμιες κρίσεις, οι φυσικές καταστροφές και τα ζητήματα ανθρωπιστικής βοήθειας. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναλύσουν σε ποιο βαθμό οι διεθνείς ειδήσεις επηρεάζουν την εγχώρια κοινή γνώμη, καθώς και τα κριτήρια με βάση τα οποία επιλέγεται ο τρόπος κάλυψης και μετάδοσής τους. Παράλληλα, θα αντιληφθούν τον ηθικό αντίκτυπο και τα όρια ανάδειξης του ανθρώπινου πόνου κατά τη δημοσιογραφική κάλυψη, καθώς και την ηθική ευθύνη που φέρει ο/η δημοσιογράφος. Επιπλέον, θα αποκτήσουν τις απαραίτητες δεξιότητες για την ορθή διαχείριση των διεθνών γεγονότων. Συγκεκριμένα, θα μάθουν πώς να ενσωματώνουν τις διεθνείς ειδήσεις στην εγχώρια επικαιρότητα, εντοπίζοντας εκείνα τα στοιχεία που τις καθιστούν πιο οικείες και κατανοητές στο ελληνικό κοινό. Η κάλυψη των διεθνών ειδήσεων είναι ιδιαίτερα απαιτητική, καθώς ο/η δημοσιογράφος καλείται να λειτουργήσει ως αντικειμενικός παρατηρητής, αλλά και να αξιολογήσει την πιθανή επίδραση ενός διεθνούς συμβάντος στην ελληνική επικράτεια.

Συνοπτικά, η υποενοότητα εστιάζει στην εκμάθηση των μεθόδων και στη σημασία της αποτελεσματικής ένταξης της διεθνούς ειδησεογραφίας στην ελληνική πραγματικότητα.

2.3.E.7 | ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Ηθική και δεοντολογία στη διεθνή δημοσιογραφία» έχει σκοπό την ανάλυση των αρχών που διέπουν την κάλυψη και τον τρόπο μετάδοσης των διεθνών ειδήσεων.

Η ηθική αποτελεί θεμελιώδη αξία του σύγχρονου δημοκρατικού κόσμου και στο πλαίσιο άσκησης της δημοσιογραφίας αποκτά ιδιαίτερη σημασία. Στην εν λόγω εκπαιδευτική υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν τη σημασία της ηθικής και της δεοντολογίας στο πλαίσιο της κάλυψης των διεθνών ειδήσεων, στη διαδικασία της ερευνητικής δημοσιογραφίας, στην κάλυψη και μετάδοση του πολεμικού και διπλωματικού ρεπορτάζ, καθώς και στη διεργασία της δημοσιογραφίας δεδομένων. Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τη σημασία της δημοσιογραφίας ως «φύλακα» του δημοκρατικού πολιτεύματος, καθώς και τους βασικούς πυλώνες της ηθικής δημοσιογραφίας. Η εκπαίδευση των δημοσιογράφων γύρω από τη δεοντολογία αποκτά ακόμη μεγαλύτερη βαρύτητα όταν αφορά τις διεθνείς σχέσεις και τις διεθνείς ειδήσεις. Στο πλαίσιο αυτό, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εμβαθύνουν στις αρχές δεοντολογίας της διεθνούς δημοσιογραφίας και θα αντιληφθούν τον ρόλο του/της δημοσιογράφου στην έγκυρη, αποτελεσματική και ορθή ένταξη των διεθνών γεγονότων στην ελληνική επικαιρότητα.

Τέλος, στην εν λόγω εκπαιδευτική υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εστιάσουν την προσοχή τους στην πλήρη κατανόηση της διεθνούς δημοσιογραφίας και του ρόλου που διαδραματίζει ο/η δημοσιογράφος σε όλη τη διαδικασία της κάλυψης, της μετάδοσης και της σύνταξης των ρεπορτάζ με βάση τις παγκόσμιες αρχές δεοντολογίας.

2.3.E.8 | ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Στην εκπαιδευτική υποενότητα «Συγγραφή διεθνούς ρεπορτάζ», οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τη διαδικασία δημιουργίας και συγγραφής ενός διεθνούς ρεπορτάζ και θα κατανοήσουν τις τεχνικές παραγωγής πρωτογενούς περιεχομένου για διεθνή θέματα.

Στο πλαίσιο αυτό, θα αντιληφθούν τη σημασία της αξιοποίησης των πληροφοριών που προέρχονται από τα διεθνή πρακτορεία ειδήσεων, καθώς και από το ΑΠΕ-ΜΠΕ. Παράλληλα, θα κατανοήσουν τον τρόπο προσέγγισης και συγγραφής των διεθνών ειδήσεων, καθώς και τη μεταφορά τους στα εγχώρια μέσα μαζικής ενημέρωσης. Επιπλέον, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναπτύξουν τις απαραίτητες δεξιότητες για τη συγγραφή θεμάτων επικαιρότητας σε όλα τα είδη του διεθνούς ρεπορτάζ. Με αυτόν τον τρόπο, θα είναι σε θέση να αξιολογούν και να περνούν από επεξεργασία τις πηγές ενημέρωσης προκειμένου να συνθέσουν το τελικό κείμενο. Παράλληλα, θα κατανοήσουν την έννοια και τη συμβολή της ερευνητικής δημοσιογραφίας και της δημοσιογραφίας δεδομένων στη συγγραφή των διεθνών ρεπορτάζ. Τέλος, θα αντιληφθούν τις αρχές

της ηθικής και της δεοντολογίας που οφείλει να τηρεί ο επαγγελματίας δημοσιογράφος κατά τη συγγραφή θεμάτων που αφορούν τη διεθνή επικαιρότητα.

Συνοπτικά, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα διδαχθούν τη μεθοδολογία συγγραφής, την ανεύρεση και τον έλεγχο αξιοπιστίας των πηγών, καθώς και την αποτελεσματική παρουσίαση των διεθνών ειδήσεων σε κάθε δημοσιογραφικό είδος.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Clausen, L. (2003). *Global News Production*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
2. Loffeholz, M. & Weaver, D. (2007). *Global Journalism Research: Theories, Methods, Findings, Future*. London: Blackwell.
3. Berglez, P. (2008). "What is Global Journalism? Theoretical and Empirical Conceptualizations", in: *Journalism Studies*, 9: pp. 845-858.
4. de Burgh, H. & Lashmar, P. (eds.). (2008). *Investigative Journalism* (2nd edition). London: Routledge.

Συμπληρωματικές

1. Herbert, J. (2000). *Practicing Global Journalism. Exploring Reporting Issues Worldwide*. Oxford: Elsevier Science and Technology.
2. Παπαθανασόπουλος, Σ. (1999). «Τα Μέσα Ενημέρωσης σε καταστάσεις κρίσης», στο: Παπαθανασόπουλος, Σ. & Κορνηνού, Μ. (επιμ.). *Ζητήματα δημοσιογραφικής δεοντολογίας* (σσ. 63-77). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
3. Πλειός, Γ. & Φραγκονικολόπουλος, Χ. (2011). *Τα «εθνικά θέματα» στη δίνη των ΜΜΕ. Το Μακεδονικό, οι ελληνοτουρκικές σχέσεις και το Κυπριακό στην τηλεόραση και τον Τύπο*. Αθήνα: Εκδόσεις Ι. Σιδέρη.

2.3.ΣΤ • ΕΙΔΗ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Είδη ρεπορτάζ» είναι να αναλύσει τα διάφορα είδη του ρεπορτάζ (πολιτικό, πολιτιστικό, αστυνομικό, κοινωνικό, δικαστικό, ελεύθερο κ.λπ.) και να εμβαθύνει στο δημοσιογραφικό τρόπο κάλυψής τους. Σημαντικός άξονας του συγκεκριμένου μαθήματος είναι, επίσης, η αναφορά, ο προσδιορισμός και η ταξινόμηση των πηγών όλων των ειδών ρεπορτάζ με στόχο τη βαθύτερη κατανόησή τους από τους/τις καταρτιζόμενους/-ες. Στη συγκεκριμένη μαθησιακή ενότητα έμφαση θα δοθεί και στον τρόπο περιγραφής και καταγραφής των γεγονότων, καθώς και στην προσαρμογή του εκάστοτε ρεπορτάζ στο μέσο στο οποίο εργάζεται ο/η δη-

μοσιογράφος. Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα πραγματοποιήσουν πρωτότυπα ρεπορτάζ με αξιοποίηση πρωτογενών και δευτερογενών πηγών που θα συλλέγουν οι ίδιοι.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν όλα τα είδη ρεπορτάζ (π.χ. πολιτικό, οικονομικό, πολιτιστικό, αστυνομικό, δικαστικό κ.λπ.),
- Κατονομάζουν τις πηγές του κάθε είδους ρεπορτάζ,
- Διακρίνουν τις διάφορες κατηγορίες ρεπορτάζ (π.χ. καθημερινό, αγοράς κ.λπ.),
- Παράγουν πρωτότυπα ρεπορτάζ όλων των ειδών και των κατηγοριών,
- Συντάσσουν ρεπορτάζ για όλα τα μέσα ενημέρωσης (Τύπο, ραδιόφωνο, τηλεόραση),
- Χρησιμοποιούν πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές στα ρεπορτάζ τους,
- Επαληθεύουν την είδηση χρησιμοποιώντας τεχνικές επαλήθευσης ειδήσεων,
- Επιδεικνύουν επαγγελματισμό κατά την επαφή τους με τις πηγές,
- Ασκούν κριτική για τις πηγές που έχουν χρησιμοποιηθεί στα δημοσιευμένα ρεπορτάζ όλων των ειδών,
- Χρησιμοποιούν τον δημοσιογραφικό λόγο ανάλογα με το είδος του ρεπορτάζ το οποίο υπηρετούν κάθε φορά,
- Υιοθετούν τους κανόνες δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας κατά την προετοιμασία των ρεπορτάζ τους,
- Ενθαρρύνουν τις πηγές τους να τους μιλήσουν χωρίς να γίνονται πιεστικοί/-ές,
- Εκτιμούν προσεκτικά τις πληροφορίες που έχουν συγκεντρώσει πριν προβούν στη δημοσίευση του ρεπορτάζ τους.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (1), Σύνολο (3).

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Ρεπορτάζ / Πηγές / Είδηση / Πολιτικό / Οικονομικό / Πολιτιστικό / Κοινωνικό / Ελεύθερο / Αστυνομικό / Δικαστικό / Αθλητικό.

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΕΙΔΗ ΚΑΙ ΤΙΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
2	ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
3	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
4	ΑΣΤΥΝΟΜΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
5	ΔΙΚΑΣΤΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
6	ΕΛΕΥΘΕΡΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
7	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
8	ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Κείμενο αναφοράς

2.3.ΣΤ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΕΙΔΗ ΡΕΠΟΡΤΑΖ ΚΑΙ ΤΙΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Η υποενότητα με τίτλο «Εισαγωγή στα είδη και τις κατηγορίες του ρεπορτάζ» στόχο έχει να εισαγάγει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες στα είδη (πολιτικό, οικονομικό, πολιτιστικό, αθλητικό, δικαστικό, αστυνομικό κ.λπ.) και τις κατηγορίες (καθημερινό, αποκαλυπτικό, εποχικό κ.λπ.) του ρεπορτάζ. Η εν λόγω υποενότητα επιχειρεί να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με όλα τα είδη και τις κατηγορίες του ρεπορτάζ ώστε να είναι σε θέση να εντυπώσουν στις υποενότητες που ακολουθούν σε καθένα από αυτά. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στην πρώτη αυτή εισαγωγική υποενότητα, θα μάθουν ποιες είναι οι διαφορές του αποκαλυπτικού ρεπορτάζ από την καταγγελία, τότε ένας/μία δημοσιογράφος θα πρέπει να δίνει βάση σε πληροφορίες που δέχεται επώνυμα ή ανώνυμα, τι εννοούμε με τον όρο «καθημερινό ρεπορτάζ» ή «επιτόπιο ρεπορτάζ», ποια θέματα περιλαμβάνει το εποχικό ρεπορτάζ, ποιος είναι ο στόχος ενός ρεπορτάζ αγοράς, καθώς και το πώς εκπονείται ένα συγκριτικό ρεπορτάζ.

Η εισαγωγή στα είδη και τις κατηγορίες του ρεπορτάζ μπορεί να γίνει και μέσα από παραδείγματα από τον Τύπο και την τρέχουσα επικαιρότητα, ενώ στην εργαστηριακή ώρα οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναζητήσουν δικά τους θέματα για ρεπορτάζ. Μέσω αυτής της υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες αναφορικά με την αναζήτηση θεμάτων με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον, τον τρόπο γραφής και τη δομή του ρεπορτάζ, καθώς και σε σχέση με την αναγνώριση των διαφορών ειδών και των κατηγοριών ρεπορτάζ στα μέσα.

2.3.ΣΤ.2 | ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Το πολιτικό ρεπορτάζ, αποτελώντας ενδεχομένως και τη ναυαρχίδα του ρεπορτάζ, καθώς μέσω αυτού διατυπώνεται η πολιτική και ιδεολογική γραμμή του εκάστοτε μέσου, καλύπτει τις πολιτικές εξελίξεις, τα πολιτικά γεγονότα και τις δραστηριότητες

που συμβαίνουν στην πολιτική σφαίρα. Το πολιτικό ρεπορτάζ συνήθως εκπονείται από έμπειρους δημοσιογράφους, οι οποίοι έχουν ουσιαστική γνώση του πολιτικού γίνεσθαι της χώρας. Το πολιτικό ρεπορτάζ, ακριβώς λόγω της σημασίας και της απαιτητικότητάς του μπορεί να διακριθεί και σε επιμέρους κατηγορίες, όπως κοινοβουλευτικό ρεπορτάζ, ρεπορτάζ υπουργείων, ρεπορτάζ αξιωματικής αντιπολίτευσης, ρεπορτάζ κομμάτων, ρεπορτάζ τοπικής αυτοδιοίκησης και παραπολιτικών, με τους δημοσιογράφους του πολιτικού ρεπορτάζ να αποκτούν σταδιακά εξειδίκευση σε αυτά. Επίσης, ο/η δημοσιογράφος που ασχολείται με το πολιτικό ρεπορτάζ πρέπει να έχει μία ευρεία λίστα αξιόπιστων πηγών στις οποίες απευθύνεται.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω της εν λόγω υποεπνότητας, αποκτούν γνώσεις και δεξιότητες αναφορικά με την ανάδειξη θεμάτων πολιτικού ρεπορτάζ, την έρευνα και τη συγκέντρωση πληροφοριών, καθώς και την εύρεση των σχετικών διαθέσιμων πηγών. Παράλληλα, εξασκούνται στη σύνταξη πολιτικών ρεπορτάζ με σκοπό τη διαφώτιση και την ενημέρωση του κοινού με αντικειμενικό και αμερόληπτο τρόπο. Με αυτόν τον τρόπο, βοηθούν τους πολίτες να κατανοήσουν τις πολιτικές διαδικασίες, τις αποφάσεις που λαμβάνονται από τους πολιτικούς αντιπροσώπους και τις επιπτώσεις που έχουν οι αποφάσεις αυτές στην κοινωνία. Τέλος, οι καταρτιζόμενοι/-ες συνειδητοποιούν ακόμα καλύτερα τον ρόλο του/της δημοσιογράφου ως προς τον έλεγχο των αυθαιρεσιών της εξουσίας και των παρατυπιών στην πολιτική σφαίρα.

2.3.ΣΤ.3 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Το οικονομικό ρεπορτάζ ασχολείται με την ανάλυση, την ενημέρωση και την παρουσίαση των οικονομικών ειδήσεων και εξελίξεων. Το οικονομικό ρεπορτάζ μπορεί να αφορά την οικονομία ενός τόπου, τις χρηματοοικονομικές αγορές, την αγορά ακινήτων, την απασχόληση και την ανεργία, την ανάπτυξη της οικονομίας, τις επενδύσεις, τη φορολογία, την ενεργειακή πολιτική κ.ά. Οι οικονομικές ειδήσεις αφορούν την ενημέρωση πάνω σε σημαντικά γεγονότα και, μέσω της εν λόγω υποεπνότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν και με έννοιες όπως πληθωρισμός, οικονομική κρίση, ΑΕΠ κ.ά. Το οικονομικό ρεπορτάζ, επομένως, απαιτεί γνώση της οικονομικής θεωρίας, των οικονομικών μοντέλων και των πρακτικών που εφαρμόζονται ανά περίπτωση. Για τον λόγο αυτόν, οι δημοσιογράφοι που ασχολούνται με το οικονομικό ρεπορτάζ πρέπει να διαθέτουν ειδικές γνώσεις και εμπειρία και να είναι πολύ καλά εξοικειωμένοι με τη σχετική ορολογία.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω της εν λόγω υποεπνότητας, θα γνωρίσουν τα οικονομικά θέματα, θα εξοικειωθούν με την ορολογία του οικονομικού ρεπορτάζ, θα μάθουν ποιες είναι οι πηγές του, αλλά και ποιος ο τρόπος προσέγγισής τους και θα αποκτήσουν δεξιότητες αναφορικά με τη συγγραφή οικονομικών ειδήσεων. Στο πλαίσιο της εν λόγω υποεπνότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εκπονήσουν τα δικά τους οικονομικά ρεπορτάζ, όπως ρεπορτάζ αγοράς, συγκριτικά ρεπορτάζ, χρησιμοποιώντας πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές (π.χ. οικονομικά στατιστικά στοιχεία).

2.3.ΣΤ.4 | ΑΣΤΥΝΟΜΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Το αστυνομικό ρεπορτάζ επικεντρώνεται στην κάλυψη εγκληματικών γεγονότων, όπως ληστείες κ.λπ., αστυνομικές επιχειρήσεις και γενικά θεμάτων που σχετίζονται με την ασφάλεια, τον ρόλο και το έργο της αστυνομίας, καθώς και με ζητήματα επιβολής του νόμου. Το αστυνομικό ρεπορτάζ αποσκοπεί στην παροχή ενημέρωσης στο κοινό σχετικά με εγκληματικές ενέργειες που συμβαίνουν σε μια περιοχή ή κοινότητα και συνήθως περιλαμβάνει την αναφορά εγκληματικών περιστατικών, όπως ληστείες, δολοφονίες, απειλές, κλοπές, επιθέσεις κ.λπ., εκθέσεις από αστυνομικές επιχειρήσεις, όπως την κάλυψη επιχειρήσεων της αστυνομίας σχετικά με αναζητήσεις υπόπτων, συλλήψεις, εξετάσεις μαρτύρων από την αστυνομία και άλλες αστυνομικές δραστηριότητες. Το αστυνομικό ρεπορτάζ περιλαμβάνει επίσης την ανάλυση εγκληματικών τάσεων, δηλαδή την παρουσίαση και την ανάλυση στατιστικών δεδομένων σχετικά με την εγκληματικότητα, την παραβατικότητα, συμπεριλαμβανομένων και όλων των παραγόντων που επηρεάζουν τα φαινόμενα αυτά. Οι αστυνομικοί συντάκτες/-τριες αξιοποιούν ως πηγές στα ρεπορτάζ τους αυτόπτες μάρτυρες, αξιωματούχους των αστυνομικών Αρχών και άλλους/-ες εμπλεκόμενους/-ες σε περιστατικά που απασχολούν την αστυνομία.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω της συγκεκριμένης υποεπότητας, θα αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες σχετικά με τη συνέντευξη αυτοπτών μαρτύρων σε περιστατικά και αξιωματούχων της αστυνομίας, την αξιοποίηση δευτερογενών στοιχείων, όπως ανακοινώσεων και δελτίων τύπου της αστυνομίας, προβαίνοντας ταυτόχρονα και στη σύνταξη αστυνομικών ειδήσεων και την εκπόνηση ευρύτερων αστυνομικών ρεπορτάζ. Το αστυνομικό ρεπορτάζ είναι σημαντικό για την πληροφόρηση του κοινού σχετικά με τη δημόσια ασφάλεια και ως εκ τούτου κατέχει κυρίαρχη θέση στη δημοσιογραφική ατζέντα.

2.3.ΣΤ.5 | ΔΙΚΑΣΤΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Το δικαστικό ρεπορτάζ στοχεύει στην έρευνα και τη δημοσιοποίηση νομικών υποθέσεων, δικαστικών αποφάσεων και γενικά γεγονότων που σχετίζονται με το δικαστικό σύστημα. Το δικαστικό ρεπορτάζ μπορεί να καλύπτει διάφορες πτυχές της νομικής διαδικασίας, όπως αστικές, ποινικές, οικογενειακές, εμπορικές, εργατικές κ.ά. υποθέσεις. Ο/Η δημοσιογράφος που ασχολείται με το δικαστικό ρεπορτάζ, αρχικά, πρέπει να είναι εξοικειωμένος/-η με τις νομικές διαδικασίες που ακολουθούνται σε αυτές τις περιπτώσεις ώστε να είναι σε θέση να μεταφέρει στο κοινό του έγκυρες και κατανοητές πληροφορίες. Επομένως, οι καταρτιζόμενοι/-ες μέσω της παρούσας υποεπότητας, αρχικά, θα εξοικειωθούν με την ορολογία και τις διαδικασίες του δικαστικού ρεπορτάζ, θα μάθουν να ξεχωρίζουν ποιες δικαστικές υποθέσεις έχουν δημοσιογραφικό ενδιαφέρον, ενώ θα γνωρίσουν και τις πηγές του εν λόγω ρεπορτάζ.

Πιο συγκεκριμένα, θα μάθουν να αξιοποιούν στα ρεπορτάζ τους πηγές όπως δικαστικά έγγραφα (π.χ. αποφάσεις δικαστηρίων), συνεντεύξεις από νομικούς, δι-

καστές, εισαγγελείς, δικηγόρους, κατηγορούμενους/-ες, μάρτυρες και άλλους/-ες εμπλεκόμενους/-ες, προκειμένου να λάβουν πληροφορίες και απόψεις για τις νομικές υποθέσεις με τις οποίες ασχολούνται, συνεντεύξεις με εμπειρογνώμονες (π.χ. ιατροδικαστές) για την ανάλυση μιας νομικής υπόθεσης και δημόσιες πηγές, όπως πληροφορίες που μπορούν να εντοπιστούν σε επίσημες ιστοσελίδες του κράτους ή σε βάσεις δεδομένων και αρχεία. Επιπλέον, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν και με τη διαδικασία παρακολούθησης δικαστικών διαδικασιών, όταν αυτές είναι ανοιχτές για το κοινό, όπου μπορούν να παρευρίσκονται στο ακροατήριο και να καταγράφουν πληροφορίες.

Συνολικά, η παρούσα υποενότητα στοχεύει στην ανάπτυξη των απαραίτητων γνώσεων, δεξιοτήτων και επαγγελματικών στάσεων που απαιτούνται για την υπεύθυνη, έγκυρη και τεκμηριωμένη κάλυψη θεμάτων δικαστικού ενδιαφέροντος, με σεβασμό στις αρχές της δημοσιογραφικής δεοντολογίας, στα δικαιώματα των εμπλεκόμενων και στις ιδιαιτερότητες της δικαστικής διαδικασίας.

2.3.ΣΤ.6 | ΕΛΕΥΘΕΡΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Το ελεύθερο ρεπορτάζ επιτρέπει στους/στις δημοσιογράφους να ερευνούν, να αναλύουν και να παρουσιάζουν θέματα στο κοινό χωρίς τους χρονικούς περιορισμούς της επικαιρότητας. Επί της ουσίας, το ελεύθερο ρεπορτάζ δίνει στους/στις δημοσιογράφους την ευκαιρία να εξερευνήσουν ένα θέμα πιο αναλυτικά, πιο βαθιά, να αναζητήσουν και άλλες πτυχές. Ο/Η δημοσιογράφος που ασχολείται με το ελεύθερο ρεπορτάζ καλείται να παρουσιάσει την ιστορία πίσω από τα γεγονότα, με περισσότερες λεπτομέρειες και προοπτικές.

Συγκεκριμένα, το ελεύθερο ρεπορτάζ μπορεί να περιλαμβάνει έρευνες και αναφορές σε βαθύτερες πτυχές ενός θέματος, ανθρώπινες ιστορίες, την ανάδειξη κοινωνικών ανισοτήτων, την ενασχόληση με ζητήματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων και κοινωνικών προκλήσεων, την παρουσίαση περιβαλλοντικών θεμάτων, τα οποία μπορεί να εστιάζονται στη μελέτη των περιβαλλοντικών προκλήσεων, την κλιματική αλλαγή, της προστασία της φύσης και του περιβάλλοντος γενικότερα, αλλά και στις συνέπειες της ανθρώπινης δραστηριότητας. Το ελεύθερο ρεπορτάζ βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην έρευνα και την ανάλυση στοιχείων και δεδομένων, τις συνεντεύξεις με ειδικούς/-ές, μάρτυρες, εμπλεκόμενους/-ες σε διάφορα θέματα κ.λπ., αλλά και στη συνεχή παρατήρηση του/της δημοσιογράφου.

2.3.ΣΤ.7 | ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Το κοινωνικό ρεπορτάζ, αποτελώντας αναπόσπαστο κομμάτι της δημοσιογραφικής ατζέντας, ασχολείται με την αναφορά και την ανάλυση θεμάτων και γεγονότων που αφορούν την κοινωνία και την κοινωνική ζωή. Συγκεκριμένα, τα θέματα του κοινωνικού ρεπορτάζ συνήθως αφορούν τις κοινωνικές τάσεις, τις πολιτικές αλλαγές και γενικά τομείς όπως η εκπαίδευση, η υγεία, η απασχόληση, η εγκληματικότητα, το πε-

ριβάλλον κ.ά. Οι δημοσιογράφοι που ασχολούνται με το κοινωνικό ρεπορτάζ αναλύουν και παρουσιάζουν επίσης θέματα σχετικά με την κοινωνία, τον πολιτισμό και την ανθρώπινη επίδραση σε διάφορους τομείς.

Στόχος του κοινωνικού ρεπορτάζ είναι να προσφέρει πληροφορίες στο κοινό για καλύτερη κατανόηση θεμάτων που επηρεάζουν την κοινωνική, πολιτική και πολιτιστική ζωή. Για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος, οι δημοσιογράφοι πραγματοποιούν έρευνες, εκπονούν συνεντεύξεις, έρχονται σε επαφή με πηγές και παρατηρούν και αναλύουν τα γεγονότα που εκτυλίσσονται γύρω τους. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσα από τη συγκεκριμένη υποεπένδυση, θα αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες αναφορικά με την οργάνωση και την εκτέλεση του κοινωνικού ρεπορτάζ, ενώ θα κληθούν να ανακαλύψουν και μόνοι/-ες τους ενδιαφέροντα θέματα, με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον, που μπορούν να εξελιχθούν σε κοινωνικά ρεπορτάζ. Ο/Η δημοσιογράφος που ασχολείται με αυτού του είδους το ρεπορτάζ στοχεύει πάνω απ' όλα στην παροχή εμπειρισταμένης και αντικειμενικής κάλυψης θεμάτων που αφορούν τα κοινά και ενδιαφέρουν την κοινή γνώμη, κατατάσσοντας, κατ' αυτόν τον τρόπο,, το κοινωνικό ρεπορτάζ σε ένα από τα πιο σημαντικά ρεπορτάζ στη δημοσιογραφική ατζέντα.

2.3.ΣΤ.8 | ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Η παρούσα υποεπένδυση αποσκοπεί στο να εισαγάγει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες στο αθλητικό ρεπορτάζ και τις ιδιαιτερότητες αυτού. Οι καταρτιζόμενοι/-ες μέσα από αυτή την υποεπένδυση θα γνωρίσουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις απαιτήσεις αυτού του είδους ρεπορτάζ και θα εξοικειωθούν με την ορολογία του. Κατά τις εργαστηριακές ώρες της ενότητας θα έχουν την ευκαιρία να συγγράψουν και τις δικές τους αθλητικές ειδήσεις και να συντάξουν τα δικά τους ολοκληρωμένα αθλητικά ρεπορτάζ. Η κάλυψη της αθλητικής επικαιρότητας αποτελεί βασική προτεραιότητα όλων των μέσων και, για τον λόγο αυτόν, τα αθλητικά ρεπορτάζ κατέχουν κυρίαρχη θέση στην ημερήσια δημοσιογραφική ατζέντα. Ο/Η αθλητικός/-ή ρεπόρτερ μεταφέρει τον παλμό και την ατμόσφαιρα των αθλητικών γεγονότων και μεταδίδει όλα όσα διαδραματίζονται μέσα και έξω από τους αγωνιστικούς χώρους. Κατά την εκπόνηση του αθλητικού ρεπορτάζ εξασφαλίζει τις δηλώσεις των εμπλεκόμενων και τις μεταφέρει στο κοινό του.

Μέσω της συγκεκριμένης υποεπένδυσης, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα γνωρίσουν σειρά αθλημάτων, τους κανόνες, τους/τις πρωταγωνιστές/-τριές τους και θα εξοικειωθούν με τη μετάδοση των σημαντικότερων γεγονότων του κάθε αθλήματος. Θα μάθουν, επίσης, το πώς πραγματοποιείται ένα αθλητικό ρεπορτάζ το οποίο έπεται μιας συνέντευξης τύπου. Συνολικά, η εν λόγω υποεπένδυση προσφέρει όλες τις βάσεις για την απόκτηση των απαραίτητων γνώσεων και δεξιοτήτων που απαιτούνται ώστε ένας/μία δημοσιογράφος/ρεπόρτερ να καλύπτει την αθλητική επικαιρότητα σε όποιο μέσο κι αν εργάζεται.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Έξαρχος, Σ. Γ. (2008). *Η επιστήμη της δημοσιογραφίας και η τέχνη του ρεπορτάζ. Δημοσιογραφικά «συν-κείμενα»*. Αθήνα: Εκδόσεις Ερωδιός.
2. De Botton, A. (2016). *Οι ειδήσεις. Οδηγίες χρήσεως* (μτφρ. Α. Καλοκύρης). Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

Συμπληρωματικές

1. Παντελάκης, Γ. (2018). *Η χαμένη τιμή της δημοσιογραφίας. 20+1 ιστορίες κιτρινισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις Θεμέλιο.
2. Ramonet, I. (2011). *Η έκρηξη της δημοσιογραφίας. Από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στη μαζικότητα των μέσων ενημέρωσης* (μτφρ. Θ. Τσαπακίδης). Αθήνα: Εκδόσεις του Εικοστού Πρώτου.

2.3.Z • ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα «Πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα» έχει στόχο να βοηθήσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες να βελτιώσουν τις δημοσιογραφικές τους δεξιότητες στα υπόλοιπα μαθήματα του τρέχοντος εξαμήνου, όπως τα είδη ρεπορτάζ, το φωτορεπορτάζ, τις διεθνείς ειδήσεις κ.λπ. Επιπλέον, στο συγκεκριμένο μάθημα υπάρχει η δυνατότητα να αναλυθούν κριτικά ήδη δημοσιευμένα ρεπορτάζ, με στόχο την καλύτερη κατανόηση των τεχνικών συγγραφής ενός ρεπορτάζ, της χρήσης των πηγών, αλλά και να γίνει συζήτηση γύρω από την προσέγγιση ενός θέματος ανάλογα με το μέσο στο οποίο αυτό δημοσιεύεται. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας, θα έχουν τη δυνατότητα να εξασκηθούν περαιτέρω στη δημοσιογραφική προσέγγιση και στις τεχνικές συγγραφής των θεμάτων της επικαιρότητας, αλλά και να αντιληφθούν σε βάθος τις διαφορές της κάλυψης της ειδησεογραφίας από τα ερμηνευτικά/σχολιαστικά δημοσιογραφικά είδη κειμένου.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Εξηγούν τις βασικές αρχές των δημοσίων σχέσεων,
- Επιλέγουν φωτογραφίες με ειδησεογραφικό ενδιαφέρον για τα φωτορεπορτάζ τους,
- Απαριθμούν τα πρακτορεία ειδήσεων και τα σημαντικότερα ειδησεογραφικά portals και δίκτυα ανά τον κόσμο,
- Παράγουν πρωτότυπα φωτορεπορτάζ,

- Κατηγοριοποιούν τα διάφορα είδη ρεπορτάζ,
- Αναγνωρίζουν τις ιδιαιτερότητες της ερμηνευτικής δημοσιογραφίας,
- Αναπαριστούν ιστορίες με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον μέσα από τον φωτογραφικό φακό,
- Χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για να αναζητήσουν διεθνείς ειδήσεις,
- Προσαρμόζουν στην ελληνική πραγματικότητα διεθνείς ειδήσεις προερχόμενες από μέσα του εξωτερικού,
- Οργανώνουν τις πηγές του διεθνούς και του εγχώριου ρεπορτάζ,
- Ελέγχουν την αξιοπιστία των προς δημοσίευση φωτογραφιών,
- Συντάσσουν πρωτότυπα ρεπορτάζ από όλα τα είδη και τις κατηγορίες,
- Παράγουν κείμενα ερμηνευτικής δημοσιογραφίας,
- Διαχειρίζονται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με επαγγελματικό τρόπο,
- Χρησιμοποιούν τα εργαλεία των δημοσίων σχέσεων για να επικοινωνούν αποτελεσματικά με όλες τις ομάδες κοινού,
- Υιοθετούν νέες πρακτικές κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος,
- Υπερασπίζονται τη δημοσιογραφική τους ιδιότητα κατά την παραγωγή δημοσιογραφικών κειμένων, ερμηνευτικών και ρεπορτάζ.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Δημόσιες σχέσεις / Παραγωγή φωτορεπορτάζ / Πρακτορεία ειδήσεων / Ερμηνευτική δημοσιογραφία / Αναπαράσταση ιστοριών / Διεθνείς ειδήσεις / Οργάνωση πηγών / Σύνταξη ρεπορτάζ / Διαχείριση κοινωνικών δικτύων.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (3), Σύνολο (3).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
2	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΦΩΤΟΡΕΠΟΡΤΑΖ
3	ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
4	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΣΤΗ ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΡΕΠΟΡΤΑΖ
5	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ
6	ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΣΤΗ ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ
7	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΠΛΑΝΟΥ ΚΡΙΣΕΩΝ

2.3.Z.1 | ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Η εκπαιδευτική υποενοότητα «Πρακτική στην εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων» αποσκοπεί στην πρακτική εξοικείωση των καταρτιζομένων με την έννοια των δημοσίων σχέσεων μιας σύγχρονης επιχείρησης ή οργανισμού. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά πώς λειτουργεί μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός, καθώς και θα συντελεστούν επισκέψεις από επαγγελματίες του χώρου. Θα δημιουργήσουν το στρατηγικό πλάνο μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού και ενός πλάνου κρίσης. Χρησιμοποιώντας την τεχνική του brainstorming, δηλαδή του καταγισμού ιδεών, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μπορέσουν να έχουν ενεργό συμμετοχή στο πλαίσιο του μαθήματος.

Επιπρόσθετα, θα μελετήσουν αντικείμενα έρευνας ώστε να εκπαιδευτούν αποτελεσματικά στη δημιουργία πλάνου επικοινωνίας για μια επιχείρηση ή για έναν οργανισμό. Παράλληλα, μέσα από τη δημιουργία και τη χρήση των εργαλείων των δημοσίων σχέσεων όπως δελτίο τύπου, εκδηλώσεις και συνεντεύξεις Τύπου, θα εξοικειωθούν πρακτικά με το αντικείμενο των δημοσίων σχέσεων. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσα από την πρακτική εξάσκηση στα στοιχεία των δημοσίων σχέσεων, θα κατανοήσουν τον τρόπο διαμόρφωσης της εταιρικής ταυτότητας μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Επίσης, θα εστιάσουν την προσοχή τους στην πρακτική διαχείριση και την αντιμετώπιση μιας εταιρικής κρίσης, μέσω της συγκρότησης ενός ολοκληρωμένου επικοινωνιακού πλάνου διαχείρισης κρίσεων.

Ακόμη, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν πρακτικά τη σωστή συνεργασία μεταξύ των επικοινωνιολόγων και των δημοσιογράφων των Γραφείων Τύπου με τους/τις δημοσιογράφους που εργάζονται στα ΜΜΕ. Θα έχουν την ευκαιρία, επίσης, να εφαρμόσουν πρακτικά τα στάδια διοργάνωσης μιας συνέντευξης Τύπου με βάση τις ορθές ενέργειες των δημοσίων σχέσεων. Ταυτόχρονα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα συντάξουν δελτία τύπου και άλλα εταιρικά κείμενα χρησιμοποιώντας ορθά τον γραπτό λόγο απευθυνόμενοι/-ες σε διάφορα είδη κοινού. Στην εν λόγω μαθησιακή υποενοότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα διαχειριστούν αποτελεσματικά και επαγγελματικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό την προώθηση των μηνυμάτων της εταιρείας ή του οργανισμού που εκπροσωπούν.

2.3.Z.2 | ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΦΩΤΟΡΕΠΟΡΤΑΖ

Η εκπαιδευτική υποενοότητα «Πρακτική στην παραγωγή φωτορεπορτάζ» εστιάζει στην πρακτική εξάσκηση της σύνθεσης του φωτορεπορτάζ ως μέσου αποτύπωσης ειδήσεων και συμπληρώματος της κειμενικής είδησης. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τη δημιουργική διαδικασία και την προετοιμασία ενός φωτορεπορτάζ, μαθαίνοντας να συνοψίζουν τις βασικές πτυχές ενός γεγονότος μέσα από τον φωτογραφικό φακό. Επιπλέον, θα αναλύσουν διάφορες μελέτες περίπτωσης, με σκοπό

να εξασκηθούν στην επιλογή των κατάλληλων φωτογραφιών και να κατανοήσουν τη φωτογραφία ως μέσο αφήγησης ιστοριών. Μέσα από αυτή τη διαδικασία, θα επιλέγουν τις κατάλληλες λήψεις για την ορθολογική ερμηνεία ενός επίκαιρου γεγονότος, αναγνωρίζοντας παράλληλα τα διαφορετικά είδη φωτογραφίας που απαιτούνται για τη σύνθεση ενός ολοκληρωμένου φωτορεπορτάζ.

Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα διδαχθούν πώς να συντάσσουν τις λεζάντες που θα συνοδεύουν τις εικόνες τους. Θα αξιοποιήσουν, επίσης, τις νέες τεχνολογίες της ψηφιακής φωτογραφίας, ώστε να διευρύνουν την επαγγελματική τους δραστηριότητα ως φωτορεπόρτερ και δημοσιογράφοι. Τέλος, ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στην πρακτική εξοικείωση με παραδείγματα λογοκλοπής και στην ανάπτυξη της ικανότητας αξιολόγησης της γνησιότητας του οπτικού υλικού. Με αυτόν τον τρόπο, θα είναι σε θέση να επιλέγουν ασφαλείς φωτογραφίες για το ρεπορτάζ τους, εφαρμόζοντας πιστά τους κανόνες της δημοσιογραφικής δεοντολογίας και ηθικής.

2.3.Z.3 | ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η εκπαιδευτική υποενοότητα «Πρακτικές στη διαχείριση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης» έχει σκοπό να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες στην πρακτικές διαχείρισης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τη χρήση των κοινωνικών δικτύων και την αξιοποίησή τους για την ενημέρωση του κοινού και των πολιτών. Με βάση την ανάλυση επιλεγμένων μελετών περίπτωσης, θα είναι σε θέση να σχεδιάζουν στρατηγικά πλάνα διαχείρισης κοινωνικών δικτύων. Επιπλέον, θα γνωρίσουν πρακτικά όλες τις δημοφιλείς πλατφόρμες, όπως το Facebook, το Instagram, το YouTube, το LinkedIn και το X, και θα μάθουν πώς αυτές χρησιμοποιούνται από έναν επαγγελματία δημοσιογράφο τόσο για τη μετάδοση των ειδήσεων όσο και για την προώθηση ενός ομίλου μέσων μαζικής ενημέρωσης. Τα κοινωνικά δίκτυα έχουν διττή σημασία για τον/τη σύγχρονο/-η δημοσιογράφο, καθώς λειτουργούν ταυτόχρονα ως κανάλια έγκυρης ενημέρωσης των πολιτών και ως εργαλεία ενίσχυσης της αναγνωρισιμότητας του ίδιου του μέσου ενημέρωσης.

Στην εν λόγω μαθησιακή υποενοότητα, θα αναλυθούν παραδείγματα ψευδών ειδήσεων (fake news) και οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να κατανοούν την αξιοπιστία των ειδήσεων αλλά και τη μεταφορά τους στο κοινό. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εκπαιδευτούν πρακτικά στην αναζήτηση και τον έλεγχο αξιοπιστίας των ειδήσεων μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα. Για να γίνει αντιληπτή η έννοια των ψευδών ειδήσεων (fake news) και για την αποτελεσματική εκπαίδευση των καταρτιζομένων σχετικά με τον έλεγχο αξιοπιστίας των ειδήσεων και με την αντίληψη ειδικών θεμάτων περιεχομένου που δε συνάδει με τον κώδικα δημοσιογραφικής δεοντολογίας π.χ. φωτογραφίες που σοκάρουν, θα συντελεστούν ομιλίες επαγγελματιών δημοσιογράφων.

2.3.Z.4 | ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΣΤΗ ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

Στην εκπαιδευτική υποενότητα «Πρακτική στη συγγραφή ρεπορτάζ», οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με την πρακτική εξάσκηση σχετικά με τη συγγραφή ρεπορτάζ. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να δημιουργήσουν ένα ρεπορτάζ για όλα τα είδη (π.χ. πολιτιστικό, αστυνομικό, κοινωνικό, δικαστικό, ελεύθερο κ.λπ.) και τις κατηγορίες ρεπορτάζ (π.χ. καθημερινό, αγοράς κ.ά.) αλλά και σχετικά με τη χρονική και να καλύψουν δημοσιογραφικά διάφορα γεγονότα της επικαιρότητας. Στόχος αποτελεί η πρακτική εξοικείωση και εκπαίδευση των καταρτιζομένων με τα διάφορα είδη ρεπορτάζ αλλά και με τη δημοσιογραφική κάλυψη των ειδήσεων που απασχολούν την επικαιρότητα. Με αυτόν τον τρόπο, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα πραγματοποιήσουν πρωτότυπα ρεπορτάζ με την αξιοποίηση των πηγών που θα συλλέγουν, είτε πρωτογενών είτε δευτερογενών πηγών.

Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν το πώς δημιουργείται ένα ρεπορτάζ για το κάθε μέσο μαζικής ενημέρωσης, να κατανοούν τις διαφορές και να δημιουργούν πρωτότυπα ρεπορτάζ που να ταιριάζουν με το συγκεκριμένο μέσο της επιλογής τους.

Θα μπορούν πρακτικά να αναζητήσουν πρωτογενείς ή δευτερογενείς πηγές για την κάλυψη του γεγονότος της επικαιρότητας, και να αντιληφθούν τη σωστή και επαγγελματική συμπεριφορά ενός/μιας δημοσιογράφου απέναντι στις πηγές του/της. Σε αυτό το πλαίσιο, θα αντιληφθούν τη σωστή χρήση του κώδικα δημοσιογραφικής δεοντολογίας και πρακτικά θα είναι σε θέση να εκτιμούν σωστά τις πληροφορίες τους πριν από τη δημοσίευσή τους.

2.3.Z.5 | ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Η μαθησιακή υποενότητα «Παραγωγή κειμένων ερμηνευτικής δημοσιογραφίας» αποσκοπεί στην εκπαίδευση των καταρτιζομένων πάνω στα ερμηνευτικά δημοσιογραφικά είδη κειμένου και στη σχολιαστική δημοσιογραφία.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τις διαφορές της ερμηνευτικής δημοσιογραφίας από την ειδησεογραφία μέσα από την παραγωγή αλλά και την αναζήτηση ερμηνευτικών δημοσιογραφικών κειμένων. Η εν λόγω μαθησιακή υποενότητα θα εκπαιδεύσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες να ξεχωρίζουν την είδηση από το σχόλιο μέσα από τα δημοσιογραφικά κείμενα και να αναγνωρίζουν τα διαφορετικά είδη της ερμηνευτικής δημοσιογραφίας. Επιπρόσθετα, θα εκπαιδευτούν στην πρακτική δημιουργία πρωτότυπων ερμηνευτικών κειμένων για όλα τα είδη ερμηνευτικής δημοσιογραφίας.

Στην εν λόγω μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εκπαιδευτούν στην ερμηνεία της σημασίας ενός δημοσιογραφικού σχολίου και θα παράγουν τα δικά τους ερμηνευτικά δημοσιογραφικά κείμενα, όπως π.χ. τα άρθρα γνώμης κ.λπ. Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κληθούν να τοποθετηθούν πάνω σε ένα επίκαιρο ζήτημα. Με αυτόν τον τρόπο, θα εξασκηθούν στην ετοιμότητα και στον επαγγελματισμό που

οφείλει να διαθέτει ένας/μία δημοσιογράφος κατά τη διατύπωση του δημοσιογραφικού σχολίου. Επιπλέον, θα εκπαιδευτούν στη σωστή εκφορά του λόγου, καθώς και στην τήρηση των κανόνων της δεοντολογίας που διέπουν το δημοσιογραφικό επάγγελμα.

Τέλος, για την αποτελεσματικότερη κατανόηση της ερμηνευτικής δημοσιογραφίας, θα συντελεστούν αναλύσεις μελετών περίπτωσης καθώς και επισκέψεις των καταρτιζομένων σε ομίλους μέσων μαζικής ενημέρωσης στο πλαίσιο του μαθήματος, όπου θα εκπαιδευτούν σε περιπτώσεις της συγγραφής ερμηνευτικών δημοσιογραφικών κειμένων.

2.3.2.6 | ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΣΤΗ ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Η μαθησιακή υποενοότητα «Προετοιμασία στη συγγραφή διεθνών ειδήσεων» εστιάζεται στον τρόπο δημιουργίας και συγγραφής των διεθνών ειδήσεων. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν την ευκαιρία να επισκεφθούν πρακτορεία ειδήσεων και συγκεκριμένα το ΑΠΕ-ΜΠΕ (Αθηναϊκό Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων) στο πλαίσιο του μαθήματος ώστε να έρθουν σε επαφή με τη διεθνή δημοσιογραφία. Ταυτόχρονα, θα ανατρέξουν στη αναζήτηση των διεθνών πρακτορείων ειδήσεων για τη συγγραφή των διεθνών ειδήσεων. Θα γνωρίσουν τον τρόπο δημιουργίας και μετάδοσης των διεθνών ειδήσεων καθώς και του τρόπου αξιοποίησής τους από τον/την επαγγελματία δημοσιογράφο. Επίσης, θα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν επαγγελματίες δημοσιογράφους, ανταποκριτές των διεθνών ειδήσεων και γεγονότων της επικαιρότητας, ώστε να κατανοήσουν βαθύτερα τη συγγραφή και το ρεπορτάζ σχετικά με τη διεθνή δημοσιογραφία και τα είδη της.

Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα συντάξουν και θα δημιουργήσουν διεθνείς ειδήσεις προσπαθώντας να εξασκηθούν στον τρόπο σύνδεσής τους με την εγχώρια επικαιρότητα. Θα αντιληφθούν τους τρόπους εντοπισμού και αξιολόγησης των διεθνών ειδήσεων αλλά και τις διαδικασίες ενσωμάτωσής τους στην εγχώρια δημοσιογραφική επικαιρότητα.

Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εκπαιδευτούν πρακτικά στο να ελέγχουν την αξιοπιστία των διεθνών ειδήσεων ακόμα και από τα διεθνή μέσα ενημέρωσης. Τέλος, θα εκπαιδευτούν στην παρουσίαση της κάλυψης διεθνών ειδήσεων με τρόπο άμεσο, επαγγελματικό και σαφή για το κοινό.

2.3.2.7 | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΠΛΑΝΟΥ ΚΡΙΣΕΩΝ

Η μαθησιακή υποενοότητα «Δημιουργία και εφαρμογή επικοινωνιακού πλάνου κρίσεων» εστιάζεται στην εξοικείωση των καταρτιζομένων με το πλάνο επικοινωνίας και τις επικοινωνιακές δεξιότητες σχετικά με την επίλυση συγκρούσεων και λύσεων μέσα σε έναν οργανισμό ή μια επιχείρηση.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναλύσουν μελέτες περίπτωσης επικοινωνιακών πλάνων κρίσεων σε διάφορες επιχειρήσεις ή οργανισμούς για να κατανοήσουν τον τρόπο δημιουργίας αποτελεσματικών τεχνικών επικοινωνιακών λύσεων σε θέματα κρίσης. Επιπρόσθετα, θα εκπαιδευτούν στο να παρουσιάσουν το δικό τους επικοινωνια-

κό πλάνο κρίσεων αναπτύσσοντας τις επικοινωνιακές τους τεχνικές και ικανότητες. Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν τη δυνατότητα να επισκεφτούν επιχειρήσεις ή οργανισμούς ή ομίλους ΜΜΕ όπου θα παρακολουθήσουν ομιλίες από επαγγελματίες επικοινωνιολόγους και δημοσιογράφους οι οποίοι θα τους/τις μεταλαμπαδεύσουν τις πρακτικές της εφαρμογής επικοινωνίας σε αληθινές περιστάσεις.

Η εν λόγω μαθησιακή υποενότητα θα εκπαιδεύσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες στον σχεδιασμό αντιμετώπισης επικοινωνιακών κρίσεων, στον αποτελεσματικό τρόπο μετατροπής των απειλών του επικοινωνιακού τοπίου σε ευκαιρίες και στην εποικοδομητική επικοινωνία μέσα σε μια επιχείρηση ή οργανισμό. Θα εξασκηθούν, ακόμη, στη δημιουργία τρόπων επίλυσης επικοινωνιακών προβλημάτων και λύσεων όπου απαιτείται και στην οργάνωση του σχεδιασμού των απαραίτητων στρατηγικών τακτικών επικοινωνιακών λύσεων με βάση τη δημοσιογραφική δεοντολογία.

Τέλος, στην εν λόγω μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναλάβουν να δημιουργήσουν ολοκληρωμένα σχέδια επικοινωνιακών λύσεων που αντιπροσωπεύουν έναν όμιλο ΜΜΕ στην εξωτερική και την εσωτερική του επικοινωνία.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Briggs, M. (2012). *Journalism Next: A Practical Guide to Digital Reporting and Publishing* (2nd edition). Washington: CQ Press.
2. Rich, C. (2006). *Ειδησεογραφία και ρεπορτάζ: μια διδακτική μέθοδος* (μτφρ. Ε. Καρυπιάδου). Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
3. Smith, D. R. (2012). *Strategic Planning for Public Relations* (4th edition). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Συμπληρωματικές

1. Allan, S. (ed.). (2017). *Photojournalism and citizen journalism: Co-operation, collaboration and connectivity*. London: Routledge.
2. Navasky, V. S. & Cornog, E. (eds.). (2012). *The Art of Making Magazines: On Being an Editor and Other Views from the Industry*. New York: Columbia University Press.

2.3.Η • ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Στόχος της μαθησιακής ενότητας με τίτλο «Εφαρμογές επικοινωνίας» είναι να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με τις διάφορες επικοινωνιακές πρακτικές και να βελτιώσει τις επικοινωνιακές τους δεξιότητες. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω

του συγκεκριμένου μαθήματος, θα έχουν τη δυνατότητα να κατανοήσουν τις ανάγκες των χρηστών/-τριών των μέσων και να εξετάσουν τον τρόπο κατασκευής και δημιουργίας των διαφόρων επικοινωνιακών μηνυμάτων, τα οποία εξυπηρετούν διαφορετικούς σκοπούς κάθε φορά και απευθύνονται σε διαφορετικά κοινά. Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος, θα γίνει επίσης μελέτη περιπτώσεων, αναλύοντας διάφορα παραδείγματα επικοινωνίας από τους χώρους των επιχειρήσεων, των οργανισμών (κερδοσκοπικών και μη), της δημοσιογραφίας, των δημόσιων σχέσεων, της διαφήμισης κ.λπ.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν επικοινωνιακά προβλήματα στον χώρο που εργάζονται,
- Διακρίνουν τις διάφορες επικοινωνιακές πρακτικές που θα βελτιώσουν τις επικοινωνιακές τους δεξιότητες,
- Κατονομάζουν τους διάφορους τρόπους επίλυσης επικοινωνιακών προβλημάτων,
- Περιγράφουν τη σπουδαιότητα της εποικοδομητικής επικοινωνίας,
- Εφαρμόζουν τεχνικές ανάλυσης μελέτης περίπτωσης που αφορούν την επίλυση επικοινωνιακών προβλημάτων,
- Σχεδιάζουν επικοινωνιακές λύσεις όπου απαιτείται,
- Οργανώνουν σχέδια αντιμετώπισης επικοινωνιακών κρίσεων,
- Παρουσιάζουν πλάνα επικοινωνίας στη διοίκηση της εταιρείας/οργανισμού όπου εργάζονται,
- Μετατρέπουν τις απειλές του επικοινωνιακού τοπίου σε ευκαιρίες,
- Ενσωματώνουν τις νέες τεχνολογίες κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους,
- Απορρίπτουν πρακτικές που δεν συνάδουν με την επαγγελματική δεοντολογία.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Επικοινωνία / Τεχνικές επικοινωνίας / Επικοινωνιακές δεξιότητες /

Επικοινωνιακές πρακτικές / Επικοινωνιακές λύσεις / Μήνυμα / Επικοινωνιακή κρίση / Επίλυση κρίσεων / Πλάνο επικοινωνίας.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (2), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ
2	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ
3	ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ
4	ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
5	ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΩΝ
6	ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ
7	ΟΙ ΧΟΡΗΓΙΕΣ ΩΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
8	ΟΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΩΣ ΤΕΧΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
9	ΔΗΜΟΣΙΑ ΟΜΙΛΙΑ
10	ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κείμενο αναφοράς

2.3.Η.1 | ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

Η μαθησιακή υποενότητα «Επικοινωνιακές πρακτικές και δεξιότητες» εστιάζεται στην έννοια της επικοινωνίας και στις τεχνικές της μέσα σε μια επιχείρηση ή σε έναν οργανισμό.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με τις έννοιες της ακρόασης και της ενεργητικής ακρόασης, θα αντιληφθούν τις διαφορές τους, καθώς και τα στάδια που απαιτούνται για την επίτευξη της ενεργητικής ακρόασης. Η ενεργητική ακρόαση αποτελεί τον παράγοντα της αποτελεσματικότητας της επικοινωνιακής διαδικασίας τόσο στις διαπροσωπικές σχέσεις όσο και στην εσωτερική επικοινωνία μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Η ενεργητική ακρόαση αποτελεί πολυδιάστατη επικοινωνιακή δεξιότητα, καθώς τα άτομα δε μένουν στην ακρόαση των μηνυμάτων αλλά τα αντιλαμβάνονται πλήρως.

Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναλύσουν τις διαφορές της λεκτικής και της μη λεκτικής επικοινωνίας στη διαμόρφωση της επικοινωνιακής διαδικασίας. Θα εξετάσουν τους κώδικες της μη λεκτικής επικοινωνίας και θα αναλύσουν τα χαρακτηριστικά τους. Θα είναι σε θέση να αντιλαμβάνονται τα χαρακτηριστικά της μη λεκτικής επικοινωνίας και τα είδη της. Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες, στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, θα εστιάσουν την προσοχή τους στην αντίληψη της επικοινωνίας σε ομάδες. Θα κατανοήσουν την έννοια της ομάδας, τα χαρακτηριστικά και τα είδη της. Ταυτόχρονα, θα εξετάσουν τα στάδια εξέλιξης των ομάδων με στόχο την αποτελεσματικότερη επικοινωνιακή διαδικασία αλλά και τους ρόλους των ατόμων που συγκροτούν μια ομάδα.

Με την εξέταση όλων των παραπάνω πρακτικών στο πλαίσιο της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να ξεχωρίζουν τις ορθές επικοινωνιακές πρακτικές και να αναγνωρίζουν τα επικοινωνιακά προβλήματα στον χώρο που εργάζονται. Μέσω της ενεργητικής ακρόασης αλλά και των πρακτικών επικοινωνίας μέσω της ομαδικότητας θα είναι σε θέση να αντιλαμβάνονται τα προβλήματα και να μπορούν να τα επιλύουν. Συνεπώς, θα μπορούν να αντιλαμβάνονται τις διάφορες επικοινωνιακές πρακτικές, οι οποίες θα βελτιώσουν τις επικοινωνιακές τους δεξιότητες.

2.3.H.2 | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ

Η μαθησιακή υποενότητα «Δημιουργία επικοινωνιακών μηνυμάτων» εστιάζεται στην κατανόηση της δημιουργίας σωστών και αποτελεσματικών μηνυμάτων. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με τον τρόπο δημιουργίας μηνυμάτων.

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τα είδη πειθούς καθώς και τις τεχνικές επικοινωνίας. Θα έχουν τη δυνατότητα να αντιληφθούν τις ανάγκες των χρηστών/-τριών των μέσων ενημέρωσης και να εξετάσουν τον τρόπο κατασκευής των επικοινωνιακών μηνυμάτων, τα οποία συχνά απευθύνονται σε διαφορετικά κοινά και εξυπηρετούν διαφορετικούς σκοπούς. Η διαμόρφωση αποτελεσματικών μηνυμάτων αποτελεί βασικό συστατικό για την ορθή εφαρμογή της επικοινωνιακής διαδικασίας. Στο πλαίσιο αυτό, θα εξεταστούν παραδείγματα επικοινωνιακών μηνυμάτων από τον χώρο των επιχειρήσεων, των κερδοσκοπικών και μη κερδοσκοπικών οργανισμών, της δημοσιογραφίας, της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να περιγράφουν τη σπουδαιότητα της εποικοδομητικής επικοινωνίας, η οποία επιτυγχάνεται μέσω της κατάλληλης επιλογής μηνυμάτων για κάθε ξεχωριστή περίπτωση.

Με αυτόν τον τρόπο, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να μετατρέπουν τις απειλές του επικοινωνιακού τοπίου σε ευκαιρίες, συμβάλλοντας στην επίτευξη μιας αποτελεσματικότερης επικοινωνιακής διαδικασίας. Παράλληλα, θα μπορούν να αξιοποιούν και να ενσωματώνουν τις νέες τεχνολογίες στην άσκηση του επαγγέλματός τους και στην προώθηση των επικοινωνιακών μηνυμάτων. Τέλος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιλαμβάνονται την ιδιαιτερότητα που απαιτείται κατά τη δημιουργία των μηνυμάτων σε ξεχωριστές περιπτώσεις, ανάλογα με τον τύπο του οργανισμού ή της επιχείρησης (όπως, για παράδειγμα, ένας όμιλος Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης ή μια μη κυβερνητική οργάνωση).

2.3.H.3 | ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ

Η μαθησιακή υποενότητα «Αντιμετώπιση επικοινωνιακών κρίσεων» εστιάζεται στην εκπαίδευση των καταρτιζομένων στις κατάλληλες επικοινωνιακές πρακτικές για τη διαχείριση και την αντιμετώπιση κρίσεων.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν την έννοια της κρίσης στο εσωτερικό μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού και θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν την πιθανότητα εκδήλωσής της σε κάθε είδους επιχειρηματικό περιβάλλον. Επιπλέον, θα αποκτήσουν την ικανότητα να αναπτύσσουν επικοινωνιακές λύσεις για την επίλυση ποικίλων προβλημάτων. Στο πλαίσιο αυτό, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εφαρμόσουν μεθόδους ανάλυσης μελετών περίπτωσης που αφορούν τη διαχείριση κρίσεων. Θα είναι σε θέση να σχεδιάζουν επικοινωνιακές στρατηγικές και, μέσω της χρήσης αποτελεσματικών μηνυμάτων, να μετατρέπουν τις δυνητικές απειλές του επικοινωνιακού περιβάλλοντος σε ευκαιρίες. Οι επικοινωνιακές κρίσεις εγκυμονούν σοβαρούς κινδύνους για μια επιχείρηση ή έναν οργανισμό, εάν δεν αντιμετωπιστούν άμεσα και αποτελεσματικά. Η επιλογή των ορθών μηνυμάτων, σε συνδυασμό με τον σχεδιασμό ενός ολοκληρωμένου επικοινωνιακού πλάνου διαχείρισης κρίσεων, συμβάλλει καθοριστικά στην αποφυγή αυτών των κινδύνων. Έτσι, οι καταρτιζόμενοι/-ες, ως μελλοντικοί/-ές επαγγελματίες, θα μπορούν να διαγνώσουν έγκαιρα τις απειλές και να εφαρμόσουν τις κατάλληλες επικοινωνιακές λύσεις.

Συνοπτικά, η υποενότητα βασίζεται στην πρακτική ανάλυση πραγματικών παραδειγμάτων, με σκοπό την καλύτερη κατανόηση των μηχανισμών διαχείρισης προβλημάτων και τη διαμόρφωση αποτελεσματικών στρατηγικών αντιμετώπισης.

2.3.Η.4 | ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η μαθησιακή υποενότητα «Οργανωσιακή επικοινωνία» εστιάζεται στη δομή και τη λειτουργία των επιχειρήσεων και των οργανισμών. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τους παράγοντες συγκρότησης των οργανισμών, τις σύγχρονες τάσεις στην οργάνωσή τους, καθώς και τις πρακτικές εφαρμογές της οργανωσιακής επικοινωνίας.

Η επικοινωνία αποτελεί μοχλό ανάπτυξης και σταθερότητας για κάθε επιχειρηματικό περιβάλλον. Αντικείμενο της υποενότητας είναι, αφενός, η θεωρητική προσέγγιση της συγκρότησης των επιχειρήσεων και, αφετέρου, οι επικοινωνιακές τακτικές που ρυθμίζουν τη λειτουργία τους. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν τον ρόλο της επικοινωνίας στις διαπροσωπικές σχέσεις στο πλαίσιο της διοίκησης, ενώ παράλληλα θα αναπτύξουν δεξιότητες σχετικά με τον ρόλο της ηγεσίας, με έμφαση στους δημοσιογραφικούς οργανισμούς και τις επιχειρήσεις ΜΜΕ. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με την εσωτερική επικοινωνία και θα είναι σε θέση να διακρίνουν τις έννοιες της τυπικής και άτυπης, καθώς και της κάθετης και οριζόντιας επικοινωνίας μέσα σε έναν οργανισμό.

Τέλος, θα μελετήσουν την ιστορική εξέλιξη της οργανωσιακής επικοινωνίας και θα αναλύσουν συγκεκριμένες μελέτες περίπτωσης, ώστε να εκπαιδευτούν στην αποτελεσματική εφαρμογή της σε πραγματικές συνθήκες.

2.3.Η.5 | ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΩΝ

Η μαθησιακή υποεπένδυση «Σχεδίαση επαγγελματικών παρουσιάσεων» εστιάζεται στους τρόπους δημιουργίας και σχεδίασης αποτελεσματικών παρουσιάσεων. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με την έννοια και τα χαρακτηριστικά της παρουσίασης και θα μπορούν να σχεδιάζουν σωστά και αποτελεσματικά μια παρουσίαση.

Στην εν λόγω υποεπένδυση, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τα στάδια σχεδίασης παρουσιάσεων για επαγγελματικούς σκοπούς. Θα αναλυθούν οι τρόποι και τα εργαλεία των παρουσιάσεων. Με αυτόν τον τρόπο, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να παρουσιάζουν πλάνα επικοινωνίας ή διάφορες άλλες επαγγελματικές παρουσιάσεις στη διοίκηση της εταιρίας/οργανισμού όπου εργάζονται. Θα εξασκηθούν στους τρόπους με τους οποίους συντελείται η σωστή και αποτελεσματική παρουσίαση, θα εξετάσουν τα χαρακτηριστικά της παρουσίασης, τα είδη της παρουσίασης στη δημόσια ομιλία και τους παράγοντες που συντελούν σε μια αποτελεσματική παρουσίαση.

Τα στάδια σχεδίασης μιας επαγγελματικής παρουσίασης περιέχουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, καθώς περιέχουν και κώδικες μη λεκτικής επικοινωνίας. Η μη λεκτική επικοινωνία παίζει σημαντικό ρόλο στην παρουσίαση, όπως και η ενεργητική ακρόαση. Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης μαθησιακής υποεπένδυσης, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μελετήσουν αντικείμενα έρευνας αλλά και θα ανταλλάξουν απόψεις σχετικά με τη σχεδίαση των επαγγελματικών παρουσιάσεων. Τέλος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξασκηθούν στα σωστά εργαλεία των παρουσιάσεων και θα είναι σε θέση να διαμορφώνουν και να σχεδιάζουν με αποτελεσματικό τρόπο μια επαγγελματική παρουσίαση.

2.3.Η.6 | ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Η μαθησιακή υποεπένδυση «Εταιρική κοινωνική ευθύνη» εστιάζεται στην κατανόηση της έννοιας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ) στο πλαίσιο της επιχείρησης ή του οργανισμού.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποεπένδυση, θα έρθουν σε επαφή με τον ορισμό της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ), η οποία στην αγγλική γλώσσα συναντάται με την ορολογία Corporate Social Responsibility (CSR). Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν την ιστορική αναδρομή της έννοιας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και πώς λειτουργεί μέσα σε έναν οργανισμό ή επιχείρηση. Θα αναλυθούν οι φορείς της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην Ελλάδα και οι πρωτοβουλίες ανάδειξης και προώθησης της ΕΚΕ. Θα εστιάσουν την προσοχή τους στις διαστάσεις, στα χαρακτηριστικά και στις κατηγοριοποιήσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και θα αναλύσουν τις διαφορές της εξωτερικής με την εσωτερική εταιρική κοινωνική ευθύνη. Παράλληλα, θα αναλύσουν την ηθική των επιχειρήσεων ως μοχλό εξέλιξης και ανάπτυξης της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, καθώς και το πλαίσιο στο οποίο συντελείται.

Στο πλαίσιο της εν λόγω μαθησιακής υποεπενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα συζητήσουν διάφορες μελέτες περίπτωσης με σκοπό να αντιληφθούν αποτελεσματικά τον τρόπο που λειτουργεί η εταιρική κοινωνική ευθύνη στις επιχειρήσεις ή στους οργανισμούς. Τέλος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναλύσουν τα ορθά βήματα για την αποτελεσματική εφαρμογή τεχνικών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε έναν οργανισμό ή σε μια επιχείρηση.

2.3.Η.7 | ΟΙ ΧΟΡΗΓΙΕΣ ΩΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η μαθησιακή υποεπενότητα «Οι χορηγίες ως εφαρμογή επικοινωνίας» αποσκοπεί στην κατανόηση της έννοιας των χορηγιών ως εφαρμογή επικοινωνίας στις επιχειρήσεις και στους οργανισμούς.

Οι χορηγίες χρησιμοποιούνται στο πλαίσιο της στρατηγικής επικοινωνίας επιχειρήσεων ή οργανισμών αλλά και ως μοχλός ανάπτυξης όπως συμβαίνει στις μη κυβερνητικές οργανώσεις. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στην εν λόγω μαθησιακή υποεπενότητα, θα αντιληφθούν τον ορισμό της χορηγίας, καθώς και θα την ιστορική της εξέλιξη του θεσμού της χορηγίας παγκοσμίως αλλά και στην Ελλάδα. Επιπρόσθετα, θα αντιληφθούν τα είδη των χορηγιών και πώς αυτά εξυπηρετούν τους σκοπούς και στόχους της επιχείρησης ή του οργανισμού. Παράλληλα, θα εξετάσουν τον τρόπο διαμόρφωσης και ανεύρεσης χορηγιών και το πώς τα διάφορα είδη χορηγιών διαμορφώνονται μέσα σε μια επιχείρηση ή σε έναν οργανισμό. Παράλληλα, θα εξετάσουν τη διαφορά των χορηγιών στις επιχειρήσεις με τις χορηγίες στους οργανισμούς. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να ξεχωρίζουν το κάθε είδος χορηγίας και θα μπορούν να το εντάξουν σε ένα επαγγελματικό πλαίσιο.

Η ανεύρεση χορηγικών ευκαιριών περιλαμβάνει κάποια στάδια αλλά και συγκεκριμένη στρατηγική για τη συντέλεση της χορηγίας ως μιας αποτελεσματικής και μακροπρόθεσμης τεχνικής επικοινωνίας για την επιχείρηση ή τον οργανισμό. Ο σαφής προσδιορισμός του κοινού στόχου έχει ιδιαίτερη σημασία στη σωστή διαμόρφωση και επιλογή της χορηγίας. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με τον τρόπο σύνδεσης της χορηγίας με τη εταιρική ταυτότητα της επιχείρησης ή του οργανισμού και θα αντιληφθούν τη σημασία της χορηγίας σε έναν οργανισμό ή σε μια επιχείρηση.

2.3.Η.8 | ΟΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΩΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η μαθησιακή υποεπενότητα «Οι εκδηλώσεις ως εφαρμογή επικοινωνίας» εστιάζεται στην αντίληψη της έννοιας των εκδηλώσεων ως εφαρμογής επικοινωνίας στις επιχειρήσεις και στους οργανισμούς.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποεπενότητα, θα αντιληφθούν τα χαρακτηριστικά των εκδηλώσεων, της μορφής της αλλά και τα είδη της. Με αυτόν τον τρόπο, θα μπορούν να ξεχωρίζουν όλα τα είδη των εκδηλώσεων που πλαισιώνουν τις επικοινωνιακές εφαρμογές μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Θα αντιληφθούν τους σκοπούς και τους στόχους της κάθε εκδήλωσης καθώς και τον

τρόπο που συντελείται για την επιχείρηση ή τον οργανισμό. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα ξεχωρίζουν τα διαφορετικά είδη των εκδηλώσεων που εφαρμόζονται για τις επιχειρήσεις και για τους οργανισμούς.

Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εκπαιδευτούν σε διάφορες μελέτες περίπτωσης και θα συζητήσουν σωστές τεχνικές στη δομή των εκδηλώσεων. Παράλληλα, θα κατανοήσουν τα στάδια σχεδίασης των εκδηλώσεων και τον ρόλο του επικοινωνιολόγου ή του/της δημοσιογράφου σε αυτές. Επιπρόσθετα, θα αντιληφθούν τη διαδικασία προώθησης μιας εκδήλωσης αλλά και τα διάφορα εργαλεία που χρησιμοποιούνται για τη σωστή επικοινωνία με το κοινό στη διαμόρφωση και στη δημιουργία μιας εκδήλωσης. Οι εκδηλώσεις βασίζονται στο γενικότερο πλάνο επικοινωνίας μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού και εξυπηρετούν συγκεκριμένους σκοπούς της επιχείρησης. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξετάσουν όλα τα είδη των εκδηλώσεων, από τη φάση του σχεδιασμού και της διοργάνωσής τους μέχρι την επικοινωνιακή τους προβολή, αναλύοντας παράλληλα τον ρόλο που καλούνται να διαδραματίσουν σε αυτές ως δημοσιογράφοι ή στελέχη επικοινωνίας.

2.3.H.9 | ΔΗΜΟΣΙΑ ΟΜΙΛΙΑ

Η μαθησιακή υποενότητα «Δημόσια ομιλία» αποσκοπεί στην εκπαίδευση των καταρτιζομένων στην έννοια της δημόσιας ομιλίας και στην εφαρμογή της. Οι καταρτιζόμενοι/-ες στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα θα κατανοήσουν την ιστορική αναδρομή της δημόσιας ομιλίας, τα χαρακτηριστικά και τα είδη της.

Επιπρόσθετα, θα αντιληφθούν τις τεχνικές του δημόσιου λόγου οι οποίες λειτουργούν ως εργαλεία με σκοπό τη μετάδοση των μηνυμάτων και των πληροφοριών. Θα εκπαιδευτούν μέσω παραδειγμάτων και αναλύσεων αντικειμένων έρευνας πώς συντελείται η αποτελεσματική ομιλία. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στην εν λόγω μαθησιακή υποενότητα, θα είναι σε θέση να μπορούν να αντιλαμβάνονται αλλά και να ξεχωρίζουν τις αποτελεσματικές τεχνικές που χρησιμοποιούνται σε μια ομιλία. Παράλληλα, θα είναι σε θέση να σχεδιάζουν τη δομή μιας ομιλίας, με επιλογή ειδών πειθούς για συγκεκριμένα θέματα.

Στο πλαίσιο της εν λόγω μαθησιακής υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εκπαιδευτούν στην αντιμετώπιση των εμποδίων στη δημόσια ομιλία όπως π.χ. στην αντιμετώπιση άγχους κ.λπ. Παράλληλα, θα είναι σε θέση να διαμορφώνουν αποτελεσματικά τη δομή και τη διάρθρωση όλων των ειδών των δημόσιων ομιλιών χρησιμοποιώντας σωστά όλους τους τρόπους και τεχνικές δημόσιας ομιλίας. Η δημόσια ομιλία αποτελεί αποτελεσματική τεχνική επικοινωνίας, καθώς ο τρόπος μετάδοσης των πληροφοριών, ο σχολιασμός και οι τεχνικές του λόγου συντελούν στη σωστή προετοιμασία του/της δημοσιογράφου στον επαγγελματικό χώρο. Παράλληλα, διαμορφώνουν την αντίληψη της σωστής δόμησης του λόγου σε όλες τις λειτουργίες του δημοσιογραφικού επαγγέλματος.

2.3.Η.10 | ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η μαθησιακή υποεπένδυση «Ειδικά θέματα διαφήμισης και μάρκετινγκ» εστιάζεται στις αρχές, στα χαρακτηριστικά και στη διαδικασία δημιουργίας της διαφήμισης. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με τη διαφημιστική εκστρατεία και τη σύνδεση μεταξύ της διαφήμισης και των ΜΜΕ. Η επικοινωνία ενέχει πολυποικίλες πρακτικές εκφάνσεις. Η εν λόγω μαθησιακή υποεπένδυση αποσκοπεί στη χαρτογράφηση του ολοκληρωμένου μοντέλου επικοινωνίας (integrated communication). Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με τις αρχές μάρκετινγκ και με τον τρόπο που αυτές πλαισιώνουν το σύγχρονο πεδίο της επικοινωνιακής δράσης. Ακόμη, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν την έννοια του branding (της επωνυμίας), τα εργαλεία της διαφήμισης τόσο σε θεωρητικό όσο και σε πρακτικό επίπεδο για έναν οργανισμό ή για μια επιχείρηση. Παράλληλα, θα είναι σε θέση να κατανοήσουν τα διάφορα κοινά και τη δημιουργία τους για μια επιχείρηση ή για έναν οργανισμό.

Η ολοκληρωμένη επικοινωνία περιλαμβάνει πτυχές του μάρκετινγκ και της διαφήμισης. Στην εν λόγω μαθησιακή υποεπένδυση, εξετάζεται η σχέση της διαφήμισης με το μάρκετινγκ και τη στρατηγική του. Αναλύονται τα εργαλεία μάρκετινγκ τα οποία βοηθούν στη δημιουργία του ολοκληρωμένου πλάνου επικοινωνίας μάρκετινγκ και διαφημίσεων. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να δημιουργούν διαφημιστικές εκστρατείες, να αξιολογούν την αποτελεσματικότητά τους αλλά και να υπολογίζουν τον προϋπολογισμό.

Μέσα από μελέτες περίπτωσης και συγκεκριμένα παραδείγματα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τον τρόπο σχεδιασμού των διαφημιστικών εκστρατειών, καθώς και τους τρόπους μέτρησης της αποτελεσματικότητάς τους για μια επιχείρηση ή έναν οργανισμό. Θα είναι σε θέση να διακρίνουν τις διαφορετικές διαφημιστικές πρακτικές, τα ποικίλα κοινά-στόχους, αλλά και τη χρήση των κοινωνικών δικτύων ως εργαλείων διαφήμισης στο πλαίσιο της ολοκληρωμένης επικοινωνίας μάρκετινγκ. Ταυτόχρονα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν να αναλύουν τη συμπεριφορά και τις ανάγκες των καταναλωτών/-τριών, ώστε να μπορούν να διαμορφώνουν ορθά τα στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ καθώς και άλλων σχετικών μοντέλων.

Στο πλαίσιο αυτό, η υποεπένδυση εστιάζεται και στο ψηφιακό μάρκετινγκ, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τις έννοιες της βελτιστοποίησης για τις μηχανές αναζήτησης και του μάρκετινγκ κοινωνικών δικτύων, με σκοπό την πλήρη κατανόηση του σύγχρονου ψηφιακού και διαφημιστικού περιβάλλοντος.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Ασπρίδης, Γ., Τσέλιος, Δ. & Ρωσσίδης, Ι. (2018). *Επιχειρησιακές Επικοινωνίες. Θεωρητική και πρακτική προσέγγιση*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
2. Σιώμκος, Γ. (2016). *Στρατηγικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Λιβάνη.
3. Χυτήρης, Τ. (2006). *Μάνατζμεντ. Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Συμπληρωματικές

1. Armstrong, G. & Kotler, P. (2011). *Marketing: An Introduction*. Boston: Pearson.
2. Beebe, S. A., Beebe, S. J. & Ivy, D. K. (2013). *Communication: Principles of a Lifetime* (5th edition). Boston: Pearson Education.
3. Madhukar, R. K. (2018). *Business Communication*. New Delhi: Vikas Publishing.

2.4 • ΕΞΑΜΗΝΟ Δ΄

2.4.A • ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ PODCAST

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Στόχος της μαθησιακής ενότητας με τίτλο «Οργάνωση και εκτέλεση ραδιοφωνικής παραγωγής και podcast» είναι να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με τη ραδιοφωνική παραγωγή και την παραγωγή podcast, ώστε να κατανοήσουν τις δυνατότητες και τις ιδιαιτερότητες του ραδιοφώνου ως μέσου επικοινωνίας και ενημέρωσης. Μέσω της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αποκτήσουν μια βαθύτερη κατανόηση της αφήγησης μέσω του ήχου (audio storytelling) και θα αναγνωρίσουν το podcast ως μια άμεση και πολύσύγχρονη μορφή αφήγησης δημοσιογραφικών ιστοριών. Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν επίσης τη δυνατότητα να δημιουργήσουν τις δικές τους ραδιοφωνικές παραγωγές και τα δικά τους podcast, με στόχο να έρθουν σε πιο άμεση επαφή με το συγκεκριμένο μέσο.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τα τεχνικά χαρακτηριστικά και τις προδιαγραφές εκτέλεσης μιας ραδιοφωνικής παραγωγής και ενός podcast,
- Περιγράφουν γεγονότα για την ιστορία του ραδιοφώνου και την εξέλιξή του ως μέσου επικοινωνίας και ενημέρωσης στο πέρασμα των χρόνων,
- Εξηγούν τη σπουδαιότητα του ραδιοφώνου ως μέσου ενημέρωσης και ψυχαγωγίας τόσο κατά το παρελθόν όσο και στο παρόν,
- Παράγουν τις δικές τους ραδιοφωνικές εκπομπές και podcast με τη βοήθεια των κατάλληλων προγραμμάτων και εφαρμογών,
- Εφαρμόζουν με επαγγελματικό τρόπο τον προφορικό δημοσιογραφικό λόγο,
- Παρουσιάζουν ραδιοφωνικές συνεντεύξεις με επαγγελματικό τρόπο,
- Οργανώνουν τη «σκαλέτα» μιας ραδιοφωνικής εκπομπής ή ενός podcast,
- Παρουσιάζουν θέματα με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον και podcast στις ραδιοφωνικές τους εκπομπές,
- Δημιουργούν ένα άνετο περιβάλλον για τους/τις φιλοξενούμενους/-ες συνεντευξιζόμενους/-ες στις εκπομπές τους,
- Υιοθετούν νέες τεχνολογίες για την παραγωγή ραδιοφωνικών εκπομπών και podcast.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Ραδιόφωνο / Ραδιοφωνική παραγωγή / Podcast / Ραδιοφωνική εκπομπή /
Ραδιοφωνικές συνεντεύξεις / Παραγωγή podcast / Ραδιοφωνικός λόγος /
Ραδιοφωνικός παραγωγός / Ηχητική αφήγηση (Audio storytelling).

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (2), Σύνολο (4).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΩΣ ΜΕΣΟΥ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
2	ΑΡΧΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟΥ
3	ΤΟ PODCAST ΚΑΙ ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥ
4	ΕΙΔΗ ΕΚΠΟΜΠΩΝ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ ΣΤΟ PODCAST
5	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ PODCAST
6	ΟΙ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ ΣΤΟ PODCAST
7	ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ, ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ PODCAST
8	ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ PODCAST/ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟΥ
9	ΜΕΤΑΔΟΣΗ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ ΣΤΟ PODCAST
10	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ ΣΤΟ PODCAST

Κείμενο αναφοράς

2.4.A.1 | ΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΩΣ ΜΕΣΟΥ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Το ραδιόφωνο και η ιστορία του ως μέσο επικοινωνίας» αποσκοπεί στην εισαγωγική παρουσίαση του ραδιοφώνου ως μέσο ενημέρωσης. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν την απαρχή και την ιστορία του ραδιοφώνου, καθώς και την εμφάνισή του στην Ελλάδα.

Το ραδιόφωνο αποτέλεσε ένα από τα ισχυρά μέσα μαζικής επικοινωνίας και πηγή πληροφόρησης και ενημέρωσης διεθνώς αλλά και στην Ελλάδα. Στη συγκεκριμένη εκπαιδευτική υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με την ιστορία του ραδιοφώνου ως μέσου ενημέρωσης παγκοσμίως αλλά και με τις κοινωνικές καταστάσεις μέσα στις οποίες επηρεάστηκε και έλαβε χώρα η εξέλιξη του ραδιοφώνου. Η ιστορία της Ελλάδας είναι συνδεδεμένη με το ραδιόφωνο ως μέσο ενημέρωσης και πληροφόρησης του κοινού. Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν τις αρχές του ραδιοφώνου και την ιστορία του στην Ελλάδα, με την παρουσία του ραδιοφώνου το 1920 και την πρώτη ραδιοφωνική παραγωγή με ιδιωτική πρωτοβουλία του Ιωάννη Τσιγγιρίδη. Σκοπός της συγκεκριμένης εκπαιδευτικής υποενότητας είναι η μετάδοση

των ιστορικών στοιχείων του ραδιοφώνου ώστε οι καταρτιζόμενοι/-ες να έχουν μια πλήρη εικόνα όλων των απαραίτητων στοιχείων του σημαντικού αυτού μέσου.

Στην εν λόγω υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τη σημασία του ραδιοφώνου, τα χαρακτηριστικά του, τις λειτουργίες του. Επίσης, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν τις δυνατότητες και τις ιδιαιτερότητες του ραδιοφώνου ως μέσου ενημέρωσης και θα κατανοήσουν την εξέλιξή του στο πέρασμα των χρόνων.

2.4.A.2 | ΑΡΧΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟΥ

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Αρχές λειτουργίας και είδη ραδιοφώνου» αποσκοπεί στην εκμάθηση του τρόπου λειτουργίας του ραδιοφώνου καθώς στην αναφορά και ανάλυση των ειδών ραδιοφώνου. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τις ιδιαιτερότητες του ραδιοφώνου και τα τεχνικά χαρακτηριστικά του.

Σκοπός της εν λόγω εκπαιδευτικής ενότητας είναι η αναλυτική περιγραφή των ειδών του ραδιοφώνου από το αναλογικό-συμβατικό ραδιόφωνο, το ψηφιακό ραδιόφωνο, το δορυφορικό και το διαδικτυακό ραδιόφωνο. Θα αναλυθούν τα χαρακτηριστικά των παραπάνω ειδών του ραδιοφώνου και θα περιγραφούν τα χαρακτηριστικά τους, οι διαφορές τους και οι ιδιαιτερότητές τους. Επίσης, θα αναλυθούν οι σύγχρονες τεχνολογίες και η εξέλιξη της τεχνολογίας μέχρι τη δημιουργία του ψηφιακού ραδιοφώνου. Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τις κοινωνικές συνθήκες στις οποίες έλαβε χώρα η εξέλιξη των ειδών του ραδιοφώνου παγκοσμίως αλλά και στην Ελλάδα.

Στην εν λόγω εκπαιδευτική υποενότητα, θα γίνει αναφορά στις αρχές λειτουργίας που διέπουν το ραδιόφωνο, στο πλαίσιο λειτουργίας του. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τις αρχές λειτουργίας του ραδιοφώνου μέχρι σήμερα και τη νομοθεσία που το διέπει κατά τη διάρκεια της εξέλιξής του.

2.4.A.3 | ΤΟ PODCAST ΚΑΙ ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥ

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Το podcast και οι λειτουργίες του» αποσκοπεί στην εκμάθηση της έννοιας του podcast, στις λειτουργίες του, στα χαρακτηριστικά και στη δομή του. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στη συγκεκριμένη υποενότητα, θα έρθουν σε επαφή με τη λειτουργία του podcast. Θα κατανοήσουν την έννοια και τα χαρακτηριστικά του καθώς και την ιστορική του εξέλιξη. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας, ολοένα και νεότερα μέσα εμφανίζονται στο προσκήνιο. Το podcast αποτελεί ένα από τα νέα μέσα το οποίο καταλαμβάνει ισχυρή θέση στην ενημέρωση των πολιτών και χρησιμοποιείται κατά πολύ τα τελευταία χρόνια. Είναι ένα νέο μέσο ραδιοφωνικής μετάδοσης με ραγδαία ανάπτυξη. Η ραγδαία αυτή ανάπτυξη αντικατοπτρίζεται όχι μόνο στην αύξηση των ατόμων που χρησιμοποιούν το μέσο αυτό, αλλά και της χρήσης του ως δημοσιογραφικού μέσου επικοινωνίας για την ενημέρωση και την πληροφόρηση των πολιτών.

Στην εν λόγω εκπαιδευτική ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν τη σημασία χρήσης του podcast στη σημερινή εποχή ως ραδιοφωνικού μέσου και θα κα-

τανοήσουν την ιστορική εξέλιξή του. Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν τον τρόπο λειτουργίας και μετάδοσής του, καθώς και τα χαρακτηριστικά του.

Τέλος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να ξεχωρίζουν όλα τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται για τη λειτουργία και μετάδοση ενός podcast. Θα είναι σε θέση να κατανοήσουν τις πλατφόρμες που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία και μετάδοση μιας εκπομπής podcast.

2.4.A.4 | ΕΙΔΗ ΕΚΠΟΜΠΩΝ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ ΣΤΟ PODCAST

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Είδη εκπομπών στο ραδιόφωνο και στο podcast» αποσκοπεί στην αναλυτική περιγραφή των κατηγοριών του περιεχομένου που παράγεται για το ραδιόφωνο και το podcast. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες όλων των ειδών εκπομπών που μπορούν να παρουσιαστούν στα μέσα αυτά. Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να κατανοήσουν τις διαφορές μεταξύ των επιμέρους ειδών, αποκτώντας μια πλήρη εικόνα για τη διαδικασία παραγωγής της κάθε εκπομπής. Τέλος, η υποενότητα περιλαμβάνει την προσέγγιση και την τεχνική παρουσίασης των δελτίων ειδήσεων, των τίτλων ειδήσεων, καθώς και των ρεπορτάζ, προσαρμοσμένων στις ιδιαιτερότητες του ραδιοφώνου και του podcast.

Το ραδιόφωνο αποτελεί ένα μέσο ενημέρωσης και πληροφόρησης των πολιτών για διάφορα θέματα της επικαιρότητας. Ταυτόχρονα αποτελεί και μέσο ψυχαγωγίας μουσικής, ειδήσεων, αθλητικών νέων και πολυποίκιλων θεμάτων της καθημερινότητας των πολιτών. Ο/Η δημοσιογράφος ως επαγγελματίας οφείλει να κατανοεί τα διαφορετικά είδη εκπομπών και να είναι σε θέση να αντιλαμβάνεται τον τρόπο μετάδοσης των πληροφοριών, των ενημερώσεων.

Στην εν λόγω εκπαιδευτική υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν και θα κατανοήσουν τα είδη εκπομπών και στο podcast. Θα είναι σε θέση να διακρίνουν τα χαρακτηριστικά τους και τον τρόπο μετάδοσής τους.

2.4.A.5 | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ PODCAST

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Οργάνωση και εκτέλεση ραδιοφωνικής παραγωγής και podcast» σκοπεύει να μεταδώσει στους/στις καταρτιζόμενους/-ες τον τρόπο με τον οποίο συντελείται η οργάνωση και η εκτέλεση της ραδιοφωνικής παραγωγής αλλά και της παραγωγής ενός podcast.

Η ραδιοφωνική παραγωγή περιλαμβάνει διάφορα στάδια και έχει πολυποίκιλα χαρακτηριστικά. Μέσα από την εν λόγω υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν θεωρητικά και πρακτικά την οργάνωση και τη δομή μιας ραδιοφωνικής εκπομπής και ενός podcast. Θα αναλύσουν τα στάδια που περιλαμβάνει και τα τεχνικά στοιχεία. Παράλληλα, θα εστιάσουν την προσοχή τους στις απαιτήσεις δημιουργίας μιας ραδιοφωνικής εκπομπής, στη δημιουργία και οργάνωση της «σκαλέτας».

Η εν λόγω εκπαιδευτική υποεπάρκεια στοχεύει στην εκμάθηση του τεχνικού και δημοσιογραφικού προσωπικού ενός ραδιοφωνικού σταθμού, στην αντίληψη των καθηκόντων που έχει το κάθε επιμέρους άτομο. Μέσα από την περιγραφή του τρόπου λειτουργίας και του προσωπικού ενός ραδιοφωνικού σταθμού θα γίνει εστίαση στον ρόλο των ραδιοφωνικών παραγωγών και στο επάγγελμα του/της δημοσιογράφου. Επιπρόσθετα, στο θεωρητικό μέρος της εκπαιδευτικής υποεπάρκειας, θα γίνει αναφορά στους ραδιοφωνικούς σταθμούς, στην περιγραφή των στόντιο και της λειτουργίας τους.

Τέλος, σκοπός της συγκεκριμένης εκπαιδευτικής υποεπάρκειας είναι να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με τη ραδιοφωνική παραγωγή και την παραγωγή podcast. Ταυτόχρονα, θα έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν τις δικές τους ραδιοφωνικές παραγωγές και τα δικά τους podcast, με στόχο να έρθουν σε πιο άμεση επαφή με το συγκεκριμένο μέσο.

2.4.A.6 | ΟΙ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ ΣΤΟ PODCAST

Η εκπαιδευτική υποεπάρκεια «Οι συνεντεύξεις στο ραδιόφωνο και στο podcast» στοχεύει στην εξοικείωση των καταρτιζομένων σχετικά με τον τρόπο δημιουργίας συνεντεύξεων στο πλαίσιο της ραδιοφωνικής μετάδοσης και του podcast.

Το ραδιόφωνο αποτελεί ένα μέσο το οποίο κατέχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, όπως και το podcast. Οι συνεντεύξεις που συντελούνται μέσα από το ραδιόφωνο και το podcast έχουν και αυτές συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, καθώς και ειδικό τρόπο δημιουργίας και παρουσίασης. Ο ραδιοφωνικός δημοσιογράφος πρέπει να έχει τις απαραίτητες δεξιότητες για να μπορεί να πραγματοποιήσει μια συνέντευξη σε ζωντανή μετάδοση στο ραδιόφωνο ή ηχογραφημένη, με σκοπό να μεταδοθεί στο ραδιόφωνο ή σε μορφή podcast.

Στη συγκεκριμένη εκπαιδευτική υποεπάρκεια αναλύονται όλες οι δεξιότητες που χρειάζεται ο ραδιοφωνικός δημοσιογράφος για να μπορεί να εκτελέσει μια αποτελεσματική συνέντευξη στο πλαίσιο μιας ραδιοφωνικής εκπομπής ή ενός podcast. Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες, στη συγκεκριμένη εκπαιδευτική υποεπάρκεια, θα αντιληφθούν το δημοσιογραφικό ύφος στο ραδιόφωνο και τη ραδιοφωνική αφήγηση.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στην εν λόγω υποεπάρκεια, θα εστιάσουν την προσοχή τους στον τρόπο δημιουργίας των συνεντεύξεων στο ραδιόφωνο και στο podcast, από τον τρόπο επιλογής των ερωτήσεων και τη σωστή δομή τους στη συνέντευξη, μέχρι την επιλογή των καλεσμένων και τη δημιουργία μιας αποτελεσματικής ατμόσφαιρας για τους/τις συνεντευξιζόμενους/-ες.

2.4.A.7 | ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ, ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ PODCAST

Στην εκπαιδευτική υποεπάρκεια «Κοινωνικά δίκτυα, ραδιόφωνο και podcast» περιγράφεται και αναλύεται η λειτουργία των κοινωνικών δικτύων στην προώθηση και στην επικοινωνία ενός ραδιοφωνικού σταθμού ή ενός podcast.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας παρουσίασε νέες μορφές επικοινωνίας αλλά και διαφήμισης. Η αύξηση της χρήσης των κοινωνικών δικτύων επηρέασε τόσο τις επιχειρήσεις όσο και τον δημοσιογραφικό τομέα. Τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν σημαντικά εργαλεία για την αύξηση της αναγνωρισιμότητας μιας επιχείρησης και συμβάλλουν στο χτίσιμο σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ του κοινού και της επιχείρησης. Ένας ραδιοφωνικός σταθμός χρησιμοποιεί τα κοινωνικά δίκτυα με σκοπό τη διάδοση των μηνυμάτων που αφορούν τον σταθμό, το πρόγραμμα, το ειδησεογραφικό περιεχόμενό του, αλλά και την ανάδειξη εκδηλώσεων, ειδήσεων και διαφημίσεων.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στην εν λόγω υποενότητα, θα αντιληφθούν τη σημασία των κοινωνικών δικτύων στην προώθηση ενός ραδιοφωνικού σταθμού, μιας ραδιοφωνικής εκπομπής αλλά και μιας εκπομπής podcast. Θα εξοικειωθούν με τον τρόπο παρουσίασης των μηνυμάτων του ραδιοφωνικού σταθμού στο κοινό και την επικοινωνία με τους/τις ακροατές/-τριες. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στη συγκεκριμένη υποενότητα, θα κατανοήσουν τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούνται τα κοινωνικά δίκτυα ακόμα και κατά τη διάρκεια μιας ραδιοφωνικής εκπομπής ή μιας εκπομπής podcast.

2.4.A.8 | ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ PODCAST/ΡΑΔΙΟΦΩΝΟΥ

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Ραδιοφωνικός και δημοσιογραφικός λόγος στην παραγωγή podcast/ραδιοφώνου» αποσκοπεί στην εξοικείωση των καταρτιζομένων με τη ραδιοφωνική σημειολογία και γλώσσα. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τα χαρακτηριστικά του δημοσιογραφικού λόγου στο ραδιόφωνο και στο podcast, καθώς και τον τρόπο αφήγησης ιστοριών (storytelling).

Στην εν λόγω εκπαιδευτική υποενότητα, θα αναλυθεί ο δημοσιογραφικός λόγος και ραδιοφωνικός λόγος σε όλα τα είδη των εκπομπών που διέπουν έναν ραδιοφωνικό σταθμό. Παράλληλα, σκοπός της συγκεκριμένης εκπαιδευτικής υποενότητας είναι η εκμάθηση του ραδιοφωνικού λόγου στις συνεντεύξεις, στη σύνταξη και μετάδοση των δελτίων ειδήσεων, καθώς και στην αφήγηση ιστοριών (storytelling). Ακόμη, θα αναλυθεί ο τρόπος μετάδοσης των διαφημίσεων κατά τη διάρκεια μιας ραδιοφωνικής εκπομπής ή μιας εκπομπής podcast. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να παράγουν δελτία ειδήσεων με βάση τους κανόνες της ραδιοφωνίας για το ραδιόφωνο και το podcast.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στη συγκεκριμένη εκπαιδευτική υποενότητα, θα έρθουν σε επαφή με τη σωστή σύνταξη του λόγου σε μια ραδιοφωνική εκπομπή και σε μια εκπομπή podcast. Θα είναι σε θέση να κατανοήσουν το ύφος του δημοσιογραφικού λόγου στο ραδιόφωνο και στο podcast αντίστοιχα και να ξεχωρίζουν χαρακτηριστικά του δημοσιογραφικού λόγου.

2.4.A.9 | ΜΕΤΑΔΟΣΗ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ ΣΤΟ PODCAST

Η εκπαιδευτική υποεπάρκεια «Μετάδοση ειδήσεων στο ραδιόφωνο και στο podcast» αποσκοπεί στην εκμάθηση του τρόπου έρευνας, σύνταξης και μετάδοσης των ειδήσεων στο ραδιόφωνο και στο podcast. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με τη δημιουργία δελτίων ειδήσεων, καθώς και με την έρευνα και αξιολόγηση των πηγών για τη δημιουργία δελτίων ειδήσεων στο ραδιόφωνο και το podcast. Η μετάδοση των ειδήσεων μέσω του ραδιοφώνου περιλαμβάνει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά καθώς το ραδιόφωνο και το podcast έχουν συγκεκριμένες ιδιότητες και χαρακτηριστικά.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στην εν λόγω εκπαιδευτική υποεπάρκεια, θα κατανοήσουν τις ομοιότητες και τις διαφορές της μετάδοσης των ειδήσεων στο ραδιόφωνο και στο podcast με τα άλλα μέσα ενημέρωσης. Θα εξοικειωθούν με τη μετάδοση των ειδήσεων σε ένα ραδιοφωνικό περιβάλλον. Θα αντιληφθούν τη διαδικασία της έρευνας και της σύνταξης ειδήσεων της επικαιρότητας μέσα από τα διάφορα είδη των ραδιοφωνικών εκπομπών και τον ρόλο του ραδιοφωνικού δημοσιογράφου. Επίσης, θα αντιληφθούν την οργανωτική δομή και τους ρόλους του/της δημοσιογράφου μέσα στη ραδιοφωνική παραγωγή στη συντέλεση της μετάδοσης μιας είδησης.

Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να κατανοήσουν τον τρόπο μετάδοσης όλων των ειδών ειδήσεων μέσω του ραδιοφώνου και του podcast, των έκτακτων ειδήσεων και των θεμάτων της επικαιρότητας.

2.4.A.10 | ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ ΣΤΟ PODCAST

Η εκπαιδευτική υποεπάρκεια «Διαφήμιση στο ραδιόφωνο και στο podcast» αποσκοπεί στο να κατανοήσουν οι καταρτιζόμενοι/-ες τους τρόπους διαφήμισης μέσα από μια ραδιοφωνική εκπομπή. Η διαφήμιση παίζει σημαντικό ρόλο στη βιώσιμη εξέλιξη ενός ραδιοφωνικού σταθμού, αλλά και στη συνέχεια των ραδιοφωνικών εκπομπών. Η διαφήμιση μπορεί να έχει τη μορφή χορηγίας, ηχητικών μηνυμάτων (σποτ), διαφημιστικού κειμένου, καθώς και δημοσιεύσεων στα κοινωνικά δίκτυα του ραδιοφωνικού σταθμού. Ο/Η ραδιοφωνικός/-ή δημοσιογράφος και παραγωγός είναι το πρόσωπο το οποίο πολλές φορές αναλαμβάνει τη μετάδοση των διαφημίσεων κατά τη διάρκεια της ραδιοφωνικής εκπομπής ή απλά την οργάνωση των ηχογραφημένων διαφημίσεων στη διάρκεια των διαλειμμάτων μιας ραδιοφωνικής εκπομπής ή ενός podcast.

Ο/Η ραδιοφωνικός/-ή δημοσιογράφος αποτελεί πολλές φορές το πρόσωπο που θα εκφωνήσει τη διαφήμιση στη ραδιοφωνική εκπομπή. Οι καταρτιζόμενοι/-ες στην εν λόγω εκπαιδευτική υποεπάρκεια θα αντιληφθούν τον τρόπο με τον οποίο ο/η δημοσιογράφος μεταδίδει τη διαφήμιση κατά τη διάρκεια μιας ραδιοφωνικής εκπομπής ή ενός podcast και θα κατανοήσουν τα είδη διαφήμισης στο ραδιόφωνο και σε ένα podcast. Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες, στην εν λόγω υποεπάρκεια, θα αντιληφθούν τον τρόπο διαφήμισης και προώθησης μιας ραδιοφωνικής εκπομπής ή ενός podcast με στόχο την αύξηση της αναγνωρισιμότητάς της.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Starkey, G. & Crisell, A. (2009). *Radio Journalism*. London: Sage Publications.
2. Χαιρετάκης, Μ. (2014). *Η ραδιοφωνία στην Ελλάδα 1930-1950*. Αθήνα: Στο Κόκκινο (Έκδοση του ραδιοφωνικού σταθμού 105,5).

Συμπληρωματικές

1. Hendy, D. (2000). *Radio in the Global Age*. Cambridge: Polity Press.
2. McLuhan, M. (2003). *Understanding Media: The Extensions of Man*. University of California: Gingko Press.
3. White, T. (2002). *Broadcast News. Writing, Reporting, and Producing*. Burlington: Focal Press.

2.4.B • ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΒΙΝΤΕΟ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Στόχος της μαθησιακής ενότητας με τίτλο «Οργάνωση και εκτέλεση τηλεοπτικής παραγωγής και διαδικτυακών βίντεο» είναι να εξοικειώσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες με την τηλεοπτική παραγωγή και την παραγωγή διαδικτυακών βίντεο, ώστε να κατανοήσουν τις δυνατότητες και τις ιδιαιτερότητες της τηλεόρασης ως μέσου επικοινωνίας και ενημέρωσης. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω της εν λόγω μαθησιακής ενότητας, θα γνωρίσουν όλα τα βήματα και τα στάδια της τηλεοπτικής παραγωγής και της παραγωγής διαδικτυακών βίντεο, ενώ θα εξοικειωθούν με τον βασικό εξοπλισμό που απαιτείται για την παραγωγή αυτών των εκπομπών. Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος, επίσης, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν τις δικές τους τηλεοπτικές παραγωγές και τα δικά τους διαδικτυακά βίντεο, με στόχο να έρθουν σε πιο άμεση επαφή με το συγκεκριμένο μέσο.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:

- Αναγνωρίζουν τα τεχνικά χαρακτηριστικά και τις προδιαγραφές εκτέλεσης μιας τηλεοπτικής παραγωγής και ενός διαδικτυακού βίντεο,
- Περιγράφουν γεγονότα για την ιστορία της τηλεόρασης και την εξέλιξή της ως μέσου επικοινωνίας και ενημέρωσης στο πέρασμα των χρόνων,
- Εξηγούν τη σπουδαιότητα της τηλεόρασης ως μέσου ενημέρωσης και ψυχαγωγίας τόσο κατά το παρελθόν όσο και στο παρόν,

- Παράγουν τις δικές τους τηλεοπτικές εκπομπές και διαδικτυακά βίντεο με τη βοήθεια των κατάλληλων προγραμμάτων και εφαρμογών,
- Εφαρμόζουν με επαγγελματικό τρόπο τον προφορικό δημοσιογραφικό λόγο,
- Παρουσιάζουν τηλεοπτικές συνεντεύξεις με επαγγελματικό τρόπο,
- Οργανώνουν τη «σκαλέτα» μιας τηλεοπτικής εκπομπής ή ενός διαδικτυακού βίντεο,
- Παρουσιάζουν θέματα με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον και διαδικτυακά βίντεο στις τηλεοπτικές τους εκπομπές,
- Δημιουργούν ένα άνετο περιβάλλον για τους/τις φιλοξενούμενους/-ες/συνεντευξιζόμενους/-ες στις εκπομπές τους,
- Υιοθετούν νέες τεχνολογίες για την παραγωγή τηλεοπτικών εκπομπών και διαδικτυακών βίντεο.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Τηλεόραση / Τηλεοπτική παραγωγή / Τηλεοπτική εκπομπή / Διαδικτυακή εκπομπή / Τηλεοπτικές συνεντεύξεις / Διαδικτυακά βίντεο / Τηλεοπτικός λόγος / «Σκαλέτα» εκπομπής.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (2), Σύνολο (4).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΩΣ ΜΕΣΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
2	Η ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΑΙ Η ΔΗΜΟΣΙΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
3	ΕΙΔΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ
4	ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ
5	ΤΕΧΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΕΚΠΟΜΠΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΒΙΝΤΕΟ
6	ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΒΙΝΤΕΟ
7	ΒΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΤΑΔΙΑ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΒΙΝΤΕΟ
8	ΟΙ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

Κείμενο αναφοράς

2.4.B.1 | Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΩΣ ΜΕΣΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Η τηλεόραση ως μέσο επικοινωνίας» αποσκοπεί στην ανάλυση των χαρακτηριστικών της τηλεόρασης ως μέσου μαζικής επικοινωνίας. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με την τηλεόραση, την ιστορία και την εξέλιξή της ως μέσου επικοινωνίας.

Η τηλεόραση αποτελεί ένα από τα πιο ισχυρά μέσα μαζικής επικοινωνίας. Στην εν λόγω εκπαιδευτική υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν την ιστορία και την εξέλιξη της τηλεόρασης παγκοσμίως αλλά και στην Ελλάδα. Θα γνωρίσουν τα χαρακτηριστικά της τηλεόρασης ως μέσου επικοινωνίας και τον ρόλο που έχει διαδραματίσει ως μέσο μαζικής ενημέρωσης. Παράλληλα, θα αντιληφθούν την εξέλιξη της τηλεόρασης σε συνάρτηση με την τεχνολογία, καθώς και με τις κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές εξελίξεις.

Επιπλέον, θα αναγνωρίζουν τις ιδιαιτερότητες της τηλεόρασης, καθώς και την αναδιάταξη του τηλεοπτικού πεδίου στην Ευρώπη και στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Θα αναλύσουν τον ρόλο της τηλεόρασης, θα εξετάσουν την ιστορία της, καθώς και τις επιπτώσεις της στα άλλα μέσα μαζικής επικοινωνίας και τον ηγεμονικό της ρόλο.

Τέλος, οι καταρτιζόμενοι/-ες στη συγκεκριμένη υποενότητα θα εξετάσουν την οικονομική διάσταση της τηλεόρασης, την έλευση των νέων τεχνολογιών, καθώς και το επιχειρηματικό μοντέλο που διέπει τη λειτουργία της τηλεόρασης ως μέσου επικοινωνίας.

2.4.B.2 | Η ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΑΙ Η ΔΗΜΟΣΙΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

Στην εκπαιδευτική υποενότητα «Η ιδιωτική και η δημόσια τηλεόραση», οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τα χαρακτηριστικά της ιδιωτικής και της δημόσιας τηλεόρασης. Η συγκεκριμένη υποενότητα στοχεύει στην ιστορική αναδρομή και στην περιγραφή των εννοιών της δημόσιας και της ιδιωτικής τηλεόρασης.

Θα αναλυθεί ο ρόλος της τηλεόρασης ως μέσου ενημέρωσης από την εποχή του κρατικού μονοπωλίου, την απορρύθμιση του τηλεοπτικού πεδίου και την εμφάνιση της ιδιωτικής τηλεόρασης με την αύξηση των ιδιωτικών καναλιών. Παράλληλα, σκοπός της εν λόγω εκπαιδευτικής υποενότητας είναι η κατανόηση της αναδιάταξης του τηλεοπτικού τοπίου, η ανάλυση του ηγεμονικού ρόλου της τηλεόρασης στην πολιτική επικοινωνία, καθώς και η έλευση των νέων τεχνολογικών εξελίξεων με τη δημιουργία βίντεο.

Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τον ρόλο της δημόσιας τηλεόρασης τα τελευταία χρόνια και την ιστορία της τηλεοπτικής διάταξης. Θα αντιληφθούν την έννοια της τηλεθέασης και τον τρόπο μέτρησής της. Επίσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αντιληφθούν τις διαφορές και τις ομοιότητες μεταξύ της ιδιωτικής και της δημόσιας τηλεόρασης, και θα συζητήσουν θέματα της επικαιρότητας και τον τρόπο μετάδοσής τους στη δημόσια και στην ιδιωτική τηλεόραση αντίστοιχα. Τέλος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εστιάσουν στην ανάλυση των προγραμμάτων και των παραγωγών στην ιδιωτική και τη δημόσια τηλεόραση αντίστοιχα.

2.4.B.3 | ΕΙΔΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Είδη τηλεοπτικών εκπομπών και παραγωγών» αποσκοπεί στην κατανόηση των ειδών των τηλεοπτικών εκπομπών. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με την κατηγοριοποίηση των τηλεοπτικών εκπομπών και τα χαρακτηριστικά τους.

Με την εξέλιξη της τηλεόρασης, εξελίχθηκε ο τρόπος και τα κριτήρια κατηγοριοποίησης των ειδών των τηλεοπτικών εκπομπών. Πολλά είδη τηλεοπτικών εκπομπών έκαναν την εμφάνισή τους. Στην εν λόγω εκπαιδευτική υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τα είδη των τηλεοπτικών προγραμμάτων και θα αναλύσουν την εξέλιξή τους μέσα στην πάροδο των χρόνων.

Σκοπός της συγκεκριμένης υποενότητας είναι να ξεχωρίσουν οι καταρτιζόμενοι/-ες τα στοιχεία κάθε είδους τηλεοπτικών εκπομπών, να αναλύσουν το περιεχόμενό τους και τον τρόπο σχεδιασμού που τα διέπουν. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τα χαρακτηριστικά του κοινού του κάθε είδους τηλεοπτικών εκπομπών και παραγωγών. Παράλληλα, θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν την έννοια της τηλεθέασης και θα εστιάσουν την προσοχή τους στα χαρακτηριστικά της και στον τρόπο μέτρησής της.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στην εν λόγω υποενότητα, θα αντιληφθούν τις διαφορές και τις ομοιότητες όλων των ειδών τηλεοπτικών εκπομπών, θα κατανοήσουν τα χαρακτηριστικά τους και θα είναι σε θέση να τα ξεχωρίζουν. Τέλος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να αντιληφθούν τη διαφορά μεταξύ πρωινής και βραδινής τηλεοπτικής εκπομπής, παραγωγής ριάλιτι, ψυχαγωγικών προγραμμάτων, ενημερωτικών εκπομπών.

2.4.B.4 | ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Στην εκπαιδευτική υποενότητα «Τηλεοπτικός λόγος και δημοσιογραφία», αναλύεται ο τηλεοπτικός λόγος και ο ρόλος του/της δημοσιογράφου στην τηλεόραση. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με την τυπολογία των ειδών του δημοσιογραφικού λόγου που χρησιμοποιείται στην τηλεόραση. Επιπρόσθετα, θα εξοικειωθούν με τα χαρακτηριστικά της τηλεοπτικής δημοσιογραφικής γλώσσας και θα κατανοήσουν τον ρόλο της μουσικής και του ήχου στον τηλεοπτικό λόγο.

Η εν λόγω εκπαιδευτική υποενότητα έχει σκοπό να αναδείξει τις διάφορες στρατηγικές και τα είδη του τηλεοπτικού λόγου που χρησιμοποιούνται στις απευθείας μεταδόσεις, στις τηλεοπτικές εκπομπές, στις συνεντεύξεις, στα δελτία ειδήσεων, ανταποκρίσεις κ.λπ. Παράλληλα, η συγκεκριμένη υποενότητα σκοπεύει στο να μεταδώσει στους καταρτιζόμενοι/-ες τη σημασία της εκφοράς του σωστού λόγου στην τηλεόραση, την αντίληψη του τηλεοπτικού χώρου και χρόνου, καθώς και του ρόλου του/της δημοσιογράφου στις τηλεοπτικές εκπομπές και στα διαδικτυακά βίντεο. Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τον σωστό λόγο και την εκφορά του στη γλώσσα των τίτλων και στις λεκτικές αντιδράσεις.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στην εν λόγω υποενότητα, θα κατανοήσουν το ύφος του λόγου και τη χρήση του στα διάφορα είδη των τηλεοπτικών εκπομπών. Επιπρόσθετα, θα αντιληφθούν τις διαφορές του δημοσιογραφικού λόγου σε όλα τα είδη των τηλεοπτικών εκπομπών και θα είναι σε θέση να τα ξεχωρίζουν.

2.4.B.5 | ΤΕΧΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΕΚΠΟΜΠΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΒΙΝΤΕΟ

Η εκπαιδευτική υποενοότητα «Τεχνικά μέσα τηλεοπτικής εκπομπής και διαδικτυακών βίντεο» έχει σκοπό την αναφορά και ανάλυση των τεχνικών μέσων που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή διαδικτυακών βίντεο και τηλεοπτικών εκπομπών. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με την ανάλυση της υποδομής ενός σύγχρονου τηλεοπτικού σταθμού, τις απαραίτητες προδιαγραφές του και τον αναγκαίο εξοπλισμό του. Θα κατανοήσουν τα βασικά στοιχεία της τηλεοπτικής παραγωγής και τα μέρη από τα οποία αποτελείται ένας τηλεοπτικός σταθμός. Παράλληλα, θα αντιληφθούν τον τεχνικό εξοπλισμό που είναι απαραίτητος για την εύρυθμη λειτουργία του τηλεοπτικού σταθμού, την αίθουσα του τηλεοπτικού στούντιο (πλατό) και όλες τις σημαντικές τεχνικές λεπτομέρειες. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να ξεχωρίζουν τους ρόλους που διέπουν τους/τις δημοσιογράφους μέσα σε μια τηλεοπτική εκπομπή.

Η τεχνολογία συνέβαλε στη διαμόρφωση νέων εργαλείων όπως τα διαδικτυακά βίντεο. Η δημιουργία διαδικτυακών βίντεο αποτελεί σημαντικό εργαλείο στον ρόλο του/της δημοσιογράφου. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας δημιουργήθηκαν πολλά νέα εργαλεία που εξυπηρετούν το έργο του/της δημοσιογράφου σχετικά με το επάγγελμά του/της γενικότερα αλλά και συγκεκριμένα στην παραγωγή τηλεοπτικής εκπομπής. Το podcast αποτελεί ένα νέο εργαλείο που εξυπηρετεί το έργο του/της δημοσιογράφου.

Τέλος, σε αυτή την εκπαιδευτική υποενοότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τα τεχνικά μέσα που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία διαδικτυακών βίντεο.

2.4.B.6 | ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΒΙΝΤΕΟ

Η εκπαιδευτική υποενοότητα «Νέες Τεχνολογίες για την παραγωγή τηλεοπτικών εκπομπών και διαδικτυακών βίντεο» έχει σκοπό την εκμάθηση των νέων τεχνολογιών που χρησιμοποιούνται για την οργάνωση και παραγωγή τηλεοπτικών εκπομπών και διαδικτυακών βίντεο.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας έφερε στο προσκήνιο νέα τεχνολογικά μέσα που εξυπηρετούνται ως δημοσιογραφικά εργαλεία και συμβάλλουν στη διευκόλυνση της μετάδοσης της είδησης, της παραγωγής των τηλεοπτικών εκπομπών, αλλά και την παραγωγή διαδικτυακών εκπομπών και βίντεο. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τις νέες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή των τηλεοπτικών εκπομπών και των διαδικτυακών βίντεο, θα κατανοήσουν τα χαρακτηριστικά τους και τον τρόπο λειτουργίας τους. Μέσα από την πρακτική της δημιουργίας των τηλεοπτικών εκπομπών, θα είναι σε θέση να χρησιμοποιήσουν τις νέες τεχνολογίες.

2.4.B.7 | ΒΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΤΑΔΙΑ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΒΙΝΤΕΟ

Στην εκπαιδευτική υποενότητα «Βήματα και στάδια της τηλεοπτικής παραγωγής και των διαδικτυακών βίντεο», οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με την οργάνωση και εκτέλεση της τηλεοπτικής εκπομπής και των διαδικτυακών βίντεο.

Μέσα από την πρακτική στην παραγωγή μιας τηλεοπτικής εκπομπής και διαδικτυακού βίντεο, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να αναπτύσσουν, να οργανώνουν και να παράγουν δικές τους τηλεοπτικές εκπομπές και διαδικτυακά βίντεο με τη βοήθεια των κατάλληλων προγραμμάτων και εφαρμογών. Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τον ρόλο του δημοσιογραφικού λόγου και θα είναι σε θέση να χρησιμοποιούν ορθά τον λόγο στην παραγωγή των τηλεοπτικών εκπομπών και διαδικτυακών βίντεο.

Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να αντιληφθούν και να δημιουργήσουν τη σκαλέτα που θα χρησιμοποιήσουν για τη δομή της τηλεοπτικής εκπομπής και των διαδικτυακών βίντεο. Σκοπός της συγκεκριμένης υποενότητας είναι η πρακτική εφαρμογή της δομής και οργάνωσης των τηλεοπτικών εκπομπών και των διαδικτυακών βίντεο, να εφαρμόζουν με επαγγελματικό τρόπο τον δημοσιογραφικό τηλεοπτικό λόγο και να παρουσιάζουν θέματα με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον και διαδικτυακά βίντεο στις τηλεοπτικές τους εκπομπές.

Τέλος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν και να υιοθετούν τις νέες τεχνολογίες για την παραγωγή των τηλεοπτικών εκπομπών και των διαδικτυακών βίντεο.

2.4.B.8 | ΟΙ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

Η εκπαιδευτική υποενότητα «Οι τηλεοπτικές συνεντεύξεις» έχει σκοπό την εκμάθηση του τρόπου δημιουργίας τηλεοπτικών συνεντεύξεων σε μια τηλεοπτική εκπομπή.

Οι τηλεοπτικές συνεντεύξεις παίζουν σημαντικό ρόλο στη δημοσιογραφική λειτουργία μιας τηλεοπτικής εκπομπής. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τον ρόλο του/της δημοσιογράφου στις τηλεοπτικές συνεντεύξεις, καθώς και τα είδη των τηλεοπτικών συνεντεύξεων. Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μπορούν να αναγνωρίζουν και να εφαρμόζουν τον ορθό δημοσιογραφικό λόγο για κάθε είδος τηλεοπτικής συνέντευξης και θα μπορούν να παρουσιάζουν τηλεοπτικές συνεντεύξεις με επαγγελματικό τρόπο.

Σκοπός της εν λόγω εκπαιδευτικής υποενότητας είναι να ενισχύσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες στο να αντιληφθούν τον αποτελεσματικό τρόπο δημιουργίας τηλεοπτικών συνεντεύξεων, τη δομή της τηλεοπτικής συνέντευξης και να είναι σε θέση να δημιουργούν ένα άνετο περιβάλλον για τους/τις φιλοξενούμενους/-ες/συνεντευξιαζόμενους/-ες στις εκπομπές τους.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Αδάμου, Χρ. (2020). *Σύγχρονες τηλεοπτικές σπουδές*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
2. Fiske, J. (2000). *TV, Ανατομία του τηλεοπτικού λόγου* (μτφρ. Β. Σπυροπούλου). Αθήνα: Εκδόσεις Δρομέας.
3. Παπαθανασόπουλος, Σ. (2005). *Η Τηλεόραση στον 21ο αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.

Συμπληρωματικές

1. Παπαθανασόπουλος, Σ. (1993). *Απελευθερώνοντας την Τηλεόραση. Μια απόπειρα καταγραφής και αποτίμησης της τηλεοπτικής απορρύθμισης στην Ελλάδα και στην Ευρώπη*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
2. Παπαθανασόπουλος, Σ. (1997). *Η Δύναμη της Τηλεόρασης. Η λογική του Μέσου και η Αγορά*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
3. Rea, W. P. & Irving, D. K. (2010). *Producing and Directing the Short Film and Video*. Burlington: Focal Press.

2.4.Γ • ΡΕΠΟΡΤΑΖ: ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Ρεπορτάζ: ειδικά θέματα» είναι να εισαγάγει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες στον τρόπο κάλυψης ενός ρεπορτάζ-ειδικού θέματος, δηλαδή ενός θέματος που χρήζει ιδιαίτερης δημοσιογραφικής κάλυψης. Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τους συγκεκριμένους χειρισμούς που απαιτούνται για την προσέγγιση των πηγών ειδικών θεμάτων, όπως το προσφυγικό, η ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα, τα ΑμεΑ, τα ελληνοτουρκικά, το κυπριακό, ο πληθωρισμός, ζητήματα βιοηθικής, η τεχνητή νοημοσύνη κ.ά. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσα από το εν λόγω μάθημα, θα μάθουν πώς να προσεγγίζουν με επαγγελματικό τρόπο τα παραπάνω ζητήματα, τα οποία χαρακτηρίζονται «ειδικά» και συνεπώς «ευαίσθητα». Θα διδαχθούν ακόμη πώς να εκπονούν τη σχετική έρευνα γύρω από αυτά τα θέματα και εντέλει πώς να συντάσσουν τα δικά τους πρωτότυπα ρεπορτάζ ειδικών θεμάτων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τη σπουδαιότητα του ρεπορτάζ ειδικών θεμάτων στην ημερήσια δημοσιογραφική ατζέντα,

- Διακρίνουν πότε ένα ρεπορτάζ αποτελεί ειδικό θέμα,
- Παράγουν ένα πλήρες ρεπορτάζ ειδικών θεμάτων συνδυάζοντας πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές,
- Επιδεικνύουν σεβασμό και επαγγελματισμό κατά την οργάνωση του ρεπορτάζ ειδικών θεμάτων,
- Επαληθεύουν με μεγάλη προσοχή τις πληροφορίες ενός ρεπορτάζ ειδικών θεμάτων,
- Οργανώνουν τις πηγές του ρεπορτάζ ειδικών θεμάτων με τέτοιο τρόπο ώστε να καλύψουν το θέμα σφαιρικά,
- Παρουσιάζουν με αμερόληπτο τρόπο τις πληροφορίες στα ρεπορτάζ ειδικών θεμάτων,
- Χρησιμοποιούν με προσοχή τον δημοσιογραφικό λόγο, αποφεύγοντας τα δημοσιογραφικά κλισέ και τις συναισθηματικά φορτισμένες λέξεις,
- Προτίθενται να είναι αμερόληπτοι/-ες κατά την κάλυψη ρεπορτάζ ειδικών θεμάτων,
- Υιοθετούν ένα σοβαρό επαγγελματικό προφίλ κατά την κάλυψη ρεπορτάζ ειδικών θεμάτων,
- Παροτρύνουν τις πηγές των ειδικών θεμάτων να τους/τις εμπιστευτούν.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Διαφορετικότητα / Στίγμα και κοινωνικός αποκλεισμός / Συμπερίληψη και ενσωμάτωση / Αρχή δεδηλωμένης / Δημοκρατική εναλλαγή / Κρίση / Υποδομές / Σχεδιασμοί και πρωτόκολλα / Επικράτεια / Εδαφική κυριαρχία / Χωρικά ύδατα και αιγιαλίτιδα ζώνη / Εθνικός εναέριος χώρος και FIR / Συνέχεια του Κράτους / Βιοηθικά ζητήματα.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΜΜΕ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ ΚΑΙ ΣΤΙΓΜΑΤΙΣΜΟΣ
2	ΜΜΕ, ΟΡΑΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΨΗ
3	Η ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΔΕΔΗΛΩΜΕΝΗΣ
4	ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΕΔΗΛΩΜΕΝΗ
5	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ
6	ΚΡΙΣΕΙΣ, ΔΙΑΚΙΝΔΥΝΕΥΣΗ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ
7	ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΕΘΝΙΚΗΣ ΚΥΡΙΑΡΧΙΑΣ ΣΤΟ ΕΔΑΦΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΕΚΤΑΣΕΙΣ
8	ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΕΘΝΙΚΗΣ ΚΥΡΙΑΡΧΙΑΣ ΣΕ ΘΑΛΑΣΣΑ ΚΑΙ ΑΕΡΑ
9	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

2.4.Γ.1 | ΜΜΕ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ ΚΑΙ ΣΤΙΓΜΑΤΙΣΜΟΣ

Η υποενότητα επικεντρώνεται στη δημοσιογραφική κάλυψη έμφυλων ζητημάτων και ευάλωτων πληθυσμών, εξετάζοντας πώς τα ΜΜΕ συμβάλλουν στην αναπαραγωγή κοινωνικών στερεοτύπων και στιγματισμού. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αναπτύξουν δεξιότητες στην αναγνώριση της κοινωνικής επιρροής που ασκούν οι αφηγήσεις των media, ενώ θα κατανοήσουν τη σημασία της διαμόρφωσης κοινωνικών, πολιτικών και νομικών συμπεριφορών απέναντι στη διαφορετικότητα.

Η υποενότητα εστιάζεται επίσης στον ρόλο των ΜΜΕ ως φορείς συμβολικής βίας και ιδεολογικών μηχανισμών, που συχνά λειτουργούν κατασταλτικά απέναντι σε άτομα ή ομάδες που αποκλίνουν από τις κυρίαρχες κοινωνικές συντεταγμένες. Παράλληλα, αναλύεται το επικοινωνιακό μοντέλο των media ως παράγοντες διαμόρφωσης κοινής γνώμης, ιδιαίτερα σε ζητήματα έμφυλων ρόλων και «ετερότητας».

Η κατανόηση αυτών των θεμάτων θα ενισχυθεί με μελέτες περιπτώσεων, όπως τα «εγκλήματα τιμής», το προσφυγικό ζήτημα, και η κάλυψη θεμάτων που αφορούν μειονοτικές ομάδες όπως οι Ρομά, τα άτομα με αναπηρία, οι ψυχικά πάσχοντες και η κοινότητα ΛΟΑΤΚΙ+.

2.4.Γ.2 | ΜΜΕ, ΟΡΑΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αυτή η υποενότητα εξετάζει τη δυνατότητα των ΜΜΕ να ανατρέψουν στερεότυπα και να δημιουργήσουν νέες αφηγήσεις που προωθούν τη συμπερίληψη και τον σεβασμό της διαφορετικότητας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα ενθαρρυνθούν να αναπτύξουν δεξιότητες που προάγουν την ενσυναίσθηση και τη συναισθηματική νοημοσύνη, πέρα από την επαγγελματική δεοντολογία.

Θα διερευνηθεί κατά πόσο τα ΜΜΕ συμβάλλουν στην ορατότητα των ζητημάτων που αφορούν τους «άλλους» και στην κοινωνική τους αποδοχή. Θα εξεταστούν επίσης οι παράγοντες που επηρεάζουν την κοινωνικοποίηση της διαφορετικότητας και την επίδραση των media στη διαμόρφωση κοινωνικής και πολιτικής γνώμης.

Η υποενότητα θα περιλαμβάνει μελέτες περίπτωσης, όπως η αντιμετώπιση γυναικοκτονιών, η εμπορευματοποίηση των έμφυλων ρόλων, η προβολή της κοινότητας ΛΟΑΤΚΙ+ και η διαχείριση των θεμάτων ΑμεΑ. Επίσης, θα αναλυθούν οι διαφορετικές προσεγγίσεις των ΜΜΕ σε ζητήματα ενσωμάτωσης ειδικών ομάδων, όπως οι Ρομά και οι μετανάστες, και πώς αυτές διαμορφώνουν την κοινή γνώμη.

2.4.Γ.3 | Η ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΔΕΔΗΛΩΜΕΝΗΣ

Η υποενότητα συνδέεται με την επιδίωξη της ευρύτερης ενότητας να εκπαιδεύσει τους/τις σπουδαστές/-τριες σε θέματα πολιτειακής και συνταγματικής τάξης. Επικεντρώνεται στη δημοκρατική εναλλαγή των κυβερνήσεων και τη διασφάλιση της κοινοβουλευτικής εμπιστοσύνης.

Στις προεδρικές δημοκρατίες, ο Ανώτατος Άρχοντας πρέπει να εξασφαλίζει πλειοψηφία 50% + 1 είτε μέσω εκλεκτόρων (ΗΠΑ) είτε μέσω του εκλογικού σώματος (Γαλλία). Αντίθετα, στις προεδρευόμενες ή βασιλευόμενες κοινοβουλευτικές δημοκρατίες, η κυβέρνηση οφείλει να διαθέτει την εμπιστοσύνη της πλειοψηφίας του κοινοβουλίου.

Στην Ελλάδα, η αρχή της «δεδηλωμένης» θεσμοθετήθηκε από τον Χαρίλαο Τρικούπη το 1875, καθιερώνοντας την απαίτηση για την ύπαρξη της εμπιστοσύνης της πλειοψηφίας της Βουλής προς την κυβέρνηση. Το Σύνταγμα του 1975 και η αναθεώρηση του 1986 (άρθρο 37) κατοχύρωσαν πλήρως την αρχή αυτή. Σημειώνεται ότι η «δεδηλωμένη» αφορά την πλειοψηφία των αντιπροσώπων του κοινοβουλίου και όχι απαραίτητα την απόλυτη πλειοψηφία του εκλογικού σώματος, καθώς αυτή διαμορφώνεται από τα εκάστοτε εκλογικά συστήματα και τη διανομή των εδρών.

2.4.Γ.4 | ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΕΔΗΛΩΜΕΝΗ

Αυτή η υποενότητα, ως συνέχεια της προηγούμενης, εστιάζεται στην αρχή της δεδηλωμένης και τη σύνδεσή της με τη βουλευτική ελευθερία και τις πολιτικές εξελίξεις. Η αρχή αυτή σχετίζεται άμεσα με το δικαίωμα των βουλευτών να ψηφίζουν κατά συνείδηση, ειδικά σε περιπτώσεις όπου έχουν ανεξαρτητοποιηθεί ή διαγραφεί από τα κόμμά τους.

Τα πεδία επιβεβαίωσης της δεδηλωμένης, τα οποία μπορεί να οδηγήσουν σε παραιτήσεις κυβερνήσεων ή σε κρίσιμες ψηφοφορίες στη Βουλή, περιλαμβάνουν:

- α) Την ανάθεση κυβερνητικής εντολής: Πραγματοποιείται από τον/την Πρόεδρο της Δημοκρατίας, είτε αμέσως μετά τη διεξαγωγή εθνικών εκλογών είτε μετά την πτώση μιας κυβέρνησης.
- β) Την ψήφο εμπιστοσύνης: Η επιβεβαίωση της δεδηλωμένης στο κοινοβούλιο, η οποία απαιτεί τη σχετική πλειοψηφία των παρόντων βουλευτών/-τριών (που δεν μπορεί να είναι μικρότερη από 151 ψήφους σε πλήρη απαρτία, δηλαδή 50% + 1).
- γ) Την πρόταση δυσπιστίας (μομφής): Εξετάζεται έπειτα από πρωτοβουλία της αντιπολίτευσης. Η κυβέρνηση παραμένει στην εξουσία εάν η πρόταση καταψηφιστεί από την πλειοψηφία του όλου αριθμού των βουλευτών.
- δ) Τη διαδικασία παροχής ψήφου εμπιστοσύνης με πρωτοβουλία της κυβέρνησης: Ζητείται από την ίδια την κυβέρνηση προκειμένου να επιβεβαιώσει πανηγυρικά τη Δεδηλωμένη και τη συνοχή της κυβερνητικής πλειοψηφίας.

Μέσα από τη μελέτη συγκεκριμένων περιπτώσεων –όπως οι εναλλαγές μονοκομματικών και πολυκομματικών κυβερνήσεων, καθώς και οι κυβερνητικές συνεργασίες– οι σπουδαστές/-τριες θα αναπτύξουν δεξιότητες πολιτικής δημοσιογραφίας και συνταγματικής ερμηνείας. Παράλληλα, οι συζητήσεις και οι πρακτικές ασκήσεις εντός της τάξης θα ενισχύσουν την κριτική τους κατανόηση γύρω από τις σύγχρονες πολιτικές εξελίξεις.

2.4.Γ.5 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ

Αυτή η υποενότητα αποτελεί οργανικό μέρος της ενότητας «Ρεπορτάζ σε ειδικά θέματα», καθώς οι μεγάλες κρίσεις καλύπτονται εκτενώς από τα Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Ένα κρίσιμο ζήτημα είναι ότι οι δημοσιογράφοι, σε κάποιες περιπτώσεις, εμπλέκονται ενεργά στις κρίσεις. Παραδείγματα όπως ο «πόλεμος των σημαιών» στα Ίμια ή η τραγική κατάληξη στην υπόθεση ομηρείας του Σορίν Ματέι, όπου οι ρεπόρτερ παρενέβησαν, υποδεικνύουν τους κινδύνους αυτής της εμπλοκής. Η επικοινωνία στις κρίσεις αποτελεί καθοριστικό παράγοντα στη σωστή ή εσφαλμένη διαχείρισή τους. Οι καταρτιζόμενοι/-ες καλούνται να αναπτύξουν δεξιότητες αξιολόγησης πληροφοριών και να υιοθετήσουν επαγγελματικές στάσεις δεοντολογίας και ενσυναίσθησης. Η «κρίση» ορίζεται ως κάθε ισχυρή απειλή που διαταράσσει την κανονικότητα, από οικογενειακές ή επιχειρηματικές κρίσεις έως εθνικές ή παγκόσμιες καταστροφές. Η διαχείριση κρίσεων, ειδικά σε μεγάλους οργανισμούς, βασίζεται σε στρατηγικές πρόληψης, ανθεκτικότητας και συντονισμένης επικοινωνίας. Με αυτόν τον τρόπο, επιδιώκεται η αποτροπή των κινδύνων, η ορθή διαχείριση της κρίσης κατά την εξέλιξή της, καθώς και ο σχεδιασμός για την επιστροφή στην ομαλότητα.

2.4.Γ.6 | ΚΡΙΣΕΙΣ, ΔΙΑΚΙΝΔΥΝΕΥΣΗ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

Η παρούσα υποενότητα αποτελεί συνέχεια της προηγούμενης και εστιάζει στην ανάλυση ισχυρών κρίσεων, είτε εγχώριων είτε διεθνών, που επηρέασαν την επικράτεια. Στο πλαίσιο αυτό, οι σπουδαστές/-τριες θα εξετάσουν τουλάχιστον μία μελέτη περίπτωσης, όπως την ελληνοτουρκική ένταση του 1987 ή την τραγωδία στο Μάτι το 2018. Οι κρίσεις συχνά προκύπτουν από την έκθεση ενός οργανισμού σε κινδύνους, την κατάρρευση υποδομών ή την υπερεκτίμηση των δυνατοτήτων αντιμετώπισης.

Η ανάλυση της κάθε κρίσης θα πραγματοποιηθεί μέσα από ατομικές και ομαδικές εργασίες, βασισμένες σε πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές. Μέθοδοι όπως ο καταιγισμός ιδεών (brainstorming) και οι αγώνες επιχειρηματολογίας (debates) θα ενθαρρύνουν τους/τις σπουδαστές/-τριες να εξετάσουν ερωτήματα όπως: ήταν η κρίση αναπόφευκτη; Υπήρχαν αστοχίες στον σχεδιασμό; Πώς συντονίστηκαν οι φορείς στην επικοινωνιακή διαχείριση προς τους πολίτες; Η εξέταση τέτοιων κρίσεων θα βοηθήσει στην ανάπτυξη δεξιοτήτων αναλυτικής σκέψης, κριτικής αντίληψης και επαγγελματισμού, αναφορικά με τον τρόπο που διαχειρίζονται και παρουσιάζουν τις κρίσεις τα ΜΜΕ.

2.4.Γ.7 | ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΕΘΝΙΚΗΣ ΚΥΡΙΑΡΧΙΑΣ ΣΤΟ ΕΔΑΦΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΕΚΤΑΣΕΙΣ

Η παρούσα υποενότητα είναι άμεσα συνδεδεμένη με τη θεματική της βασικής ενότητας, καθώς αφορά ζητήματα βασικού γραμματισμού στο Διεθνές Δίκαιο και τις σχέσεις μεταξύ κρατών, ειδικά γειτονικών. Το αντικείμενο μελέτης για τα τμήματα ειδικότητας εστιάζεται στο αν τα σύνορα μιας χώρας ορίζουν μόνο τη γεωγραφική

της επικράτεια ή και την κυριαρχία της. Εξετάζεται εάν εντός των συνόρων του, κάθε κράτος έχει απόλυτη δυνατότητα επιβολής της εξουσίας του, είτε αυτό είναι δημοκρατικό είτε τυραννικό.

Η κυριαρχία κάθε κράτους αφορά κυρίως τα εδάφη του, συμπεριλαμβανομένων των χερσαίων και νησιωτικών περιοχών. Στα παραθαλάσσια κράτη, ωστόσο, οι υδάτινες οριογραμμές καθορίζονται από τη μέση γραμμή μεταξύ των απέναντι ακτών, όπως συμβαίνει για παράδειγμα στα ελληνοϊταλικά και ελληνοαιγυπτιακά σύνορα. Εντός των συνόρων, οι μεγάλες θαλάσσιες εκτάσεις θεωρούνται διεθνή ύδατα, όπου η κυριαρχία των κρατών περιορίζεται σε ζητήματα όπως η έρευνα και η διάσωση. Ωστόσο, η πλήρης εθνική κυριαρχία επανέρχεται στα χωρικά ύδατα, τα οποία, σύμφωνα με τη Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών για το Δίκαιο της Θάλασσας, εκτείνονται μέχρι τα 12 ναυτικά μίλια από τις ακτές και περιλαμβάνουν επίσης τα νησιά και τις βραχονησίδες που έχουν οικονομική δραστηριότητα.

2.4.Γ.8 | ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΕΘΝΙΚΗΣ ΚΥΡΙΑΡΧΙΑΣ ΣΕ ΘΑΛΑΣΣΑ ΚΑΙ ΑΕΡΑ

Η παρούσα υποενότητα επεκτείνει τη θεματική της προηγούμενης και επικεντρώνεται σε ζητήματα εθνικής κυριαρχίας στη θάλασσα και τον αέρα. Στην Ελλάδα, η επέκταση των χωρικών υδάτων στο Ιόνιο από τα 6 στα 12 ναυτικά μίλια, βάσει συμφωνίας με την Ιταλία το 2020, καθώς και οι μελλοντικές επεκτάσεις στο Λιβυκό πέλαγος, υποδεικνύουν τη διεύρυνση της εθνικής κυριαρχίας σε θαλάσσιες εκτάσεις. Ωστόσο, στο Αιγαίο, ο περιορισμός παραμένει στα 6 ναυτικά μίλια λόγω του τουρκικού “casus belli” από το 1995.

Η δημιουργία Αποκλειστικής Οικονομικής Ζώνης (ΑΟΖ) ενισχύει σημαντικά τα δικαιώματα ενός κράτους στη θάλασσα, επιτρέποντας την οικονομική εκμετάλλευση των πόρων σε ακτίνα έως και 200 ναυτικά μίλια από τις ακτές. Παραδείγματα αποτελούν οι σχετικές οριοθετήσεις μεταξύ Κύπρου, Ελλάδας, Ισραήλ και Αιγύπτου. Στον αέρα, η ελληνική κυριαρχία εκτείνεται στα 10 ναυτικά μίλια πάνω από τα χωρικά ύδατα, ενώ ο διεθνής εναέριος χώρος παραμένει υπό επιτήρηση για την ασφάλεια των πτήσεων μέσω του συστήματος FIR (Flight Information Region).

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με όρους όπως «παραβίαση», «παράβαση» και «αβλαβής διέλευση», και θα αναλύσουν συγκεκριμένα γεγονότα στις ελληνοτουρκικές σχέσεις. Επίσης, θα μελετήσουν περιπτώσεις ναυαγίων σε διεθνή ύδατα, όπως το ναυάγιο της Πύλου το 2023 και το Norman Atlantic το 2014. Η πρόσκληση ειδικών συντακτών σε θέματα διπλωματίας ή άμυνας θα ενισχύσει την κατανόηση του αντικειμένου.

2.4.Γ.9 | ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

Η παρούσα υποενότητα προσφέρει την ευκαιρία για ανάλυση ειδικών θεμάτων, που σχετίζονται με θεσμούς και καταστάσεις, κρατικών ή υπερεθνικών φορέων, τα οποία τροφοδοτούν την ειδησεογραφία και συμβάλλουν στην κατανόηση επίκαιρων γεγο-

νότων. Στόχος είναι η ανάπτυξη δεξιοτήτων ανάλυσης του ιστορικού υποβάθρου και αιτιολόγησης των γεγονότων από τους/τις σπουδαστές/-τριες. Ενδεικτικές θεματικές περιλαμβάνουν το αμερικανικό ομοσπονδιακό σύστημα, τη θανατική ποινή, το ζήτημα της οπλοφορίας, τις ανισότητες και τον ρατσισμό. Άλλα ζητήματα περιλαμβάνουν τη βουλευτική ασυλία, την παραπομπή υπουργών, τη διπλωματική ασυλία και θέματα που αφορούν τη διεθνή διπλωματία.

Προκλήσεις που αφορούν τη βιοηθική, όπως η κλωνοποίηση, τα εγκεφαλικά εμφυτεύματα και η τεχνητή νοημοσύνη, θα αναλυθούν στο πλαίσιο νέων προκλήσεων που προκύπτουν από την εξέλιξη της τεχνολογίας. Η υποενότητα στοχεύει επίσης στην ανάπτυξη δεοντολογικών στάσεων και ενσυναίσθησης στη δημοσιογραφική κάλυψη ευαίσθητων θεμάτων, όπως το Παλαιστινιακό ζήτημα, που απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή ώστε να αποφεύγονται στερεότυπα και προκαταλήψεις.

Η ενότητα θα συμπληρωθεί με ανάλυση της ανθρώπινης συμπεριφοράς, μέσω ψυχολογικών εργαλείων, με στόχο την κατανόηση των ψυχολογικών μηχανισμών που καθοδηγούν την ανθρώπινη δράση σε συνάρτηση με τα σύγχρονα ερεθίσματα.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Bauman, Z. (2007). *Ρευστός φόβος* (μτφρ. Θ. Γ. Καράμπελας). Αθήνα: Εκδόσεις Πολύτροπον.
2. Βερέμης, Θ. (2013). *Ιστορία των ελληνοτουρκικών σχέσεων 1453-2005*. Αθήνα: Εκδόσεις Ι. Σιδέρη.
3. Goleman, D. (1998). *Η συναισθηματική νοημοσύνη* (μτφρ. Α. Παπασταύρου). Αθήνα: Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα.
4. Ζώης, Γ. (2024). *Δίκαιο της Ανάγκης, κατάσταση πολιορκίας και έκτακτη νομοθετική διαδικασία*. Αθήνα Εκδόσεις Σάκκουλα.
5. Heath, R. (2010). *Διαχείριση κρίσεων. Αποτελεσματικές τεχνικές για επιχειρησιακή ετοιμότητα* (μτφρ. Β. Σωτηρίου). Αθήνα: Εκδόσεις Μ. Γκιούρδα.
6. Πόππερ, Κ. (1980). *Η ανοιχτή κοινωνία και οι εχθροί της* (τόμος Ι), (μτφρ. Ε. Παπαδάκη). Αθήνα: Εκδόσεις Δωδώνη.
7. Rifkin, J. (1998). *Ο αιώνας της βιοτεχνολογίας. Γενετικό εμπόριο και η αυγή του θαυμαστού καινούριου κόσμου* (μτφρ. Μ.-Α. Αλαβάνου). Αθήνα: Εκδόσεις Λιβάνη.
8. Σπυρόπουλος, Φ. (2020). *Συνταγματικό Δίκαιο*. Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.
9. Συρίγος, Α. & Ντόκος, Θ. (2020). *Τουρκικές διεκδικήσεις σε Αιγαίο και Ανατολική Μεσόγειο, Αλφαβητάρι των ελληνοτουρκικών σχέσεων*. Αθήνα: «Η Καθημερινή της Κυριακής», ειδική έκδοση.
10. Συλλογικό Έργο. (2022). *Ανατέμνοντας τον ρατσισμό. Δέκα και ένα δοκίμια* (επιμ. Δ. Ασημακοπούλου). Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο.

Συμπληρωματικές

1. [Αρχείο ελληνικού Τύπου προ του 2000]. *Αρθρογραφία σε θέματα εγκληματικότητας, με έμφαση στα εγκλήματα «πάθους», «τιμής» και ρατσισμού*. Αθήνα: Διάφορες Εκδόσεις/Ιστορικά Αρχεία Εφημερίδων.
2. ΚΕΔΙΒΙΜ, ΕΚΠΑ (χ.χ.). *Οδηγός σπουδών (e-Learning) προγράμματος «Διαχείριση Σύγχρονων Κρίσεων από Κρατικούς Φορείς»*. Αθήνα: Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Ανακτήθηκε από: **«Διαχείριση Σύγχρονων Κρίσεων από Κρατικούς Φορείς»**.
3. Υπουργείο Εξωτερικών. (χ.χ.). *Ζητήματα ελληνοτουρκικών σχέσεων*. Αθήνα: Υπουργείο Εξωτερικών. Ανακτήθηκε από: <https://www.mfa.gr>
4. Serrano, R. (2022). *Μπορούμε και καλύτερα. Ζώντας και μεγαλώνοντας εκτός ετεροκανονικότητας* (μτφρ. Κ. Μποσινάκη). Αθήνα: Εκδόσεις Oposito.
5. Simmel, G. (2017). *Μητροπολιτική αίσθηση. Οι μεγαλουπόλεις και η διαμόρφωση της συνείδησης – Κοινωνιολογία των αισθήσεων* (μτφρ. Ι. Μεϊτάνη). Αθήνα: Εκδόσεις Άγγρα.

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Στόχος της μαθησιακής ενότητας «Αγορά των ΜΜΕ» είναι να περιγράψει το τοπίο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς, από μια οικονομική και πολιτική σκοπιά. Παράλληλα, εξετάζει τα ΜΜΕ ως επιχειρήσεις που έχουν ως στόχο την κερδοφορία, πέρα από την ενημέρωση του κοινού γύρω από τα καίρια γεγονότα της επικαιρότητας. Στόχος του συγκεκριμένου μαθήματος είναι να μελετήσει τους τρεις βασικούς πυλώνες των ΜΜΕ, δηλαδή την ιδιοκτησία των μέσων, τους/τις επαγγελματίες δημοσιογράφους και το κοινό, αναλύοντας τη μεταξύ τους σχέση. Επιπλέον, το μάθημα παρουσιάζει τις διαδικασίες ανάπτυξης και αλλαγής της βιομηχανίας των ΜΜΕ στο πέρασμα των χρόνων, δίνοντας έμφαση στις πολιτικές, οικονομικές και τεχνολογικές μεταβολές που συνέβαλαν στην αναδιαμόρφωση του επικοινωνιακού τοπίου παγκοσμίως. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσω της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας, θα έχουν επίσης τη δυνατότητα να ανακαλύψουν έννοιες-κλειδιά σχετικά με την αγορά και τη βιομηχανία των ΜΜΕ, καθώς και να εξερευνήσουν όλες τις διαδικασίες που παρεμβάλλονται κατά την παραγωγή του περιεχομένου των μέσων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Περιγράφουν τον τρόπο διοίκησης των ΜΜΕ στην Ελλάδα και στο εξωτερικό,
- Εξηγούν τι είναι οι όμιλοι ΜΜΕ,
- Ερμηνεύουν το πώς οι όμιλοι ΜΜΕ διαμορφώνουν την παγκόσμια αγορά στον χώρο των ΜΜΕ,
- Αναγνωρίζουν τον ρόλο της διαφήμισης και των μετρήσεων στην αγορά των ΜΜΕ,
- Ελέγχουν τις συνθήκες ανάπτυξης επιχειρηματικής δράσης στον χώρο των ΜΜΕ,
- Χρησιμοποιούν κριτική ματιά για να εκφράζουν άποψη για το ιδιοκτησιακό καθεστώς των ΜΜΕ,
- Παρουσιάζουν αριθμητικά στοιχεία που αφορούν τα οικονομικά του ειδησεογραφικού οργανισμού/εταιρείας όπου εργάζονται,
- Υπολογίζουν τον ανταγωνισμό,
- Σχεδιάζουν κινήσεις αύξησης της αναγνωσιμότητας/τηλεθέασης/ακροαματικότητας του μέσου στο οποίο εργάζονται,
- Υιοθετούν πρακτικές υγιούς ανταγωνισμού κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους,
- Επικρίνουν συμπεριφορές που δεν συνάδουν με την ηθική και τη δεοντολογία.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Ενημερωτικό/πληροφοριακό προϊόν / Κόστος προϊόντος / Εμπορευσιμότητα προϊόντος / «Δωρεάν» ενημέρωση / Πόροι ενημέρωσης / Επιχειρήσεις ΜΜΕ / Όμιλοι ΜΜΕ / Ανταγωνισμός / Τηλεθέαση, ακροαματικότητα, αναγνωσιμότητα / Μετρήσεις και δεδομένα / Κερδοφορία και ζημία / Παραδοσιακοί εκδότες και αγορά / Νέοι εκδότες και αγορά / Παγκόσμιο χωριό / Πολυμεσικές πλατφόρμες / Βιομηχανία θεάματος/ακροάματος / Διαπλοκή / Αξιολόγηση ελευθεροτυπίας / Διαφημιστική εξουσία.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	Η ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ ΩΣ ΠΡΟΪΟΝ
2	ΤΑ ΝΕΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ Η ΝΕΑ ΑΓΟΡΑ
3	ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΗΣ «ΔΩΡΕΑΝ» ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
4	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΕΣ ΚΑΙ ΜΜΕ: Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΥΠΟΒΟΛΕΑ
5	ΜΕΘΟΔΟΙ ΜΕΤΡΗΣΕΩΝ
6	ΜΕΤΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ
7	Η ΚΡΑΤΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
8	Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΣΤΟ «ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΧΩΡΙΟ»
9	ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΙ ΚΑΙ ΝΕΟΙ ΕΚΔΟΤΕΣ/ΙΔΙΟΚΤΗΤΕΣ
10	ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΕΣ ΚΑΙ ΟΛΙΓΟΠΩΛΙΑ
11	Η ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Κείμενο αναφοράς

2.4.Δ.1 | Η ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ ΩΣ ΠΡΟΪΟΝ

Η παρούσα υποενότητα, ως εισαγωγή στην «Αγορά των ΜΜΕ», συνδέεται στενά με τα βασικά κεφάλαια της ειδικότητας «Δημοσιογραφία, Επικοινωνία και Νέα Μέσα». Οι σπουδαστές/-τριες έχουν ήδη κατανοήσει ότι η πληροφορία, η ενημέρωση και η ψυχαγωγία που προσφέρουν τα ΜΜΕ δεν αποτελούν απλώς ουδέτερα δεδομένα, αλλά εμπορεύματα με οικονομική αξία. Αυτά τα προϊόντα παράγονται, επεξεργάζονται και προσφέρονται στην αγορά, ακολουθώντας τις αρχές της οικονομικής επιστήμης. Ανάλογα με το είδος τους, το κόστος παραγωγής και η τιμή τους διαμορφώνονται ανάλογα, ενώ οι πηγές εσόδων μπορεί να είναι εμφανείς ή κρυφές, όπως στην περίπτωση της διφήμισης που χρηματοδοτεί τα «δωρεάν» ΜΜΕ (ραδιοτηλεόραση, ιστοσελίδες).

Σκοπός της υποεπενδύσεως είναι να ενισχύσει τις δεξιότητες των σπουδαστών/-τριών στην κατανόηση της αλυσίδας παραγωγής των δημοσιογραφικών προϊόντων, καθώς και των ρόλων τους στην αγορά αυτής μελλοντικοί/-ές επαγγελματίες. Η ανάλυση θα βασιστεί σε συγκεκριμένες μελέτες περίπτωσης, παρέχοντας πρακτικά παραδείγματα της λειτουργίας της σύγχρονης αγοράς των ΜΜΕ.

2.4.Δ.2 | ΤΑ ΝΕΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ Η ΝΕΑ ΑΓΟΡΑ

Η υποεπένδυση αυτή εστιάζεται στη διαρκή εξέλιξη των ΜΜΕ με βάση τα νέα τεχνολογικά επιτεύγματα και την αντίστοιχη διεύρυνση της αγοράς τους, φέρνοντας τόσο ευκαιρίες όσο και προκλήσεις. Αλληλοτροφοδοτείται με τις ενότητες που αφορούν τη δημοσιογραφία, τα νέα μέσα και την επικοινωνία, αναδεικνύοντας τον τρόπο με τον οποίο η πληροφορία μετατρέπεται σε προϊόν. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναπτύξουν δεξιότητες άντλησης, επεξεργασίας και διανομής πληροφοριών μέσα σε ένα χαώδες ψηφιακό περιβάλλον, τονίζοντας την ανάγκη για ποιοτική διαχείριση του παρεχόμενου.

Η ιστορική πορεία των ΜΜΕ αναδεικνύεται μέσα από την εξέλιξή τους, από τις πρώτες έντυπες εκδόσεις και εφημερίδες μέχρι τα πολυμεσικά “New Media”. Η τεχνολογία επηρέασε τη δημοσιογραφία, από τον τηλεγράφο και την τυπογραφία μέχρι την παγκοσμιοποίηση των πληροφοριών μέσω του Διαδικτύου και της ψηφιακής πλατφόρμας, όπως είναι η Google και η Meta. Σήμερα, η αγορά των ΜΜΕ έχει διευρυνθεί, με τεράστιους όγκους πληροφορίας και πολλές επιχειρήσεις που κινούνται στον τριτογενή τομέα της οικονομίας, επηρεάζοντας σημαντικά τις κοινωνίες και τις αγορές.

Η ανάλυση αυτών των θεμάτων στα τμήματα ειδικότητας θα περιλαμβάνει μελέτες περίπτωσης, που θα συνδέονται τόσο με τις παγκόσμιες εξελίξεις όσο και με τις τοπικές αλλαγές στην ελληνική αγορά των ΜΜΕ

2.4.Δ.3 | ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΗΣ «ΔΩΡΕΑΝ» ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Η παρούσα εκπαιδευτική υποεπένδυση εστιάζεται στη διερεύνηση της διαδικασίας ανταλλαγής, τιμολόγησης και αγοράς του ειδησεογραφικού και ψυχαγωγικού προϊόντος, με κύρια πηγή χρηματοδότησης τη διαφήμιση. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα κατανοήσουν πώς τα ΜΜΕ, παρά την παροχή δωρεάν περιεχομένου, κερδοφορούν μέσω διαφημίσεων και πώς αυτή η διαφημιστική δαπάνη τελικά επιβαρύνει τον/την καταναλωτή/-τρια.

Συγκεκριμένα, στα τμήματα ειδικότητας θα αναλυθεί το παλιό δημοσιογραφικό ρητό «τη δωρεάν ενημέρωση την πληρώνεις στο σουπερμάρκετ», το οποίο αναφέρεται στη μεταφορά του κόστους διαφήμισης στην τιμή των προϊόντων και υπηρεσιών. Οι ιδιωτικοί ραδιοτηλεοπτικοί σταθμοί και οι διαδικτυακές ιστοσελίδες, με εξαίρεση τις συνδρομητικές υπηρεσίες, προσφέρουν δωρεάν περιεχόμενο, το οποίο χρηματοδοτείται κυρίως από διαφημίσεις. Καθώς οι διαφημίσεις στα ΜΜΕ κοστίζουν ακριβά, ιδιαίτερα σε ζώνες υψηλής τηλεθέασης, το κόστος αυτό μεταφέρεται στον/στην τε-

λικό/-ή καταναλωτή/-τρια μέσω της αύξησης των τιμών των διαφημιζόμενων προϊόντων και υπηρεσιών.

Η ανάλυση θα περιλαμβάνει παραδείγματα διαφημιστικών εσόδων των ΜΜΕ, τη διανομή της διαφημιστικής δαπάνης ανά κατηγορία μέσων και τις διαφορές στις τιμές διαφημιζόμενων προϊόντων σε σχέση με προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

2.4.Δ.4 | ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΕΣ ΚΑΙ ΜΜΕ: Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΥΠΟΒΟΛΕΑ

Η παρούσα υποενότητα εστιάζει στην ανάλυση της σχέσης αλληλεξάρτησης και αλληλοτροφοδότησης μεταξύ ΜΜΕ και διαφημιστικών εταιρειών, εξηγώντας συμπεριφορές των ΜΜΕ που σχετίζονται με τη διαφήμιση και το κόστος της «δωρεάν» ενημέρωσης. Οι σπουδαστές/-τριες θα μελετήσουν τις δυναμικές αυτές και θα κατανοήσουν τη δραστική παρέμβαση των διαφημιστικών εταιρειών στο προϊόν των Μέσων.

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η επιβολή playlists στους ραδιοφωνικούς σταθμούς από δισκογραφικές εταιρείες ή η έμμεση επιρροή των διαφημιστικών εταιρειών στην κατεύθυνση της ειδησεογραφίας. Για παράδειγμα, εταιρείες που κατηγορούνται για περιβαλλοντική ρύπανση μπορούν, μέσω διαφημιστικών καμπανιών, να αποκλείσουν «εχθρικά» ΜΜΕ και να εξασφαλίσουν θετικές δημοσιεύσεις. Επιπλέον, οι διαφημιστικές εταιρείες, επιδιώκοντας να επηρεάσουν το γενικό καταναλωτικό κοινό, στοχεύουν στη διαμόρφωση του περιεχομένου των Μέσων, έτσι ώστε αυτό να ανταποκρίνεται στον/στη «μέσο/-η» καταναλωτή/-τρια.

Αυτές οι πρακτικές αναλύονται μέσω επικοινωνιακών μοντέλων, όπως η θεωρία «χρήσεων και ικανοποιήσεων» (uses and gratifications theory) και η «δραματοποίηση». Τα μοντέλα αυτά εξηγούν πώς τα ΜΜΕ επιλέγουν και παρουσιάζουν τις ειδήσεις ή πώς διαμορφώνονται τα ψυχαγωγικά τους προϊόντα, όπως οι τηλεοπτικές σειρές. Οι σπουδαστές/-τριες θα αναπτύξουν δεξιότητες ορθολογικής αξιολόγησης των Μέσων, με έμφαση στην πολιτική οικονομία τους, αποφεύγοντας απλουστευτικές ερμηνείες, όπως οι θεωρίες συνωμοσίας.

2.4.Δ.5 | ΜΕΘΟΔΟΙ ΜΕΤΡΗΣΕΩΝ

Η παρούσα υποενότητα εστιάζεται στην κατανόηση της οικονομικής βιωσιμότητας των ΜΜΕ, η οποία επιτυγχάνεται σε μεγάλο βαθμό μέσω της προσέγκυσης διαφημίσεων. Αρχικά, η εμβάθυνση αυτή επικεντρώνεται στη λειτουργία των ΜΜΕ ως μεμονωμένων οντοτήτων, όπως εφημερίδες, ραδιοτηλεοπτικοί σταθμοί και ιστοσελίδες. Η δεύτερη διάσταση εξετάζει τις χρονικές ζώνες και τα πεδία επισκεψιμότητας του κοινού, στοιχεία που ενδιαφέρουν άμεσα τους διαφημιστές.

Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα κατανοήσουν ότι η μέτρηση της κυκλοφορίας, της ακροαματικότητας και της τηλεθέασης, όπως και της επισκεψιμότητας στις ψηφιακές πλατφόρμες, είναι κρίσιμη για την οικονομική επιτυχία των ΜΜΕ. Οι μετρήσεις αυτές, ακόμη και για τα έντυπα και τα κρατικά κανάλια, διαμορφώνουν τις αποφάσεις των διαφημιστών και επηρεάζουν άμεσα τα διαφημιστικά έσοδα.

- Στην πορεία της υποεπένδυσης, θα αναλυθούν οι διαφορετικές μέθοδοι μέτρησης:
- α) Για τα έντυπα: Ο αριθμός των πωληθέντων φύλλων (κυκλοφορία) παραμένει το σημαντικότερο κριτήριο.
 - β) Στο ραδιόφωνο: Οι μετρήσεις γίνονται μέσω τηλεφωνικών ή προσωπικών συνεντεύξεων, όπως η έρευνα Focus Bari.
 - γ) Στην τηλεόραση: Οι μηχανικές καταγραφές μέσω ειδικών τηλεμετρητών (όπως της AGB Nielsen) αποτελούν τη βασική μέθοδο.
 - δ) Στα Νέα Μέσα: Οι μετρήσεις βασίζονται σε ποσοτικά δεδομένα ψηφιακών πλατφορμών και εργαλείων analytics, όπως οι μοναδικοί χρήστες (unique visitors), οι προβολές σελίδας (pageviews) και ο χρόνος παραμονής στις αναρτήσεις.

Μέσα από πρακτικά παραδείγματα και μελέτες περίπτωσης, οι σπουδαστές/-τριες θα αναπτύξουν δεξιότητες στην ανάγνωση και την αξιολόγηση αυτών των μετρήσεων, καθώς και στην κατανόηση της σημασίας των ποιοτικών χαρακτηριστικών του κοινού σε συνδυασμό με τα ποσοτικά δεδομένα.

2.4.Δ.6 | ΜΕΤΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

Η παρούσα υποεπένδυση συνδέεται άμεσα με τον κεντρικό κορμό της ειδικότητας και εστιάζει στην αντιφατική σχέση που συχνά παρουσιάζουν τα πορίσματα των μετρήσεων των ΜΜΕ με την πραγματικότητα.

Συγκεκριμένα, οι σπουδαστές/-τριες θα εισαχθούν στην έννοια των μετρήσεων ακροαματικότητας, τηλεθέασης και επισκεψιμότητας, καθώς και στη σύγκριση αυτών με τις δημοσκοπήσεις πολιτικών και κοινωνικών τάσεων, οι οποίες συχνά αμφισβητούνται. Θα συζητηθεί η πιθανότητα οι δημοσκοπήσεις να λειτουργούν ως «αυτοεκπληρούμενες προφητείες» επηρεάζοντας το εκλογικό σώμα, ενώ οι μετρήσεις των ΜΜΕ χρησιμοποιούνται περισσότερο ως πληροφορία για το ευρύ κοινό και ως εργαλείο για τους/τις επαγγελματίες του χώρου.

Μέσω αυτής της υποεπένδυσης, θα εξεταστεί πώς τα αποτελέσματα των μετρήσεων αναπροσαρμόζουν τη στρατηγική των δημοσιογραφικών και διαφημιστικών οργανισμών. Σημαντικό παράδειγμα αποτελεί η AGB και οι αμφισβητήσεις γύρω από την αξιοπιστία των μετρήσεων της από την πλευρά των διαφημιστών/-τριών, οι οποίοι/-ες αμφιβάλλουν κατά πόσο το «μέσο στατιστικό δείγμα» αντανάκλα την πραγματική συμπεριφορά του κοινού. Οι σπουδαστές/-τριες θα εξετάσουν εάν οι καταναλωτές/-τριες ακολουθούν μηχανικά τις επιλογές που υποδεικνύουν οι μετρήσεις ή εάν υπάρχει απόκλιση μεταξύ των καταγραφών και της πραγματικής συμπεριφοράς του κοινού.

Η διερεύνηση της ενότητας θα υποστηριχθεί από μελέτες περίπτωσης, οι οποίες θα αναλύσουν τις αντιδράσεις των διαφημιστικών οργανισμών στις μετρήσεις, καθώς και την επιρροή των διαφημίσεων στα ΜΜΕ. Με αυτόν τον τρόπο, θα ενισχυθούν οι δεξιότητες των σπουδαστών/-τριών στην ανάλυση της διαφημιστικής ροής

και της σχέσης της με τα ποσοτικά αποτελέσματα μετρήσεων, όπως η κυκλοφορία των εφημερίδων, η ακροαματικότητα του ραδιοφώνου και η επισκεψιμότητα των ιστοσελίδων.

2.4.Δ.7 | Η ΚΡΑΤΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Η παρούσα υποενότητα αποτελεί συνέχεια της ανάλυσης της αγοράς των ΜΜΕ, με εστίαση στους κρατικούς πόρους και τη χρηματοδότηση των Μέσων από δημόσιο χρήμα. Οι σπουδαστές/-τριες θα επεκταθούν στη μελέτη των κρατικών εσόδων που διοχετεύονται στα ΜΜΕ, πέρα από τα έσοδα της ελεύθερης αγοράς.

Σημαντικές περιπτώσεις κρατικής χρηματοδότησης περιλαμβάνουν την προώθηση προγραμμάτων όπως το ΕΣΠΑ, τις καμπάνιες των ΔΕΚΟ, τις πολιτικές διαφημίσεις και τις υγειονομικές καμπάνιες (όπως αυτές κατά την περίοδο της πανδημίας Covid-19, οι οποίες δημιούργησαν έντονη συζήτηση για τη διανομή των κονδυλίων στα ΜΜΕ). Εκτός από τις εμφανείς ροές χρηματοδότησης, η υποενότητα θα εξετάσει και τις αφανείς πλευρές, όπως τα μυστικά κονδύλια που διαχειρίζονται Υπουργεία και κρατικές υπηρεσίες για προπαγανδιστικούς σκοπούς. Θα συζητηθεί επίσης ο ρόλος των αργομισθιών, των κρατικών θέσεων και της επιρροής της κρατικής εξουσίας στα ΜΜΕ μέσα από χρηματοδοτήσεις που δεν είναι πάντα ελεγχόμενες.

Στόχος της υποενότητας είναι η ανάπτυξη δεξιοτήτων αναγνώρισης των διαφόρων μορφών κρατικής χρηματοδότησης και η κατανόηση των επιπτώσεων αυτών στην ελευθεροτυπία. Μέσω μελετών περίπτωσης, όπως τα μυστικά κονδύλια του «Μακεδονικού» και η διαπλοκή των ΜΜΕ με την κρατική εξουσία, οι σπουδαστές/-τριες θα έχουν την ευκαιρία να εξετάσουν τον ρόλο της κρατικής παρέμβασης και τις ηθικές προεκτάσεις για τους/τις μελλοντικούς/-ές δημοσιογράφους.

2.4.Δ.8 | Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΣΤΟ «ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΧΩΡΙΟ»

Η παρούσα υποενότητα επικεντρώνεται στην έννοια του «Παγκόσμιου Χωριού», την οποία εισήγαγε ο Καναδός ακαδημαϊκός Μάρσαλ ΜακΛούαν. Στόχος της είναι να συνδέσει τη θεωρία αυτή με τα κεφάλαια της ειδικότητας που αφορούν τα νέα μέσα και την επικοινωνία, βοηθώντας τους/τις σπουδαστές/-τριες να κατανοήσουν την παγκόσμια επικοινωνία και τη διακίνηση πληροφοριών, αγαθών, κεφαλαίων, καθώς και των πολιτισμικών τάσεων.

Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα εξετάσουν πώς, μέσω της παγκόσμιας συνδεσιμότητας και της ταχύτητας των New Media, δημιουργείται μια παγκόσμια ενοποίηση, αλλά ταυτόχρονα και ένας κατακερματισμός σε επιμέρους τάσεις και πολιτισμικές «φυλές». Οι παγκόσμιες επιχειρήσεις επωφελούνται από αυτή την τάση, ενώ οι πληροφορίες μετατρέπονται σε προϊόντα με διαφημιστικά κίνητρα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα διερευνήσουν τη μη ουδετερότητα της πληροφορίας, καθώς αυτή συχνά διαμορφώνεται από τις σκοπιμότητες των πομπών (δημοσιογράφοι, επιχειρήσεις) και τις αντιλήψεις των δεκτών.

Μέσα από μελέτες περίπτωσης, όπως η παγκόσμια διαφήμιση μεγάλων brands ή η δράση εναλλακτικών ομάδων (όπως οι αντιεμβολιαστικές οργανώσεις), οι σπουδαστές/-τριες θα αναπτύξουν δεξιότητες ανάλυσης των ροών και των σκοπιμοτήτων της πληροφορίας στο σύγχρονο Παγκόσμιο Χωριό.

2.4.Δ.9 | ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΙ ΚΑΙ ΝΕΟΙ ΕΚΔΟΤΕΣ/ΙΔΙΟΚΤΗΤΕΣ

Η παρούσα υποενότητα επικεντρώνεται στους επενδυτές και ιδιοκτήτες των μέσων, αναλύοντας τη σχέση τους με την αγορά των ΜΜΕ. Στην Ελλάδα, ο όρος «εκδότης» χρησιμοποιείται παραδοσιακά για τους ιδιοκτήτες των ΜΜΕ, ανεξαρτήτως αν πρόκειται για έντυπα, ραδιοτηλεοπτικά ή ψηφιακά μέσα. Γνωστές οικογένειες όπως ο Λαμπράκης και η Βλάχου κυριάρχησαν ιστορικά στον χώρο, ενώ ανεξάρτητες προσπάθειες, όπως η «Ελευθεροτυπία» (με το συνεταιριστικό ή πολυμετοχικό της μοντέλο), προσέφεραν εναλλακτικές μορφές ιδιοκτησίας.

Παγκοσμίως, η συγκέντρωση της ιδιοκτησίας σε λίγα χέρια, με χαρακτηριστικά παραδείγματα όπως ο Ρούπερτ Μέρντοχ, οδήγησε σε έντονα συγκεντρωτικά φαινόμενα. Αντίστοιχο παράδειγμα αποτελεί ο «Μπερλουσκονισμός» στην Ιταλία, όπου η ιδιοκτησία πολλών και διαφορετικών ΜΜΕ από τον ίδιο άνθρωπο επηρέασε άμεσα το πολιτικό και κοινωνικό τοπίο της χώρας.

Οι σπουδαστές/-τριες θα εξετάσουν τις επιπτώσεις αυτού του συγκεντρωτισμού στην ελευθερία του Τύπου, καθώς και τη σχέση των ιδιοκτητών με τις πολιτικές ελίτ. Μέσα από αυτή τη διαδικασία, θα αναπτύξουν κριτική σκέψη γύρω από τις παρασκηνιακές επιρροές που ασκούνται καθημερινά μέσω των ΜΜΕ.

2.4.Δ.10 | ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΕΣ ΚΑΙ ΟΛΙΓΟΠΩΛΙΑ

Η παρούσα υποενότητα εστιάζεται στη μεταβολή της ιδιοκτησίας των ΜΜΕ και τη σχέση με την αγορά και την πολιτική. Οι σπουδαστές/-τριες θα κατανοήσουν πως η ιδιοκτησία των ενημερωτικών οργανισμών έχει περάσει σε επενδυτές που βλέπουν τα ΜΜΕ ως μέσο προώθησης των επιχειρηματικών και πολιτικών τους συμφερόντων. Οι ιδιοκτήτες συχνά χρησιμοποιούν τα μέσα για να επηρεάσουν την κοινή γνώμη ή να ενισχύσουν τη θέση τους στην αγορά, εντείνοντας τη σχέση διαπλοκής με την πολιτική εξουσία.

Ειδικότερα, στην Ελλάδα, η ιδιοκτησία των ΜΜΕ έχει περάσει από τους παραδοσιακούς εκδότες σε μεγαλοεπιχειρηματίες, όπως εργολάβους και εφοπλιστές, ενισχύοντας τα συμφέροντά τους σε πολλαπλά επίπεδα. Οι σπουδαστές/-τριες θα μελετήσουν περιπτώσεις όπως το «Φαινόμενο Κοσκωτά» και τις μεταβιβάσεις του Mega, αναπτύσσοντας δεξιότητες ανάλυσης της ιδιοκτησίας των μέσων και των επιπτώσεών της στη δημοσιογραφία.

2.4.Δ.11 | Η ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η παρούσα υποενότητα εξετάζει τη δημοσιογραφική αγορά εργασίας στο πλαίσιο της ευρύτερης ενότητας για τα ΜΜΕ. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναπτύξουν δεξιότητες αξιολόγησης θέσεων απασχόλησης και προσαρμογής στις ειδικές απαιτήσεις του επαγγέλματος, ενώ παράλληλα θα ενθαρρυνθούν να υιοθετήσουν στάσεις συναδελφικότητας σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Η δημοσιογραφική εργασία καλύπτεται από Συλλογικές Συμβάσεις των Ενώσεων Συντακτών, Ατομικές Συμβάσεις ή από το καθεστώς της Αυτοαπασχόλησης (δελτίο παροχής υπηρεσιών). Παράλληλα, η τεχνολογική πρόοδος έχει οδηγήσει στην εμφάνιση νέων θέσεων εργασίας, αλλά και σε πολυμεσεικούς ρόλους που απαιτούν ιδιαίτερα εντατικοποιημένους ρυθμούς από την πλευρά των εργαζομένων. Παρά την προβλεπόμενη συνταγματική διάταξη για τη ρύθμιση της άσκησης του επαγγέλματος, σχετικός εκτελεστικός νόμος δεν έχει ψηφιστεί, με αποτέλεσμα οι όροι εργασίας να ορίζονται κυρίως από τις κατά τόπους Ενώσεις και τις υπογραφείσες Συμβάσεις.

Η ανάλυση αυτών των θεμάτων θα ενισχυθεί με εκπαιδευτικές επισκέψεις σε Ενώσεις Συντακτών (όπως η ΕΣΗΕΑ) ή με προσκλήσεις επαγγελματιών του χώρου στα τμήματα ειδικότητας, προκειμένου να συζητηθούν εκτενώς οι σύγχρονες προκλήσεις και οι ευκαιρίες στη δημοσιογραφική αγορά εργασίας.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Castells, M. (2005). *Ο γαλαξίας του Διαδικτύου. Στοχασμοί για το Διαδίκτυο, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία* (μτφρ. Ε. Αστερίου). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
2. Δεμερτζής, Ν. (2002). *Πολιτική Επικοινωνία: Διακινδύνευση, Δημοσιότητα, Διαδίκτυο*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
3. Jeanneney, J.-N. (2005). *Η ιστορία των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης από την εμφάνισή τους έως τις μέρες μας* (μτφρ. Ν. Μπαλτά). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαδήμα.
4. Ζώτος, Γ. κ.ά. (2008). *Διαφήμιση*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις University Studio Press.
5. Κάβουρα, Α. (2016). *Επικοινωνία και Διαφήμιση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Διόνικος.
6. McLuhan, M. (1990). *Media: οι προεκτάσεις του ανθρώπου*. Αθήνα: Εκδόσεις Κάλβος.
7. Μήτρου, Λ., Πισκοπάνη, Α.-Μ., Τάσσης, Σ., Καρύδα, Μ. & Κοκολάκης, Σ. (2013). *Facebook, blogs και δικαιώματα*. Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.
8. Παπαθανασόπουλος, Σ. (επιμ.). (2011). *Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21ο αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
9. Συλλογικό Έργο. (2009). *Δημοσιογράφοι και εκδότες ΜΜΕ. Ζητήματα πνευματικής ιδιοκτησίας* (επιμ. Ε. Σταματουδάκη). Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.
10. Συλλογικό Έργο. (2013). *Η κρίση και τα ΜΜΕ* (επιμ. Γ. Πλειός). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

Συμπληρωματικές

1. Bolz, N. (2008). *Το αλφαριθμητικό των Μέσων* (μτφρ. Λ. Αναγνώστου). Αθήνα: Εκδόσεις Σμίλη.
2. Πασαλάρης, Χ. (1994). *Οι Βαρώνοι των Media*. Αθήνα: Εκδόσεις Ζάρβανος.
3. Χτούρης, Σ. Ν. (1997). *Μεταβιομηχανική κοινωνία και η κοινωνία της πληροφορίας. Παγκόσμια δίκτυα: ο ρόλος τους στη νέα κοινωνική διαφοροποίηση*. Αθήνα: Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα.

2.4.Ε • ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΗ ΕΝΤΥΠΩΝ ΜΕΣΩΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας «Οργάνωση και έκδοση έντυπων μέσων» είναι να εισαγάγει τους/τις καταρτιζόμενους /ες στον τρόπο οργάνωσης, συντονισμού και παραγωγής των έντυπων μέσων (εφημερίδων και περιοδικών). Οι καταρτιζόμενοι/-ες, μέσα από το συγκεκριμένο μάθημα, θα εντρυφήσουν στον τρόπο λειτουργίας

των εφημερίδων και των περιοδικών και θα αποκτήσουν μια κριτική ματιά για τα θέματα που απασχολούν τον ημερήσιο και τον περιοδικό Τύπο. Επιπλέον, μέσω της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αποκτήσουν εμπειρία στη συγγραφή δημοσιογραφικών κειμένων που προορίζονται για την εφημερίδα και το περιοδικό, ανακαλύπτοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τις ομοιότητες και τις διαφορές των δύο αυτών μέσων. Ακόμη θα μάθουν για τη σημασία της σελιδοποίησης στα έντυπα και θα αντιληφθούν το πώς η διάρθρωση του εντύπου καθορίζει σε πολλές περιπτώσεις το περιεχόμενο.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Περιγράφουν τον τρόπο λειτουργίας των εφημερίδων και των περιοδικών,
- Απαριθμούν τις ομοιότητες και τις διαφορές του ημερήσιου από τον περιοδικό Τύπο,
- Προσδιορίζουν τις ιδιαιτερότητες της θεματολογίας του ημερήσιου και του περιοδικού Τύπου,
- Καταρτίζουν την ατζέντα μιας εφημερίδας και ενός περιοδικού,
- Συντάσσουν δημοσιογραφικά κείμενα τα οποία προορίζονται για δημοσίευση σε εφημερίδες και περιοδικά,
- Οργανώνουν τη δομή μιας εφημερίδας και ενός περιοδικού,
- Χρησιμοποιούν προγράμματα και εφαρμογές επιτραπέζιας τυπογραφίας και να «στήνουν» τη δική τους εφημερίδα/περιοδικό,
- Παράγουν συνεντεύξεις με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον που προορίζονται για δημοσίευση σε εφημερίδες και περιοδικά,
- Παρουσιάζουν το οργανόγραμμα της εφημερίδας και του περιοδικού,
- Υιοθετούν πρότυπα υγιούς ανταγωνισμού κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους,
- Προτίθενται να εργαστούν στον έντυπο Τύπο.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (1), Σύνολο (3).

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Τυπογραφία / Τεχνολογικές εξελίξεις / Σελιδοποίηση/lay out / Εφημερίδες / Περιοδικά / Τώρα και χθες / Αύριο και σήμερα / Πρωτοσέλιδο / Κατανομή σελίδων / Εκδότης και ταυτότητα / Οργανόγραμμα / Κυκλοφορία και τιράζ / Διανομή και επιστροφές / Επιβίωση εντύπων / Προληπτική λογοκρισία / Αυτολογοκρισία / Διαπλοκή.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (1), Σύνολο (3).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΑΠΟ ΤΟΝ ΓΟΥΤΕΜΒΕΡΓΙΟ ΣΤΗ ΦΩΤΟΣΥΝΘΕΣΗ
2	Η ΥΠΟΧΩΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΤΥΠΩΝ ΜΜΕ
3	Η ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΩΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ
4	ΤΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΩΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ
5	ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ ΚΑΙ ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗ ΠΡΟΛΗΠΤΙΚΗΣ ΛΟΓΟΚΡΙΣΙΑΣ
6	ΓΡΑΜΜΗ, ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΑ ΤΟΥ ΕΝΤΥΠΟΥ, ΑΥΤΟΛΟΓΟΚΡΙΣΙΑ
7	ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ/ΜΟΡΦΕΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ
8	ΟΙ ΦΥΛΕΣ ΤΩΝ MEDIA
9	ΕΚΤΥΠΩΣΗ ΚΑΙ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑ
10	ΟΙ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ

Κείμενο αναφοράς

2.4.E.1 | ΑΠΟ ΤΟΝ ΓΟΥΤΕΜΒΕΡΓΙΟ ΣΤΗ ΦΩΤΟΣΥΝΘΕΣΗ

Η συγκεκριμένη εκπαιδευτική υποενότητα εισάγει τους/τις σπουδαστές/-τριες στην ιστορική εξέλιξη των έντυπων ΜΜΕ και τη σύνδεσή τους με τις κοινωνικές και πολιτικές εξελίξεις. Αρχικά, παρουσιάζεται η αλληλεπίδραση των ιστορικών συνθηκών και της τεχνολογίας εκτύπωσης, ξεκινώντας από την τυπογραφία του Γουτεμβέργιου το 1455, η οποία έφερε επαναστατικές αλλαγές στην ενημέρωση και τη δημοσίευση. Τα πρώτα έντυπα περιλάμβαναν εμπορικές πληροφορίες και νέα λαϊκού ενδιαφέροντος (γκαζέτες), ενώ στη συνέχεια εμφανίστηκαν εφημερίδες με ιδεολογικό και εθνικό περιεχόμενο, όπως οι πρώτες ελληνικές εφημερίδες στη Βιέννη.

Η εξέλιξη της τυπογραφίας κατά τον 19ο αιώνα επέτρεψε τη μαζική κυκλοφορία εφημερίδων με πλουσιότερο περιεχόμενο και εικονογράφηση. Καινοτομίες όπως η λινωτυπία, τα κυλινδρικά ταχυπρεσθήρια και η φωτολιθογραφία (offset) οδήγησαν στην αλματώδη εξέλιξη της εκτύπωσης και της σελιδοποίησης. Αργότερα, η επικράτηση της ψηφιακής φωτόςύνθεσης από τη δεκαετία του '80 έφερε νέες δυνατότητες στη δημιουργία των εντύπων. Η κατανόηση της υποενότητας θα ενισχυθεί με την ανάθεση και παρουσίαση εργασιών από τους/τις σπουδαστές/-τριες, οι οποίοι/-ες θα εξετάσουν την εξέλιξη συγκεκριμένων εφημερίδων και περιοδικών διαχρονικά.

2.4.E.2 | Η ΥΠΟΧΩΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΤΥΠΩΝ ΜΜΕ

Η παρούσα εκπαιδευτική υποενότητα εστιάζεται στο κρίσιμο ερώτημα αν έρχονται «τίτλοι τέλους» για τις εφημερίδες και τα περιοδικά, και γενικότερα για τα «χάρτινα» Μέσα. Με την κυριαρχία των ψηφιακών μέσων και εφαρμογών, παρατηρείται έντονη μείωση της κυκλοφορίας των έντυπων ΜΜΕ, καθώς οι καταναλωτικές συνήθειες του

σύγχρονου ανθρώπου έχουν μετατοπιστεί στις «τέσσερις οθόνες» (τηλεόραση, υπολογιστής, τάμπλετ, κινητό). Αυτή η νέα συμπεριφορά χαρακτηρίζεται από τη σύντομη κατανάλωση πληροφορίας σε πραγματικό χρόνο, αντί της πιο αργής και αναλυτικής ανάγνωσης των εντύπων.

Στην Ελλάδα, οι πωλήσεις των καθημερινών εφημερίδων έχουν μειωθεί δραματικά, όπως δείχνουν τα στοιχεία του πρακτορείου διανομής «Άργος». Παγκοσμίως, ιστορικά έντυπα όπως το *Newsweek* και το *National Geographic* έχουν αναστείλει ή περιορίσει την έντυπη κυκλοφορία τους, διατηρώντας πλέον μόνο την ψηφιακή τους έκδοση.

Η κατανόηση της υποεπνότητας μπορεί να ενισχυθεί μέσω συζήτησης και ανταλλαγής απόψεων, θέτοντας ερωτήματα όπως: «Διαβάζετε έντυπα ΜΜΕ και γιατί;» ή «Κυκλοφορούν εφημερίδες ή περιοδικά στο περιβάλλον σας;», ενθαρρύνοντας έτσι έναν γόνιμο καταιγισμό ιδεών.

2.4.E.3 | Η ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΩΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποεπνότητα εστιάζεται στην κατανόηση του οργανισμού της εφημερίδας και της λειτουργικής της δομής, παρουσιάζοντας το οργανόγραμμα της. Οι εφημερίδες, ως ζωντανοί οργανισμοί, λειτουργούν μέσα σε ένα περιβάλλον που τις επηρεάζει άμεσα, δεχόμενες εισερχόμενα στοιχεία τα οποία μεταβολίζουν σε πληροφορία και ενημέρωση και, στη συνέχεια, εκδίδονται ως έντυπο. Το οργανόγραμμα της εφημερίδας περιλαμβάνει σκέλη που σχετίζονται με τη δημοσιογραφική παραγωγή και την οικονομική της επιβίωση.

Οι δημοσιογράφοι και τα υποστηρικτικά τμήματα, όπως τα καλλιτεχνικά, τα τεχνικά και το αρχείο, αναλαμβάνουν την επεξεργασία των πληροφοριών. Το επιτελείο έκδοσης και το λογιστικό τμήμα φροντίζουν για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Το οργανόγραμμα περιλαμβάνει επίσης τη διοικητική πυραμίδα, από τον/την εκδότη/-τρια και το διευθυντικό επιτελείο, μέχρι τους/τις αρχισυντάκτες/-τριες, τους/τις δημοσιογράφους, τους/τις φωτορεπόρτερ και τους/τις διορθωτές/-τριες. Υπάρχουν επίσης τμήματα μάρκετινγκ, διαφήμισης, νομικοί/-ές σύμβουλοι και επικουρικό προσωπικό.

Η κατανόηση αυτής της δομής βοηθά τους/τις καταρτιζόμενους/-ες να αντιληφθούν τις εσωτερικές λειτουργίες των εφημερίδων και να προετοιμαστούν για τη μελλοντική ένταξή τους στο δημοσιογραφικό επάγγελμα. Μια εκπαιδευτική επίσκεψη σε εφημερίδα θα ενισχύσει την κατανόηση αυτών των διαδικασιών.

2.4.E.4 | ΤΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΩΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ

Η παρούσα υποεπνότητα εστιάζεται στην κατανόηση της δομής και λειτουργίας των περιοδικών ως οργανισμών. Όπως και στις εφημερίδες, το οργανόγραμμα των περιοδικών περιλαμβάνει τόσο δημοσιογραφικά όσο και οικονομικά τμήματα, με ιδιαίτερη έμφαση στις καλλιτεχνικές εφαρμογές και τη σελιδοποίηση. Στοιχεία όπως το λογό-

τυπο, η διεύθυνση και τα ιδρυτικά στοιχεία τυπώνονται σε κάθε τεύχος, αποτελώντας την «ταυτότητα» του περιοδικού.

Η δομή του περιοδικού διαμορφώνεται ιεραρχικά, από την ιδιοκτησία και τον/την εκδότη/-τρια έως τον/τη γενικό/-ή διευθυντή/-τρια, τους/τις διευθυντές/-τριες σύνταξης και ύλης, και τους/τις συντάκτες/-τριες ανά τομέα. Παράλληλα, τα τμήματα σελιδοποίησης, καλλιτεχνικών εφαρμογών και φωτογραφίας διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο. Τα περιοδικά που κυκλοφορούν ως ένθετα σε εφημερίδες ακολουθούν υπο-δομές των αντίστοιχων εκδοτικών οργανισμών.

Η υποεπένδυση βοηθά τους/τις καταρτιζόμενους/-ες να κατανοήσουν την εσωτερική οργάνωση των περιοδικών και να προετοιμαστούν για τη μελλοντική τους ένταξη στον δημοσιογραφικό χώρο. Η ανάλυση τευχών και οι ασκήσεις εντοπισμού των βασικών τμημάτων θα ενισχύσουν αυτή την κατανόηση.

2.4.E.5 | ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ ΚΑΙ ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗ ΠΡΟΛΗΠΤΙΚΗΣ ΛΟΓΟΚΡΙΣΙΑΣ

Η συγκεκριμένη υποεπένδυση εστιάζεται στη νομική αντιμετώπιση των Media και τη δημοσιογραφική δεοντολογία, αναλύοντας θέματα ελευθερίας του Τύπου και λογοκρισίας. Ιστορικά, η ελευθερία δημοσίευσης αποτέλεσε θεμελιώδες αίτημα του Διαφωτισμού και των Δημοκρατικών Πολιτειακών συστημάτων. Στη χώρα μας, το Σύνταγμα προστατεύει την ελευθεροτυπία, με το άρθρο 14 να απαγορεύει τη λογοκρισία και κάθε προληπτικό μέτρο.

Ωστόσο, το Σύνταγμα επιτρέπει την κατάσχεση εντύπων με εισαγγελική εντολή, μετά τη δημοσίευση, εάν προσβάλλονται θεσμοί ή αμυντικά απόρρητα. Μεταπολιτευτικά, μόνο περιοδικά πορνογραφικού περιεχομένου έχουν κατασχεθεί. Παράλληλα, προληπτική λογοκρισία μπορεί να εφαρμοστεί σε άλλους τομείς όπως ο κινηματογράφος ή οι καλλιτεχνικές εκθέσεις.

Η ελευθερία του Τύπου δεν σημαίνει ασυλία από ποινικές ή αστικές ευθύνες. Οι υπεύθυνοι/-ες δημοσιευμάτων που προσβάλλουν πρόσωπα ή θεσμούς μπορεί να αντιμετωπίσουν κυρώσεις για ηθική βλάβη ή παραβάσεις του Ποινικού Κώδικα. Οι σπουδαστές/-τριες θα εμβαθύνουν στο αντικείμενο με μελέτες περίπτωσης, που θα διευκρινίσουν τη σχέση ελευθερίας και νομικών περιορισμών στα ΜΜΕ.

2.4.E.6 | ΓΡΑΜΜΗ, ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΑ ΤΟΥ ΕΝΤΥΠΟΥ, ΑΥΤΟΛΟΓΟΚΡΙΣΙΑ

Η παρούσα υποεπένδυση εστιάζεται στην επιβολή της ηγεσίας των εντύπων Μέσων στον δημοσιογραφικό τους προσωπικό, εξετάζοντας την αποκαλούμενη «γραμμή» του Μέσου, που εξυπηρετεί πολιτικά, αθλητικά ή άλλα συμφέροντα. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μελετήσουν παραμέτρους όπως:

- α) Ιστορικές περιόδους, όπως η δικτατορία, όπου οι δημοσιογράφοι γνώριζαν τι ήταν δημοσιεύσιμο και τι όχι.
- β) Τα έντυπα, ως φορείς πολιτικών και ιδεολογικών απόψεων, με τους δημοσιογράφους συχνά να υποστηρίζουν συνειδητά τις θέσεις του Μέσου.

- γ) Τις εξαρτήσεις των ΜΜΕ από μεγάλους επιχειρηματικούς ομίλους, πράγμα που δημιουργεί συχνά φαινόμενα «διαπλοκής» μεταξύ πολιτικής και επιχειρηματικών συμφερόντων.

Σε αυτό το πλαίσιο, οι δημοσιογράφοι συχνά αυτολογοκρίνονται, υποτάσσοντας τις προσωπικές τους απόψεις στην κεντρική κατεύθυνση του Μέσου. Η υποεπνότητα θα ενισχυθεί με ασκήσεις και μελέτες περίπτωσης ελληνικών εφημερίδων που ακολουθούν συγκεκριμένες «γραμμές».

2.4.E.7 | ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ/ΜΟΡΦΕΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ

Σε αυτή την υποεπνότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μελετήσουν τη μορφολογία και την κατάταξη των έντυπων ΜΜΕ, δίνοντας έμφαση στις διακρίσεις μεταξύ εφημερίδων και περιοδικών. Ειδικότερα:

α) Εφημερίδες:

- Μορφολογικά διακρίνονται σε μεγάλης διάστασης ή ταμπλόιντ.
- Χρονικές κατηγορίες: καθημερινές, εβδομαδιαίες, πρωινές και απογευματινές (αν και η διάκριση αυτή έχει ατονήσει).
- Θεματικές διακρίσεις: πολιτικές, αθλητικές, σκανδαλοθηρικές, οικονομικές, τοπικές.

β) Περιοδικά:

- Χρονικές κατηγορίες: εβδομαδιαία, μηνιαία.
- Διακρίσεις ανά είδος: πολιτικά, ποικίλης ύλης, αθλητικά, οικονομικά, επιστημονικά, θεματικά (π.χ. αυτοκίνητο, μουσική, ταξίδια).
- Ειδικές κατηγορίες: επιστημονικά περιοδικά, δημοσιογραφικά ή ακαδημαϊκά.

Η υποεπνότητα ενισχύει τη γνώση και κατανόηση της ποικιλομορφίας των έντυπων ΜΜΕ και μπορεί να εμπλουτιστεί με εργασίες περιγραφής τίτλων και ειδών από τα τοπικά σημεία διανομής.

2.4.E.8 | ΟΙ ΦΥΛΕΣ ΤΩΝ MEDIA

Η παρούσα εκπαιδευτική υποεπνότητα εξετάζει πώς τα ΜΜΕ απευθύνονται σε εξειδικευμένα κοινά, γνωστά ως «φυλές των μέσων», σύμφωνα με τη θεωρητική προσέγγιση του Μάρσαλ ΜακΛούαν.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναλύσουν πώς τα μέσα ενημέρωσης, ακόμα και τα πολυσυλλεκτικά, στοχεύουν όχι μόνο στο γενικό κοινό, αλλά και σε συγκεκριμένες ομάδες με διαφορετικά ενδιαφέροντα (π.χ. αθλητικά, θρησκευτικά, πολιτιστικά). Οι «φυλές» αυτές περιλαμβάνουν υποκοουλτούρες και εξειδικευμένες τάσεις που αναπτύσσονται εντός της ευρύτερης κουλτούρας, όπως είναι οι φίλαθλοι αθλητικών ομάδων, οι μουσικές κοινότητες, οι θρησκευτικές ομάδες ή οι λάτρεις συγκεκριμένων χόμπι. Η υποεπνότητα ενισχύει την κατανόηση της στόχευσης των ΜΜΕ σε διαφορε-

τικά κοινά και προτρέπει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες να αναγνωρίσουν τη σημασία των εξειδικευμένων εντύπων. Με τη μελέτη τέτοιων παραδειγμάτων και την ανάλυση συγκεκριμένων τίτλων, θα αναπτύξουν δεξιότητες προσαρμογής και απασχόλησης σε αντίστοιχα εξειδικευμένα μέσα.

2.4.E.9 | ΕΚΤΥΠΩΣΗ ΚΑΙ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑ

Η παρούσα εκπαιδευτική υποενότητα εστιάζεται στη διαδικασία εκτύπωσης και διανομής των εντύπων ΜΜΕ. Μετά τη σύνταξη και τη σελιδοποίηση των εφημερίδων ή των περιοδικών, η δημιουργία τους δεν έχει αξία χωρίς την εκτύπωση και τη διανομή τους στα σημεία πώλησης. Οι σπουδαστές και οι σπουδάστριες θα κατανοήσουν ότι τα έντυπα ΜΜΕ αποκτούν υπόσταση μόνο όταν φτάσουν στα σημεία ανάρτησης και πώλησης. Η εκτύπωση γίνεται σε σύγχρονα πιεστήρια, ενώ η διανομή πραγματοποιείται από πρακτορεία διανομής (όπως το «Άργος»), τα οποία στέλνουν τα έντυπα σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας. Η διανομή αυτή περιλαμβάνει αεροπορικές, ναυτιλιακές ή οδικές μεταφορές. Παράλληλα, θα αναλυθούν κρίσιμοι όροι του κλάδου, όπως το «τιράζ» (ο συνολικός αριθμός των εκτυπωμένων αντιτύπων) και η «κυκλοφορία» (ο αριθμός των πραγματικά πωληθέντων αντιτύπων).

Η κατανόηση της υποενότητας θα ενισχυθεί με εκπαιδευτικές επισκέψεις σε πιεστήρια ή πρακτορεία διανομής, καθώς και με την εκπόνηση ατομικών ή ομαδικών εργασιών από τους/τις σπουδαστές/-τριες σχετικά με το κύκλωμα διανομής και τις πωλήσεις των εντύπων.

2.4.E.10 | ΟΙ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ

Η παρούσα εκπαιδευτική υποενότητα εστιάζεται στις στρατηγικές πωλήσεων των εντύπων ΜΜΕ μέσω προσφορών και δώρων, ως αντίδραση στη μείωση της κυκλοφορίας τους. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξετάσουν τις διαφορετικές μορφές προσφορών που χρησιμοποιούν οι εφημερίδες και τα περιοδικά, όπως είναι τα κουπόνια, οι διαγωνισμοί, τα ένθετα περιοδικά και διάφορα εμπορικά προϊόντα. Ιστορικά παραδείγματα, όπως η προσφορά της *Ελευθεροτυπίας* με τα εξαιρετικά δημοφιλή ένθετα περιοδικά *Ε* και *Ιστορικά*, ανέδειξαν καινοτόμες τακτικές μάρκετινγκ που διατηρούνται μέχρι σήμερα, κυρίως στα σαββατιάτικα και κυριακάτικα φύλλα. Οι προσφορές αυτές περιλαμβάνουν βιβλία, CD/DVD, εισιτήρια για πολιτιστικά δρώμενα, καθώς και διαγωνισμούς με μεγάλα έπαθλα.

Στην παρούσα φάση, δίνεται έμφαση στη διατήρηση του ενδιαφέροντος των αναγνωστών/-τριών μέσω τέτοιων προσφορών, οι οποίες συνδυάζουν την εμπορική με τη δημοσιογραφική αξία. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μελετήσουν παραδείγματα σύγχρονων προσφορών και θα ερευνήσουν αρχεία εντύπων, ώστε να ενισχύσουν τις δεξιότητές τους στην κατανόηση της επίδρασης αυτών των στρατηγικών στην αγορά των ΜΜΕ.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Αλμπάνης, Δ. Β. (2021). *Οι δρόμοι των εφημερίδων. Η ιστορία της διακίνησης του ελληνικού τύπου από το 1875 μέχρι σήμερα*. Αθήνα: Εκδόσεις Γράμμα-Πρόμαχος.
2. Barthes, R. (2005). *Απόλαυση – Γραφή – Ανάγνωση*. Αθήνα: Εκδόσεις Πλέθρον.
3. Bringhurst, R. (2010). *Στοιχεία της Τυπογραφικής Τέχνης* (μτφρ. Γ. Ματθιόπουλος). Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης.
4. Μαμουζέλος, Γ. (2022). *Η ιστορία των αθλητικών ΜΜΕ στην Ελλάδα και στον Κόσμο*. Αθήνα: Εκδόσεις iWrite.
5. McLuhan, M. (1990). *Media: οι προεκτάσεις του ανθρώπου*. Αθήνα: Εκδόσεις Κάλβος.
6. Πανελλήνιο Σχολικό Δίκτυο. (χ.χ.). *Η ιστορία της εφημερίδας*. Αθήνα: Πανελλήνιο Σχολικό Δίκτυο. Ανακτήθηκε από: <https://www.sch.gr>
7. Παπαθανασόπουλος, Σ. (2020). *Ανάμεσα σε 4 οθόνες*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
8. Ψύλλα, Μ. (2010). *Μεθοδολογία της ανάλυσης ενός γεγονότος από τον έντυπο λόγο*. Αθήνα: Εκδόσεις Τυπωθήτω/Δαρδανός.

Συμπληρωματικές

1. Αλεξιάδης, Α. Μ. (2011). *Έντυπα μέσα επικοινωνίας και λαϊκός πολιτισμός. Νεωτερικά λαογραφικά*. Αθήνα: Εκδόσεις Καρδαμίτσα.
2. Νικολάτσιος, Ν. (2020). *Πρωτοσέλιδα εφημερίδων 1940-1941. Επετειακή έκδοση για τα 80 χρόνια από την έναρξη του Ελληνοϊταλικού Πολέμου*. Αθήνα: Εκδόσεις Γκοβόστη.
3. Σκλαβούνης, Ν. Γ. (1995). *Ιστορία του Τύπου*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
4. Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης και Νέας Γενιάς. (2017). *Οδηγός σπουδών δημοσιογραφίας, συντακτών και ρεπόρτερ* (Κωδικός 25-00-01-1). Αθήνα: Υπουργείο Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων/Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης και Νέας Γενιάς.
5. [Συλλογή παλαιότερων και σύγχρονων ελληνικών, ξένων και τοπικών εφημερίδων και περιοδικών]. *Ιστορικό αρχείο Τύπου*. Αθήνα: Βιβλιοθήκη της Βουλής των Ελλήνων/Δημοτικές Βιβλιοθήκες.

2.4.ΣΤ • ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα «Πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα» έχει σκοπό την καλύτερη εμπέδωση της θεωρητικής κατάρτισης του παρόντος εξαμήνου από τους/τις

καταρτιζόμενους/-ες και την απόκτηση επιπλέον δεξιοτήτων, με απώτερο στόχο την καλύτερη και πιο αποδοτική άσκηση του επαγγέλματός τους. Η συγκεκριμένη μαθησιακή ενότητα αποσκοπεί, επομένως, στο να εξετάσει πρακτικά θέματα που άπτονται της ειδικότητας και να βοηθήσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες να εντρυφήσουν καλύτερα στα μαθήματα του παρόντος εξαμήνου και, πιο συγκεκριμένα, να προσφέρει την ευκαιρία να εξασκηθούν καλύτερα στις οπτικοακουστικές παραγωγές για τα παραδοσιακά και νέα μέσα, στη συγγραφή δημοσιογραφικών κειμένων για εφημερίδες και περιοδικά, στην ηλεκτρονική δημοσιογραφία, καθώς και να γνωρίσουν καλύτερα τις τεχνικές προσέγγισης των ρεπορτάζ ειδικών θεμάτων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Περιγράφουν με ακρίβεια το επάγγελμα του/της δημοσιογράφου,
- Διακρίνουν όλες τις πιθανές επαγγελματικές διεξόδους του/της επαγγελματία δημοσιογράφου,
- Προσδιορίζουν τον τρόπο οργάνωσης και λειτουργίας όλων των ΜΜΕ,
- Συντάσσουν δημοσιογραφικά κείμενα για τον Τύπο, το Διαδίκτυο, την τηλεόραση και το ραδιόφωνο,
- Εφαρμόζουν τις τεχνικές προδιαγραφές και τις προδιαγραφές υλοποίησης των οπτικοακουστικών παραγωγών,
- Επιδεικνύουν τον απαραίτητο επαγγελματισμό όταν καλύπτουν ειδικά θέματα ρεπορτάζ,
- Αναπαριστούν με επαγγελματισμό τις ιστορίες τους στα ΜΜΕ,
- Δημιουργούν πρωτότυπο δημοσιογραφικό περιεχόμενο για όλα τα ΜΜΕ,
- Αναπαριστούν με τη συμπεριφορά τους υγιή δημοσιογραφικά πρότυπα,
- Υιοθετούν επαγγελματική συμπεριφορά που συνάδει με τον δημοσιογραφικό κώδικα επαγγελματικής δεοντολογίας,
- Υπερασπίζονται τα δικαιώματα του/της επαγγελματία δημοσιογράφου.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Δημοσιογράφος / Σύνταξη δημοσιογραφικών κειμένων / Οργάνωση ΜΜΕ / Οπτικοακουστικές παραγωγές / Κάλυψη ρεπορτάζ / Δημοσιογραφικό περιεχόμενο / Κώδικας Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας / Λειτουργία ΜΜΕ.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (3), Σύνολο (3).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ
2	ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΡΕΠΟΡΤΑΖ ΕΙΔΙΚΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ
3	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΣΤΗ ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ
4	ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΕΚΠΟΜΠΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΒΙΝΤΕΟ
5	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΣΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ
6	ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΜΟΝΟΛΕΠΤΟΥ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΥ ΔΕΛΤΙΟΥ ΕΙΔΗΣΕΩΝ
7	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΣΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗΣ ΕΚΠΟΜΠΗΣ ΜΕΣΩ ΤΟΥ PODCAST

Κείμενο αναφοράς

2.4.ΣΤ.1 | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ

Η μαθησιακή υποενότητα «Οργάνωση και λειτουργία των ΜΜΕ» εστιάζεται στην ανάδειξη του τρόπου διοίκησης και λειτουργίας των ομίλων ΜΜΕ στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν πρακτικά τον τρόπο διοίκησης ενός ομίλου ΜΜΕ ερευνώντας μελέτες περίπτωσης που αναφέρονται στα εγχώρια ΜΜΕ αλλά και σε ΜΜΕ του εξωτερικού. Με τη συζήτηση και την ενεργό συμμετοχή, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μπορούν να αντιληφθούν τις πληροφορίες αλλά θα είναι σε θέση να ανταλλάξουν απόψεις και να εξασκηθούν στην κριτική ματιά για το ιδιοκτησιακό καθεστώς των ΜΜΕ.

Στο πλαίσιο του μαθήματος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν την ευκαιρία να επισκεφθούν έναν όμιλο ΜΜΕ όπου θα δουν από κοντά τις εγκαταστάσεις, τις συνθήκες δημοσιογραφικής και επιχειρηματικής δράσης. Παράλληλα, θα πληροφορηθούν την έννοια της τηλεθέασης, τους τρόπους διαφήμισης με σκοπό να είναι σε θέση να σχεδιάσουν τρόπους αύξησης της τηλεθέασης, αναγνωρισιμότητας ενός μέσου που εργάζονται παρακολουθώντας τον ανταγωνισμό στο πλαίσιο της ευγενούς άμιλλας.

Στην εν λόγω μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες εκπαιδεύονται πρακτικά στην αντίληψη ενός ομίλου ΜΜΕ, στις συνθήκες εργασίας και ανάπτυξής του. Θα αντιληφθούν τον ρόλο του επαγγελματία δημοσιογράφου καθώς και θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τον κώδικα δημοσιογραφικής δεοντολογίας στο επάγγελμά τους. Τέλος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με την εξέταση των ομίλων ΜΜΕ ως επιχειρήσεις που έχουν σκοπό εκτός από την ενημέρωση και την κερδοφορία.

2.4.ΣΤ.2 | ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΡΕΠΟΡΤΑΖ ΕΙΔΙΚΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα «Προετοιμασία ρεπορτάζ ειδικών θεμάτων» εστιάζεται στην πρακτική εκπαίδευση των καταρτιζομένων στα ρεπορτάζ ειδικών θεμάτων επικαιρότητας. Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης υποενότητας, οι καταρτι-

ζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τον τρόπο κάλυψης ενός ρεπορτάζ για θέματα ειδικού ενδιαφέροντος, τα οποία απαιτούν ιδιαίτερους και ευαίσθητους χειρισμούς για την προσέγγισή τους, όπως είναι το προσφυγικό, τα άτομα με αναπηρία (ΑμεΑ), τα ελληνοτουρκικά, το κυπριακό κ.λπ.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τη διαδικασία αυτή πρακτικά, δημιουργώντας και προετοιμάζοντας ρεπορτάζ ειδικών θεμάτων, τα οποία θα προσεγγίζουν αποτελεσματικά ως επαγγελματίες δημοσιογράφοι και δημοσιογράφοι-ρεπόρτερ. Στο πλαίσιο του μαθήματος, θα ερευνώνται διάφορες μελέτες περίπτωσης, όπου θα γίνεται ομαδική συζήτηση για τα θέματα, ώστε οι συμμετέχοντες/-ουσες να είναι σε θέση να αναγνωρίζουν ποια είναι τα ζητήματα που απαιτούν ειδικό επαγγελματικό χειρισμό στη συγγραφή αλλά και στη μετάδοσή τους.

Η πρακτική άσκηση και η προετοιμασία των ρεπορτάζ ειδικών θεμάτων θα προσδώσει την απαραίτητη εκπαίδευση στους/στις καταρτιζόμενους/-ες, ώστε να είναι σε θέση να επαληθεύουν προσεκτικά τις πληροφορίες του ρεπορτάζ, αλλά και να ελέγχουν την αξιοπιστία των πηγών. Ο χειρισμός τέτοιων θεμάτων απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή, και η πρακτική εξάσκηση των καταρτιζομένων θα αποτελέσει σημαντική βάση στην εκπαίδευσή τους. Η χρήση επίσης του κατάλληλου δημοσιογραφικού λόγου αποτελεί ένα από τα στοιχεία που ο/η επαγγελματίας δημοσιογράφος ή ο/η επαγγελματίας δημοσιογράφος απαιτείται να προσέξει ειδικά σε τέτοιου είδους θέματα. Ένα άλλο εξαιρετικά σημαντικό στοιχείο για τα θέματα και τις ειδήσεις ειδικού ενδιαφέροντος είναι η αμεροληψία κατά την κάλυψη του ρεπορτάζ. Όλα αυτά τα στοιχεία στοχεύουν στην υιοθέτηση ενός σοβαρού και δεοντολογικού προφίλ για τους/τις μελλοντικούς/-ές επαγγελματίες του χώρου.

2.4.ΣΤ.3 | ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΣΤΗ ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

Η μαθησιακή υποενοότητα «Πρακτική στη συγγραφή δημοσιογραφικών κειμένων για εφημερίδες και περιοδικά» εστιάζεται στην προετοιμασία των καταρτιζομένων στη συγγραφή δημοσιογραφικών κειμένων για τον έντυπο Τύπο. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εκπαιδευτούν στην προετοιμασία δημοσιογραφικών κειμένων για εφημερίδες και περιοδικά. Θα κατανοήσουν πρακτικά τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν οι εφημερίδες και τα περιοδικά μέσω της έρευνας των μελετών περίπτωσης. Θα αντιληφθούν τις διαφορές μεταξύ των περιοδικών και των εφημερίδων, τον τρόπο και το ύφος γραφής του δημοσιογραφικού λόγου και στα δυο έντυπα μέσα.

Στο πλαίσιο του μαθήματος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν την ευκαιρία να ενημερωθούν από επαγγελματίες δημοσιογράφους για τις ιδιαιτερότητες της έντυπης ενημέρωσης. Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να παρουσιάσουν συγκριτική μελέτη της θεματολογίας επικαιρότητας μιας χρονικής περιόδου από γνωστές εφημερίδες και να συζητήσουν με κριτική ματιά την επικαιρότητα. Με αυτόν

τον τρόπο, θα αναπτύξουν την κριτική και τη δημοσιογραφική τους ματιά και θα αντιληφθούν τον τρόπο προσέγγισης των θεμάτων επικαιρότητας.

Η εν λόγω μαθησιακή υποενότητα έχει σκοπό την κατανόηση της δομής μιας εφημερίδας ή ενός περιοδικού και τη δημιουργία της δικής τους εφημερίδας ή ενός περιοδικού πλαισιωμένο με δημοσιογραφικά κείμενα. Ταυτόχρονα, οι καταρτιζόμενοι/-ες με την επαφή τους και την εξάσκηση με τον έντυπο Τύπο θα είναι σε θέση να αντιλαμβάνονται τις διαφορές μεταξύ ημερήσιου και περιοδικού Τύπου, καθώς και τις ιδιαιτερότητες της θεματολογίας δημιουργώντας την ατζέντα της εφημερίδας ή ενός περιοδικού.

2.4.ΣΤ.4 | ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΕΚΠΟΜΠΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΒΙΝΤΕΟ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα «Προετοιμασία στην παραγωγή τηλεοπτικής εκπομπής και διαδικτυακών βίντεο» εστιάζεται στην προετοιμασία των καταρτιζομένων στην παραγωγή τηλεοπτικής εκπομπής και διαδικτυακών βίντεο. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με την προετοιμασία και την παραγωγή μιας τηλεοπτικής εκπομπής, καθώς και με την εκμάθηση της δημιουργίας διαδικτυακών βίντεο. Στην εν λόγω μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν πρακτικά τα βήματα δημιουργίας μιας τηλεοπτικής εκπομπής και της παραγωγής διαδικτυακών βίντεο, ενώ παράλληλα θα εξοικειωθούν με τον τεχνικό εξοπλισμό που απαιτείται και για τα δύο αυτά πεδία.

Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έχουν την ευκαιρία να επισκεφθούν χώρους παραγωγής τηλεοπτικών εκπομπών και να παρακολουθήσουν τον τρόπο με τον οποίο γίνεται η παραγωγή τους. Επίσης, θα γνωρίσουν από κοντά τους πολλαπλούς ρόλους και τα καθήκοντα των επαγγελματιών μέσα στην εκπομπή, όπως του/της δημοσιογράφου-ρεπόρτερ, του/της παρουσιαστή/-τριας, του/της αρχισυντάκτη/-τριας κ.λπ.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εκπαιδευτούν στη δημιουργία των τηλεοπτικών εκπομπών και θα παρουσιάσουν τις δικές τους παραγωγές, αναγνωρίζοντας τα χαρακτηριστικά και τις προδιαγραφές της εκτέλεσης μιας τηλεοπτικής παραγωγής με τη βοήθεια ειδικών προγραμμάτων και εφαρμογών. Παράλληλα, θα εξοικειωθούν με τη δημιουργία διαδικτυακών βίντεο με τη βοήθεια των κατάλληλων τεχνικών εφαρμογών και λογισμικών. Θα είναι σε θέση να χειρίζονται σωστά τον δημοσιογραφικό λόγο στην τηλεοπτική παραγωγή και στη δημιουργία των διαδικτυακών βίντεο, ώστε να παρουσιάζουν επαγγελματικά θέματα με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον. Τέλος, οι σπουδαστές/-τριες θα καταστούν ικανοί/-ές να παίρνουν και να παρουσιάζουν συνευτεύξεις, καθώς και να οργανώνουν αποτελεσματικά τη «σκαλέτα» μιας τηλεοπτικής εκπομπής ή ενός διαδικτυακού βίντεο.

2.4.ΣΤ.5 | ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΣΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα «Παραγωγή ειδησεογραφικών κειμένων σε ηλεκτρονικά μέσα» εστιάζεται στην πρακτική εκμάθηση της παραγωγής και δημιουργίας ειδησεογραφικών κειμένων σε ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, θα δημιουργήσουν ειδησεογραφικά κείμενα σχετικά με θέματα της επικαιρότητας, ειδικά διαμορφωμένα για δημοσίευση σε ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης. Με αυτόν τον τρόπο, οι σπουδαστές/-τριες θα εξοικειωθούν με τη διαφορά στην αντίληψη των δημοσιογραφικών θεμάτων μεταξύ του έντυπου και του ηλεκτρονικού τύπου και, κατ' επέκταση, των ψηφιακών μέσων ενημέρωσης. Θα αναγνωρίζουν τον ειδικά διαμορφωμένο δημοσιογραφικό λόγο που απαιτείται στη δημιουργία κειμένων στα ηλεκτρονικά μέσα, στα ψηφιακά περιοδικά ή στις ηλεκτρονικές εφημερίδες. Επιπλέον, θα είναι σε θέση να αξιολογούν σωστά τις πηγές και να ελέγχουν την αξιοπιστία τους με βάση τον κώδικα δημοσιογραφικής δεοντολογίας.

Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας, θα αναλυθούν μελέτες έρευνας, ώστε να μπορέσουν να εκπαιδευτούν οι καταρτιζόμενοι/-ες στην πρακτική εκμάθηση της δημιουργίας δημοσιογραφικών κειμένων σε όλα τα είδη των ψηφιακών μέσων, όπως στις διαδικτυακές εφημερίδες και στα διαδικτυακά περιοδικά. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εστιάσουν την προσοχή τους στην έρευνα των θεμάτων επικαιρότητας και στον τρόπο με τον οποίο αυτά αναλύονται στα ηλεκτρονικά μέσα, ενώ στο πλαίσιο του μαθήματος θα συζητούν ομαδικά τα αποτελέσματα της έρευνάς τους. Με αυτόν τον τρόπο, οι μελλοντικοί/-ές δημοσιογράφοι θα εξοικειωθούν με την κριτική σκέψη, βασισμένοι/-ες στη διαμόρφωση μιας ολοκληρωμένης δημοσιογραφικής οπτικής για τα θέματα της επικαιρότητας. Τέλος, οι σπουδαστές/-τριες θα εκπαιδευτούν στη ζωντανή ροή ενός ηλεκτρονικού μέσου ή μιας διαδικτυακής εφημερίδας και θα αντιληφθούν πλήρως τους ρόλους και τα καθήκοντα που αναλαμβάνει ένας/μία δημοσιογράφος σε ένα σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον.

2.4.ΣΤ.6 | ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΜΟΝΟΛΕΠΤΟΥ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΥ ΔΕΛΤΙΟΥ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Η μαθησιακή υποενότητα «Προετοιμασία μονόλεπτου ραδιοφωνικού δελτίου ειδήσεων» εστιάζεται στη δημιουργία ενός μονόλεπτου ραδιοφωνικού δελτίου ειδήσεων. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εκπαιδευτούν στην κατανόηση των πρακτικών της παραγωγής και προετοιμασίας ενός ραδιοφωνικού δελτίου ειδήσεων. Θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τα στάδια της παραγωγής μιας ραδιοφωνικής εκπομπής καθώς και την οργάνωση της σκαλέτας της ραδιοφωνικής εκπομπής. Θα κατανοήσουν τα τεχνικά εργαλεία που χρειάζονται για την προετοιμασία αλλά και για την παραγωγή ενός ραδιοφωνικού δελτίου ειδήσεων επιλέγοντας θέματα που αφορούν την επικαιρότητα.

Στην εν λόγω μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να αξιοποιούν τον δημοσιογραφικό λόγο για την παραγωγή του ραδιοφωνικού δελτίου ειδήσεων, να χρησιμοποιούν σωστά και ορθά τον λόγο και να αναγνωρίζουν τον τρό-

πο μετάδοσης των επίκαιρων ειδήσεων μέσα από το ραδιόφωνο. Μέσα από αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, θα εκπαιδευτούν στη σωστή αντίληψη του ραδιοφώνου ως μέσο ενημέρωσης καθώς η πρακτική εξάσκηση θα τους/τις βοηθήσει να εστιάσουν την προσοχή τους στις ιδιαιτερότητες του μέσου και στη σωστή χρήση του.

Στο πλαίσιο του μαθήματος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα επισκεφθούν ραδιοφωνικούς σταθμούς όπου θα παρακολουθήσουν την παραγωγή μιας ραδιοφωνικής εκπομπής καθώς και την παραγωγή ενός ραδιοφωνικού δελτίου ειδήσεων ώστε να εκπαιδευτούν κατάλληλα στην εφαρμογή του. Τέλος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να μεταφέρουν και να παρουσιάσουν επαγγελματικά τις ειδήσεις μέσω του δελτίου ειδήσεων.

2.4.ΣΤ.7 | ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΣΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗΣ ΕΚΠΟΜΠΗΣ ΜΕΣΩ ΤΟΥ PODCAST

Η μαθησιακή υποενότητα «Πρακτική στη δημιουργία ραδιοφωνικής εκπομπής μέσω του podcast» εστιάζεται στην πρακτική εξάσκηση της δημιουργίας μιας ραδιοφωνικής εκπομπής μέσω του podcast. Το podcast αποτελεί ένα νέο εργαλείο το οποίο έχει γίνει δημοφιλές και χρησιμοποιείται τα τελευταία χρόνια από τον/τη δημοσιογράφο ως επαγγελματία αλλά και από διάφορους, άλλους επαγγελματίες. Το podcast αποτελεί ένα νέο εργαλείο στη μετάδοση των ειδήσεων και στην ενημέρωση των πολιτών. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τις τεχνικές εφαρμογές, καθώς και με τα προγράμματα που είναι διαθέσιμα για τη δημιουργία αλλά και τη μετάδοση podcast.

Στο πλαίσιο της εν λόγω μαθησιακής υποενότητας, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μελετήσουν αντικείμενα έρευνας (case studies) που θα τους/τις βοηθήσουν να αντιληφθούν τον ρόλο του/της δημοσιογράφου, αλλά και τον τρόπο που χρησιμοποιείται το podcast ως δημογραφικό εργαλείο για τη μετάδοση των ειδήσεων και των ενημερώσεων για θέματα επικαιρότητας. Επιπρόσθετα, θα αντιληφθούν τη δημιουργία των συνεντεύξεων μέσω του podcast, ώστε να εκπαιδευτούν κατάλληλα στη σωστή οργάνωση της συνέντευξης.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στην εν λόγω μαθησιακή υποενότητα, θα είναι σε θέση να παρουσιάσουν μια ραδιοφωνική συνέντευξη μέσω του podcast, να αναγνωρίζουν την επαγγελματική στάση ενώπιον του/της καλεσμένου/-ης και να χρησιμοποιήσουν σωστά τον δημοσιογραφικό λόγο. Τέλος, θα αντιληφθούν τις ιδιαιτερότητες του podcast, τον τρόπο που χρησιμοποιείται από τον/την επαγγελματία δημοσιογράφο και θα χρησιμοποιήσουν σωστά τη ραδιοφωνική αφήγηση με τις νέες τεχνολογίες.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Brown, L. & Duthie, L. (2016). *The TV Studio Production Handbook*. London & New York: IB Tauris.
2. Kaempfer, R. & Swanson, J. (2004). *The Radio Producer's Handbook*. New York: Allworth Press.

Συμπληρωματικές

1. Boyd, A. (2001). *Broadcast Journalism: Techniques of Radio and Television News* (5th edition). Woburn, MA: Focal Press.
2. Hendricks, J. A. & Mims, B. (2018). *The Radio Station: Broadcasting, Podcasting, and Streaming* (10th edition). New York, NY: Routledge.

2.4.Z • ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας με τίτλο «Γραμματισμός στα μέσα επικοινωνίας» είναι να αντιληφθούν οι καταρτιζόμενοι/-ες τη σπουδαιότητα απόκτησης –από όλους τους πολίτες– δεξιοτήτων ομιλίας, πρόσβασης σε νέες τεχνολογίες (έννοια του ψηφιακού γραμματισμού), ακρόασης, κριτικής αντίληψης και ικανότητας δημιουργίας περιεχομένου σε ένα ευρύ φάσμα μέσων, συμπεριλαμβανομένων και του κινητού τηλεφώνου, της βιντεοκάμερας και του ηλεκτρονικού υπολογιστή. Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αναλύσουν και θα ασκήσουν κριτικήσκέψη γύρω από την ικανότητα –ισότιμης– πρόσβασης, κατανόησης και συμμετοχής των πολιτών στα μέσα, ενώ θα συζητηθούν περιπτώσεις αποκλεισμού από την πληροφόρηση των μέσων, αυξάνοντας κατ' αυτότον τρόπο τις ανισότητες και το κοινωνικό χάσμα.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Διακρίνουν την έννοια του γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας και του ψηφιακού γραμματισμού,
- Προσδιορίζουν καλύτερα τον ρόλο τους ως δημοσιογράφοι και επικοινωνιολόγοι, αναφορικά με τη συμβολή τους στην άρση ανισοτήτων πρόσβασης στην ενημέρωση, την ψυχαγωγία και την επικοινωνία γενικότερα,
- Κατονομάζουν τα κακώς κείμενα στο επάγγελμα του/της δημοσιογράφου και στον χώρο των media γενικότερα,

- Εφαρμόζουν κριτικήσκέψη γύρω από την αναγκαιότητα ισότιμης πρόσβασης όλων των πολιτών στην πληροφορία και στα μέσα,
- Ελέγχουν τη φυσιογνωμία κάθε μέσου ενημέρωσης/επικοινωνίας στο οποίο εργάζονται,
- Παράγουν περιεχόμενο το οποίο να είναι προσβάσιμο και εύκολα κατανοητό από όποιον το επιθυμεί,
- Παρουσιάζουν αναλύσεις των μηνυμάτων των media και να προβαίνουν στα σχετικά συμπεράσματα,
- Δημιουργούν περιεχόμενο το οποίο έχει νόημα για τις ζωές των πολιτών,
- Εφαρμόζουν τεχνικές αύξησης της ευαισθητοποίησης και της ενημέρωσης των πολιτών γύρω από διάφορα σημαντικά ζητήματα,
- Απορρίπτουν τις μη ηθικά ορθές πρακτικές στον χώρο των μέσων,
- Υιοθετούν τους κώδικες ηθικής και δεοντολογίας κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους,
- Προκαλούν την ισότιμη πρόσβαση όλων των ατόμων και κοινωνικών ομάδων στην πληροφορία.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Ψηφιακός γραμματισμός / Γραμματισμός / Κριτική σκέψη / Ισότιμη πρόσβαση στα ΜΜΕ / Ευαισθητοποίηση / Κώδικας ηθικής και δεοντολογίας / Παραγωγή περιεχομένου / Άρση ανισοτήτων.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΣΤΑ ΝΕΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΨΗΦΙΑΚΟ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ
2	Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΙΔΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΗ
3	ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
4	Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
5	ΨΕΥΔΕΙΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΝΕΑ ΜΕΣΑ
6	ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ
7	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

2.4.Z.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΣΤΑ ΝΕΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΨΗΦΙΑΚΟ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα αποσκοπεί στην εκμάθηση της έννοιας του γραμματισμού στα νέα μέσα και στην έννοια του ψηφιακού γραμματισμού. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα έρθουν σε επαφή με τις έννοιες αυτές και θα κατανοήσουν τις ουσιαστικές διαφορές μεταξύ του γραμματισμού στα μέσα (media literacy) και του ψηφιακού γραμματισμού (digital literacy). Παράλληλα, οι σπουδαστές/-τριες θα μελετήσουν την ιστορική εξέλιξη του όρου «γραμματισμός», με εστίαση στις σύγχρονες εκδοχές του.

Η έννοια του γραμματισμού στα νέα μέσα περιλαμβάνει παραδοσιακές δεξιότητες όπως η γραφή και η ανάγνωση, αλλά επεκτείνεται στην ομιλία, την ακρόαση και την ενεργή πρόσβαση των πολιτών στις νέες τεχνολογίες, οι οποίες ολοένα αυξάνονται και εξελίσσονται. Επιπρόσθετα, ο γραμματισμός στα μέσα περιλαμβάνει την ικανότητα υιοθέτησης μιας κριτικής οπτικής απέναντι στην πληροφορία, καθώς και την ικανότητα δημιουργίας πρωτότυπων μηνυμάτων.

Αποτελεί μια σύγχρονη μορφή παιδείας, η οποία κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική για το ευρύ κοινό και, κατ' επέκταση, για τους/τις μελλοντικούς/-ές επαγγελματίες του χώρου της ενημέρωσης. Στη συγκεκριμένη υποενότητα, θα γίνει μια ολοκληρωμένη εισαγωγή στις παραπάνω έννοιες, ώστε οι καταρτιζόμενοι/-ες να κατανοήσουν τη σπουδαιότητα απόκτησης δεξιοτήτων κριτικής ανάλυσης, έκφρασης και αποτελεσματικής πρόσβασης σε όλες τις αναδυόμενες τεχνολογίες.

2.4.Z.2 | Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΙΔΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΗ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα «Η έννοια της ιδιότητας του πολίτη» αποσκοπεί στην εκμάθηση της έννοιας του πολίτη και στην κατανόηση της διαχρονικότητας της σημασίας αυτής μέσα από τη συμμετοχή των πολιτών στην πολιτική και κοινωνική ζωή. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν την έννοια του πολίτη μέσα από μια ιστορική έρευνα και αναδρομή του όρου και της σημασίας του, εξετάζοντας την ιστορική εξέλιξή της από την αρχαία Ελλάδα μέχρι τη σύγχρονη εποχή, με αναφορές στον Αριστοτέλη αλλά και σε πρόσφατες αναλύσεις. Επιπρόσθετα, θα αναλυθούν οι ιδιότητες του πολίτη, ο όρος «πολιτειότητα», καθώς και οι εννοιολογικές διαφορές μεταξύ ιθαγένειας και υπηκοότητας.

Παράλληλα, θα αναλυθούν όλες οι διαστάσεις της ιδιότητας του πολίτη – η τυπική, η συναισθηματική και η ουσιαστική – και θα συζητηθούν τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις των πολιτών μέσα σε μια κοινωνία. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν την ενεργό ιδιότητα του/της πολίτη μέσα σε μια συμμετοχική κοινωνία και στην πολιτική ζωή. Η εν λόγω μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην ολιστική αντίληψη της ιδιότητας του ενεργού πολίτη και στην ενίσχυση της κριτικής σκέψης μέσα σε μια δημοκρατική κοινωνία. Οι ικανότητες του/της πολίτη περιλαμβάνουν τις ικανότητες για

μάθηση και γνώση, καθώς και τη δυνατότητά του/της να ενισχύει τις γνώσεις του/της με την εξέλιξη της τεχνολογίας. Στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή, ο γραμματισμός στα νέα μέσα κρίνεται εξαιρετικά σημαντικός για την επίτευξη της ενεργού συμμετοχής των πολιτών.

2.4.Z.3 | ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα «Δημοκρατία και μέσα ενημέρωσης» εστιάζεται στη σχέση της δημοκρατίας με τα μέσα ενημέρωσης και στο πόσο ο ψηφιακός γραμματισμός είναι σημαντικός σε μια δημοκρατική κοινωνία. Η συμμετοχή των πολιτών σε μια δημοκρατική κοινωνία είναι ιδιαίτερα σημαντική. Με την εξέλιξη των νέων τεχνολογιών και την εμφάνιση των νέων μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας, ενισχύεται η επικοινωνιακή διαδικασία. Όλο και περισσότεροι πολίτες επικοινωνούν μέσω των νέων μέσων και λαμβάνουν μέρος στη δημοκρατία και στην πολιτική ζωή.

Στην εν λόγω εκπαιδευτική υποενότητα, θα αναλυθεί η έννοια της δημοκρατίας, καθώς και το πόσο έχει αλλάξει η επικοινωνιακή διαδικασία με τις σύγχρονες εξελίξεις της τεχνολογίας. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τη σημασία του ψηφιακού γραμματισμού σε μια δημοκρατική κοινωνία και θα αντιληφθούν τη σημασία του/της ενεργού πολίτη και της συμμετοχής του/της μέσα στη σύγχρονη ψηφιακή κοινωνία.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν τη σχέση του γραμματισμού στα νέα μέσα ως βασική ικανότητα των πολιτών, η οποία έχει άμεση σχέση με τα ανθρώπινα δικαιώματα. Θα αποκτήσουν επίσης μια ολοκληρωμένη εικόνα για τα μέσα ενημέρωσης, λειτουργώντας τόσο ως παραγωγοί όσο και ως δέκτες/-τριες των μηνυμάτων. Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να εστιάζονται στη συμμετοχή στη δημοκρατία μέσω των νέων μέσων επικοινωνίας, καθώς και στις ίσες ευκαιρίες συμμετοχής, οι οποίες επηρεάζονται άμεσα από τον γραμματισμό στα νέα μέσα. Στην εν λόγω μαθησιακή υποενότητα θα συζητηθούν περιπτώσεις αποκλεισμού από την πληροφόρηση των μέσων, οι οποίες αυξάνουν τις ανισότητες και το κοινωνικό χάσμα.

2.4.Z.4 | Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Η μαθησιακή υποενότητα «Η παιδεία στα μέσα ενημέρωσης» αποσκοπεί στη σημασία της παιδείας και στη συμβολή της στον γραμματισμό στα νέα μέσα. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εστιάσουν την προσοχή τους στην ενίσχυση του ψηφιακού γραμματισμού μέσω της εκπαίδευσης και της κατάρτισης. Η παιδεία αποτελεί σημαντικό παράγοντα ενίσχυσης του ψηφιακού γραμματισμού. Οι πολίτες αναπτύσσουν δεξιότητες και ικανότητες πρόσβασης σε νέες τεχνολογίες μέσω της παιδείας. Αποκτούν, επίσης, τις ικανότητες δημιουργίας περιεχομένου σε ένα ευρύ φάσμα μέσων όπως στο κινητό τηλέφωνο, στη βιντεοκάμερα, στον ηλεκτρονικό υπολογιστή. Παράλληλα, οι πολίτες αναπτύσσουν τη δεξιότητα της κριτικής σκέψης γύρω από την ικανότητα της ισότιμης πρόσβασης. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα αντιληφθούν την ενίσχυση της ικανότητας του/της δημοσιογράφου ως πολίτη αλλά και ως επαγγελματία.

Η εκπαίδευση είναι ο πυρήνας της έννοιας της δημοκρατίας και των δημοκρατικών κοινωνιών. Επιπρόσθετα, ο ρόλος της δια βίου εκπαίδευσης είναι σημαντικός στην εξέλιξη μιας πιο συμμετοχικής και χωρίς αποκλεισμούς κοινωνία. Ταυτόχρονα, η παιδεία στα νέα μέσα συντελεί στην ανάπτυξη της κριτικής σκέψης των πολιτών, οι οποίοι αναπτύσσουν την προσπάθεια για αναζήτηση της εγκυρότητας των πληροφοριών. Στη σύγχρονη εποχή οι πληροφορίες δεν αποτελούνται μόνο από λέξεις αλλά και από εικόνες και προέρχονται από όλα τα μέσα επικοινωνίας. Ο γραμματισμός στα νέα μέσα είναι το αποτέλεσμα της παιδείας και της εκπαίδευσης στα μέσα. Η εκπαίδευση στο γραμματισμό στα νέα μέσα μπορεί να ενισχύσει δεξιότητες όπως ηγεσίας, ελεύθερης έκφρασης, επίλυσης διαφορών και συγκρούσεων.

2.4.Z.5 | ΨΕΥΔΕΙΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΝΕΑ ΜΕΣΑ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα «Ψευδείς ειδήσεις και γραμματισμός στα νέα μέσα» εστιάζεται στην κατανόηση του πεδίου των ψευδών ειδήσεων (fake news) και στη σχέση του με τον γραμματισμό στα νέα μέσα.

Το συνεχώς μεταβαλλόμενο πεδίο των νέων τεχνολογιών στα μέσα ενημέρωσης απαιτεί πολίτες με επαρκείς γνώσεις στα νέα μέσα. Το Διαδίκτυο, με τις νέες διαδικτυακές πλατφόρμες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, παρέχει νέους τρόπους σύνδεσης και αλληλεπίδρασης στους πολίτες. Εντούτοις, η αυξημένη διάδοση των πληροφοριών μέσω του Διαδικτύου μπορεί να παραπλανήσει τους πολίτες μέσα από ειδήσεις με ψευδές ή παραποιημένο περιεχόμενο, επηρεάζοντας την αντίληψη της πραγματικότητας και την ομαλή λειτουργία της δημοκρατικής κοινωνίας.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στην εν λόγω μαθησιακή υποενότητα, θα αντιληφθούν τη σημασία του γραμματισμού στα νέα μέσα και τον σημαντικό ρόλο της αναγνώρισης της αξιοπιστίας των ειδήσεων. Επιπρόσθετα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα κατανοήσουν τον ρόλο του γραμματισμού στην εμπιστοσύνη των πολιτών και στον προσδιορισμό των ειδήσεων που είναι παραπλανητικές ή ψευδείς. Παράλληλα, θα εστιάζονται στις δράσεις που έχουν συντελεστεί σε ευρωπαϊκό πλαίσιο για τον γραμματισμό στα νέα μέσα σε σχέση με την αναγνώριση των ψευδών ειδήσεων (fake news).

Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εστιάζονται και στην αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης μέσω του γραμματισμού στα νέα μέσα και του ψηφιακού γραμματισμού, με σκοπό την προετοιμασία των πολιτών απέναντι στις προκλήσεις του ψηφιακού κόσμου.

2.4.Z.6 | ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ

Η μαθησιακή υποενότητα «Πρακτικές ψηφιακού γραμματισμού» εστιάζεται στην κατανόηση των πρακτικών ψηφιακού γραμματισμού. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα δώσουν έμφαση στην ανάλυση των πρακτικών που χρησιμοποιούνται για το γραμματισμό στα νέα μέσα, καθώς και στον ρόλο της εκπαίδευσης των πολιτών στις νέες τεχνολογίες.

Οι πρακτικές του γραμματισμού αποτελούν μοχλό ανάπτυξης και άρσης των ανισοτήτων στην πρόσβαση όλων των πολιτών στα νέα μέσα. Επιπρόσθετα, στην εν λόγω υποεπένδυση, θα περιγραφούν και οι προκλήσεις που παρουσιάζονται σε σχέση με τις πρακτικές στον ψηφιακό γραμματισμό.

Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να ξεχωρίσουν τις σωστές πρακτικές που χρησιμοποιούνται στην Ευρώπη αλλά και στον ελληνικό χώρο μέσα από δράσεις των φορέων. Θα κατανοήσουν τον ρόλο της κριτικής ανάλυσης όλων των μέσων ενημέρωσης. Θα αντιληφθούν την έννοια του ειδησεογραφικού αλφαριθμητισμού ως πρακτικής γραμματισμού στα νέα μέσα και τον ρόλο συμβολής της στην ευαισθητοποίηση και την αποκωδικοποίηση των μηνυμάτων των μέσων ενημέρωσης. Ο ειδησεογραφικός αλφαριθμητισμός αναπτύσσει ικανότητες δημιουργίας και βοηθά στην κριτική ανάλυση των ειδήσεων της επικαιρότητας. Παράλληλα, η ασφάλεια στο Διαδίκτυο αποτελεί μια άλλη πρακτική για την ασφαλή χρήση του Διαδικτύου και των νέων μέσων. Στο πλαίσιο του μαθήματος, θα ενισχυθεί η συζήτηση σχετικά με την ενίσχυσης της κριτικής αντίληψης και γνώμης καθώς και την ελεύθερη έκφραση.

Τέλος, η εν λόγω μαθησιακή υποεπένδυση θα εστιαστεί και στην πρακτική της ανοικτής πρόσβασης της πληροφορίας και θα παρακινήσει τους/τις καταρτιζόμενους/-ες σε συζήτηση γύρω από τις σωστές και αποτελεσματικές πρακτικές του γραμματισμού στα νέα μέσα.

2.4.Z.7 | ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

Η μαθησιακή υποεπένδυση «Δημοσιογράφος και ψηφιακός γραμματισμός» εστιάζεται στον ρόλο του/της δημοσιογράφου ως επαγγελματία στον ψηφιακό γραμματισμό. Οι καταρτιζόμενοι/-ες, στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποεπένδυση, θα ασχοληθούν με τον ρόλο του/της δημοσιογράφου στο πλαίσιο του ψηφιακού γραμματισμού. Στην εν λόγω υποεπένδυση, θα προσδιοριστεί ο ρόλος του/της επαγγελματία δημοσιογράφου αναφορικά με τη συμβολή του/της στην άρση ανισοτήτων πρόσβασης στην πληροφορία, την ενημέρωση και την ψυχαγωγία. Οι καταρτιζόμενοι/-ες θα εστιάσουν την προσοχή τους ως επαγγελματίες δημοσιογράφοι στο να κατονομάζουν τα κακώς κείμενα στο επάγγελμα του/της δημοσιογράφου αλλά και γενικότερα στον «μιντιακό» χώρο. Θα είναι σε θέση να ελέγχουν τη φυσιογνωμία του κάθε μέσου επικοινωνίας στο οποίο εργάζονται. Επιπρόσθετα, θα είναι σε θέση να παράγουν περιεχόμενο κατανοητό για τους πολίτες και να παρουσιάζουν αναλύσεις μηνυμάτων των μέσων καθώς και να προβαίνουν σε σχετικά συμπεράσματα.

Παράλληλα, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να δημιουργούν περιεχόμενο το οποίο θα έχει νόημα για την ενημέρωση και την αποτελεσματική ενημέρωση των πολιτών και θα είναι προσβάσιμο. Ταυτόχρονα, θα κατανοήσουν την εφαρμογή των τεχνικών αύξησης της ευαισθητοποίησης και αξιόπιστης ενημέρωσης γύρω από διάφορα ζητήματα της επικαιρότητας, απορρίπτοντας τις μη ορθές πρακτικές στον

χώρο των μέσων και υιοθετώντας τους κώδικες ηθικής και δεοντολογίας για την άσκηση του επαγγέλματός τους.

Τέλος, στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι καταρτιζόμενοι/-ες ως επαγγελματίες δημοσιογράφοι θα εκπαιδεύουν στην κατανόηση των ψευδών ειδήσεων και στην αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης μέσω του γραμματισμού στα νέα μέσα.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press.
2. Potter, W. J. (2008). *Media literacy* (4th edition). Los Angeles: Sage Publications.

Συμπληρωματικές

1. Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cartridge, MA: MIT Press.
2. White, T. (2004). *Media education, new media and media literacy*. Birmingham: University of Central England in Birmingham.

3 | Διδακτική μεθοδολογία

Στο πλαίσιο των εκπαιδευτικών συναντήσεων, αξιοποιείται η συμμετοχική ή/και η βιωματική διδασκαλία. Έχοντας ως σημείο εκκίνησης τις βασικές αρχές εκπαίδευσης ενηλίκων αλλά και τη σύνδεση της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης με το πραγματικό περιβάλλον εργασίας, η εκπαίδευση έχει ένα διπλό σημείο αναφοράς: την ενεργή ανταπόκριση στις μαθησιακές ανάγκες της συγκεκριμένης κάθε φορά ομάδας εκπαιδευομένων και τις ανάγκες που προκύπτουν στο περιβάλλον εργασίας της συγκεκριμένης ειδικότητας.

Ο/Η εκπαιδευτής/-τρια οργανώνει και καθοδηγεί την εκπαιδευτική πράξη, επιλύει τυχόν προβλήματα, υποστηρίζει, ανατροφοδοτεί και ενδυναμώνει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες. Διαμεσολαβεί, διευκολύνει και ενισχύει τη διαδικασία μάθησης, σε ομαδικό και σε ατομικό επίπεδο, συνδέοντας την κατάρτιση με τον κόσμο της εργασίας.

Η συμμετοχική και βιωματική εκπαίδευση διαμορφώνει ένα δημιουργικό περιβάλλον μάθησης και ενισχύει την αλληλεπίδραση εκπαιδευτή/-τριας και εκπαιδευομένων. Προσφέρει τη δυνατότητα να γίνουν αντιληπτές αλλά και να αξιοποιηθούν στην εκπαιδευτική διαδικασία οι ανάγκες, οι ιδιαιτερότητες, οι δυνατότητες, οι γνώσεις, οι δεξιότητες και οι εμπειρίες της συγκεκριμένης ομάδας των καταρτιζομένων. Προσφέρει τη δυνατότητα να γίνουν πρακτικές και ρεαλιστικές συνδέσεις με το πραγματικό περιβάλλον εργασίας της συγκεκριμένης ειδικότητας.

Την υποστήριξη ενός αλληλεπιδραστικού περιβάλλοντος μάθησης ενισχύουν η χρήση σύντομων εμπλουτισμένων εισηγήσεων και η συχνή εφαρμογή συμμετοχικών εκπαιδευτικών τεχνικών και μέσων. Ενδεικτικά, αναφέρουμε ότι η ενίσχυση της συμμετοχής των καταρτιζομένων υποβοηθείται ενεργά με την αξιοποίηση απλών τεχνικών όπως είναι ο καταγισμός ιδεών, οι ερωτήσεις και απαντήσεις ή η συζήτηση, οι ατομικές ή/και ομαδικές ασκήσεις εφαρμογής ή επίλυσης προβλήματος, η προσομοίωση, η εργασία σε ομάδες, οι μελέτες περιπτώσεων. Οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες που αξιοποιούν τις παραπάνω ή ανάλογες εκπαιδευτικές τεχνικές αντλούν τα θέματά τους από τη θεματολογία της κάθε μαθησιακής ενότητας και τα σχετικά ζητήματα που συνδέονται με το πραγματικό περιβάλλον εργασίας.

Η εκπαίδευση σε συγκεκριμένες –ατομικές ή/και ομαδικές– δραστηριότητες μέσα στην τάξη και στα εργαστήρια προετοιμάζει τα μέλη της ομάδας για τη συμμετοχή τους στην πρακτική άσκηση/μαθητεία. Η σταδιακή εξειδίκευση της γνώσης, η ανάπτυξη συγκεκριμένων δεξιοτήτων/ικανοτήτων, καθώς και η καλλιέργεια κατάλληλων στάσεων και συμπεριφορών σε κρίσιμα ζητήματα δεοντολογίας, υγείας και ασφάλειας κ.λπ., προετοιμάζουν τη συγκεκριμένη κάθε φορά ομάδα εκπαιδευομένων για τα επόμενα βήματα. Το πρόγραμμα κατάρτισης συνδυάζει την απόκτηση θεωρητικών γνώσεων με την ανάπτυξη αναγκαίων πρακτικών δεξιοτήτων για την αποτελεσματική άσκηση του επαγγέλματος.

Σε ανάλογη κατεύθυνση, στο πλαίσιο της πρακτικής εφαρμογής της ειδικότητας, δίνεται και η δυνατότητα ανάπτυξης διαθεματικών προγραμμάτων/σχεδίων δραστηριοτήτων (projects), με σύγχρονη εφαρμογή διαφορετικών μαθησιακών ενοτήτων και θεματικών. Οι συγκεκριμένες δραστηριότητες μπορούν να αναπτύσσονται σε μεγαλύτερη ή μικρότερη χρονική έκταση και να συμπεριλαμβάνουν, ενδεικτικά, επισκέψεις σε χώρους εργασίας και εγκαταστάσεις παραγωγής, συναντήσεις με έμπειρους επαγγελματίες της ειδικότητας ή ειδικούς του συγκεκριμένου παραγωγικού τομέα και κλάδου, υλοποίηση ομαδικών εργασιών με συνδυασμό διαφορετικών μαθησιακών ενοτήτων υπό την καθοδήγηση ομάδας εκπαιδευτών/-τριών ή ακόμη και δημιουργία ομάδων εκπαιδευομένων με στόχο την αμοιβαία άσκηση, μελέτη και αλληλοδιδασκαλία. Το σύνολο των παραπάνω δραστηριοτήτων μπορούν να αξιοποιηθούν και αυτόνομα, ανεξάρτητα δηλαδή από την υλοποίηση ενός συνολικότερου project.

Η ανάπτυξη συνεργατικού κλίματος μεταξύ των εκπαιδευομένων και η καλλιέργεια σχέσης εμπιστοσύνης με τους/τις εκπαιδευτές/-τριες συντελούν στη δημιουργία μιας *κοινότητας μάθησης*, η οποία μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα σημαντική για την ενίσχυση των διεργασιών μάθησης τόσο κατά τη διάρκεια της εκπαιδευτικής διαδικασίας όσο και πέρα από αυτή, σε περιόδους μελέτης ή/και προετοιμασίας για τις διαδικασίες αξιολόγησης/πιστοποίησης των γνώσεων και δεξιοτήτων που έχουν αποκτηθεί.

Η ενίσχυση της συνεργασίας και της δημιουργίας μιας κοινότητας μάθησης είναι δυνατόν να επηρεάσει και τους τρόπους μελέτης των εκπαιδευομένων προς μια πιο ενεργητική, δημιουργική στάση διερεύνησης και εξοικείωσης με τη γνώση. Η τήρηση προσωπικών σημειώσεων και η ανταλλαγή τους μεταξύ των εκπαιδευομένων, η μελέτη πρόσθετων βιβλιογραφικών –ελληνόφωνων και ξενόγλωσσων– πηγών, η αναζήτηση συμπληρωματικών ερεθισμάτων στο ευρύτερο κοινωνικό και επαγγελματικό περιβάλλον (παρακολούθηση οπτικο-ακουστικού υλικού, επαγγελματικών περιοδικών, εξέλιξης θεσμικού πλαισίου κ.λπ.), σχετικών με την επαγγελματική ειδικότητα, είναι δυνατόν να αποτελέσουν σημαντικά συστατικά για τη διαμόρφωση μιας ισχυρής σχέσης με την εξειδικευμένη επαγγελματική γνώση και τις δεξιότητες που απαιτεί το επάγγελμα.

Η παρακολούθηση ενός εντατικού προγράμματος κατάρτισης μεγάλης διάρκειας αναγκαστικά επιφέρει αλλαγές στην καθημερινότητα των εκπαιδευομένων. Η αποδοτική διαχείριση του καθημερινού χρόνου απαιτεί προσωπικό προγραμματισμό και φροντίδα. Η συστηματική πρόβλεψη ενός χρονικού διαστήματος μελέτης, καθημερινά, καθώς και η τήρηση ενός ημερολογίου μάθησης όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα καταγράφουν την καθημερινή τους πρόοδο, αλλά ενδεχομένως θα σημειώνουν και ερωτήματα ή παρατηρήσεις σχετικές με την κάθε μαθησιακή ενότητα, μπορούν να αποτελέσουν χρήσιμες και πολύ δημιουργικές πρακτικές ενίσχυσης των διαδικασιών μάθησης.

Η φοίτηση στη Σχολή Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης είναι περίοδος διαμόρφωσης μιας μελλοντικής επαγγελματικής ταυτότητας. Είναι η αρχή μιας νέας προσωπικής ιστορίας και μιας διαρκούς εξέλιξης μπροστά σε απαιτήσεις και αναγκαιότητες που χαρακτηρίζουν την κάθε επαγγελματική ειδικότητα. Είναι η ευκαιρία διασύνδεσης του/της κάθε εκπαιδευομένου/-ης με τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις στάσεις που είναι κοινές στην επαγγελματική κοινότητα στην οποία σταδιακά θα ενταχθεί.

4 | Υγεία και ασφάλεια κατά τη διάρκεια της κατάρτισης

Για την προστασία των καταρτιζομένων, τόσο στην αίθουσα διδασκαλίας και στους εργαστηριακούς χώρους στη ΣΑΕΚ όσο και στις επιχειρήσεις που επισκέπτονται για την υλοποίηση της πρακτικής άσκησης/μαθητείας, τηρούνται όλες οι προβλεπόμενες διατάξεις για τους κανόνες υγείας και ασφάλειας στην ειδικότητα και το επάγγελμα αλλά και ευρύτερα όπως προβλέπονται ιδίως από:³

- Τον κώδικα νόμων για την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων (βλ. Ν. 3850/2010), όπως ισχύει.
- Τις διατάξεις του κτιριοδομικού κανονισμού (βλ. 3046/304/89-ΦΕΚ 59/Δ/3-02-89), όπως ισχύει.
- Τον κανονισμό λειτουργίας των εργαστηριακών κέντρων (ΦΕΚ 1318 Β'/2015), όπως ισχύει.
- Το ΦΕΚ 3938/Β/26-8-2021, κοινή Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμό Κ5/97484 με θέμα την «Πρακτική άσκηση σπουδαστών Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης αρμοδιότητας Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων», όπως ισχύει.
- Το ΦΕΚ 4146/Β/9-9-2021, κοινή Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμό ΦΒ7/108652/Κ3, με θέμα το «Πλαίσιο Ποιότητας Μαθητείας», όπως ισχύει.

Παρακάτω, παρατίθενται οι βασικοί κανόνες υγείας και ασφάλειας καθώς και ο σχετικός αναγκαίος ατομικός εξοπλισμός για τις συνθήκες άσκησης της ειδικότητας:

4.1 • Βασικοί κανόνες υγείας και ασφάλειας

Όλοι οι χώροι στους οποίους διενεργούνται θεωρητικά και πρακτικά μαθήματα απαιτείται να πληρούν τις προδιαγραφές που αφορούν τα προβλεπόμενα απαραίτητα μέτρα και μέσα διασφάλισης της προστασίας της υγείας, τόσο του εκπαιδευτικού προσωπικού, όσο και των εκπαιδευομένων. Είναι απαραίτητη η ύπαρξη συστημάτων πυρόσβεσης στους χώρους διδασκαλίας, καθώς και η δυνατότητα παροχής πρώτων βοηθειών σε περίπτωση ατυχήματος.

Για τα κτίρια των αιθουσών διδασκαλίας και πρακτικής άσκησης είναι απαραίτητη η κατάρτιση σχεδίου διαφυγής και διάσωσης σε περίπτωση κινδύνου. Το σχέδιο

3 Η αναφορά σε συγκεκριμένες διατάξεις είναι μόνον ενδεικτική. Ανάλογα με την ειδικότητα, είναι πιθανόν να ισχύουν ειδικότερες ή πιο επικαιροποιημένες ρυθμίσεις. Σε κάθε περίπτωση, φροντίστε να επικαιροποιήσετε τις αναφορές σας στο θεσμικό πλαίσιο προστασίας της υγείας και ασφάλειας στην εργασία, συμπεριλαμβάνοντας και τις πλέον πρόσφατες σχετικές διατάξεις. Αξιοποιείτε όσα έχουν καταγραφεί στον οδηγό κατάρτισης της συγκεκριμένης ειδικότητας, και –εφόσον το κρίνετε χρήσιμο– μπορείτε να προσθέσετε συμπληρωματικές ή πιο επικαιροποιημένες ρυθμίσεις.

διαφυγής και διάσωσης αναρτάται σε κατάλληλες θέσεις και, για αυτόν τον λόγο, σε τακτικά χρονικά διαστήματα πραγματοποιούνται ασκήσεις ελέγχου ετοιμότητας. Οι έξοδοι κινδύνου φέρουν την κατάλληλη ευδιάκριτη σήμανση.

Γενικοί κανόνες για την ασφάλεια στις αίθουσες για τη θεωρία και την πρακτική άσκηση

Για την ασφάλεια των εκπαιδευτών/-τριών και των εκπαιδευομένων, είναι απαραίτητο να ακολουθούνται οι παρακάτω κανόνες:

- Οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να τηρούν πιστά τους κανόνες ασφαλείας,
- Οι εκπαιδευτικές επισκέψεις στους χώρους των Γραφείων Τύπου αθλητικών οργανισμών, σε αγώνες ΑμεΑ και σε άλλους οργανισμούς και επιχειρήσεις συναφούς αντικειμένου λαμβάνουν χώρα μόνο με την παρουσία εκπαιδευτή/-τριας,
- Κατά τις ως άνω επισκέψεις είναι απαραίτητη η χρήση των ενδεδειγμένων μέσων ατομικής προστασίας,
- Ο/Η εκπαιδευτής/-τρια ενημερώνει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες για πιθανούς κινδύνους, καθώς και για τον τρόπο αναφοράς και αντιμετώπισης ατυχήματος,
- Οι εκπαιδευόμενοι/-ες οφείλουν να ενημερώσουν άμεσα τον/την εκπαιδευτή/-τρια σε περίπτωση ατυχήματος ή επικίνδυνου συμβάντος,
- Η χρήση του εξοπλισμού για την πρακτική άσκηση γίνεται εφόσον έχει προηγηθεί πληροφόρηση από τον/την εκπαιδευτή/-τρια για τον σωστό και ασφαλή χειρισμό του,
- Απαγορεύεται η μεταφορά εξοπλισμού εκτός του χώρου της ΣΑΕΚ χωρίς την άδεια του/της υπεύθυνου/-ης εκπαιδευτή/-τριας,
- Οι χώροι διεξαγωγής των μαθημάτων και της πρακτικής άσκησης πρέπει να διατηρούνται καθαροί, ο δε εξοπλισμός να είναι τακτοποιημένος ώστε να μην υπάρξουν ζημίες,
- Απαγορεύεται η κατανάλωση ποτών και τροφής στις αίθουσες,
- Απαγορεύεται το κάπνισμα στους εσωτερικούς χώρους,
- Σε όλες τις αίθουσες θα πρέπει να υπάρχουν ειδικοί κάδοι απόρριψης αιχμηρών αντικειμένων με σαφή σήμανση.

4.2 • Μέσα ατομικής προστασίας

Παρακάτω παρατίθενται ως ενδεικτικά μέτρα για την υγεία και την ασφάλεια, τόσο των εκπαιδευομένων, όσο και των εκπαιδευτών/-τριών:

- Γενικός διακόπτης ρεύματος,
- Τηλέφωνα έκτακτης ανάγκης (Άμεση Δράση: 100 , ΕΚΑΒ: 166),
- Φαρμακείο,
- Πυροσβεστήρας,
- Μάσκες προστασίας από τους ιούς (χειρουργικές ή KN95),
- Απολυμαντικά χεριών,
- Απολυμαντικά επιφανειών.



Προδιαγραφές υλοποίησης πρακτικής άσκησης

1 | Ο θεσμός της πρακτικής άσκησης

Η πρακτική άσκηση συνδέεται άρρηκτα με τη θεωρητική κατάρτιση, αφού, κατά τη διάρκειά της, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες ανακαλούν τη θεωρητική και εργαστηριακή γνώση τους για να την εφαρμόσουν στην πράξη και να αντεπεξέλθουν στις εργασίες που τους ανατίθενται. Καλούνται να αναλάβουν συγκεκριμένα καθήκοντα και να δώσουν λύση σε πρακτικά προβλήματα που ανακύπτουν, υπό την εποπτεία των εκπαιδευτών/-τριών. Έτσι, ο θεσμός της πρακτικής άσκησης στοχεύει στην ανάπτυξη επαγγελματικών ικανοτήτων/δεξιοτήτων σχετικών με την ειδικότητα, στην ενίσχυση της επαφής με τον εργασιακό χώρο και την προετοιμασία των εκπαιδευομένων για την παραγωγική διαδικασία, μέσω της απόκτησης εμπειριών ιδιαίτερα χρήσιμων για τη μετέπειτα επαγγελματική τους πορεία.

Αναλυτικότερα, η πρακτική άσκηση είναι υποχρεωτική για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες των Σχολών Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΣΑΕΚ) και θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση για την απόκτηση Βεβαίωσης Επαγγελματικής Κατάρτισης (Άρθρο 27 του Ν. 4763/2020 για το Εθνικό Σύστημα Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, Κατάρτισης και Διά Βίου Μάθησης).

Στη συνέχεια αναφέρονται χρήσιμες πληροφορίες για το θεσμό της πρακτικής άσκησης, όπως περιγράφονται στη σχετική νομοθεσία, και που αφορούν τις βασικές προϋποθέσεις, τον τρόπο και τους όρους υλοποίησής της.

Διάρκεια πρακτικής άσκησης

Η συνολική διάρκεια της περιόδου πρακτικής άσκησης είναι εννιακόσιες εξήντα (960) ώρες. Οι ώρες πρακτικής ανά ημέρα καθορίζονται σε τέσσερις (4) έως οκτώ (8) ανάλογα με τη φύση και το αντικείμενο της ειδικότητας κατάρτισης του/της ασκούμενου/-ης. Δεν επιτρέπεται η υπέρβαση του ημερήσιου ωραρίου πέραν των ωρών που ορίζονται στην ειδική σύμβαση πρακτικής άσκησης.

Όροι υλοποίησης πρακτικής άσκησης

Η πρακτική άσκηση δύναται να πραγματοποιείται σε θέσεις που προσφέρονται από φυσικά πρόσωπα, ΝΠΔΔ, ΝΠΙΔ, δημόσιες υπηρεσίες, ΟΤΑ α΄ και β΄ βαθμού και επιχειρήσεις. Εξαιρούνται οι φορείς:

- α) Προσωρινής απασχόλησης,
- β) Τα νυχτερινά κέντρα,
- γ) Παροχής καθαριότητας και φύλαξης,
- δ) Τα πρακτορεία τυχερών παιχνιδιών,
- ε) Κάθε επιχείρηση στην οποία δεν είναι εφικτός ο έλεγχος της εκπαίδευσης από τον αρμόδιο φορέα.

Ο/Η εκπαιδευόμενος/-η ΣΑΕΚ, προκειμένου να πραγματοποιήσει πρακτική άσκηση, υπογράφει ειδική σύμβαση πρακτικής άσκησης με τον/την εργοδότη/-τρια, η οποία θεωρείται από τη ΣΑΕΚ φοίτηση. Η ειδική σύμβαση πρακτικής άσκησης δεν συνιστά σύμβαση εξαρτημένης εργασίας.

Βασικός συντελεστής για την επιτυχή υλοποίηση της πρακτικής άσκησης είναι και ο/η εκπαιδευτής/-τρια της επιχείρησης ή υπηρεσίας, ο/η οποίος/-α αναλαμβάνει την παρακολούθηση και υποστήριξη των ασκουμένων. Σε αυτή την κατεύθυνση, ο/η εργοδότης/-τρια ορίζει έμπειρο στέλεχος συναφούς επαγγελματικής ειδικότητας με τον/την πρακτικά ασκούμενο/-η ως «εκπαιδευτή/-τρια στον χώρο εργασίας», ο/η οποίος/-α αναλαμβάνει την αποτελεσματική υλοποίηση των εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων στον χώρο εργασίας και την παρακολούθηση της προόδου του/της πρακτικά ασκούμενου/-ης.

Η παρακολούθηση της προόδου του/της πρακτικά ασκούμενου/-ης γίνεται μέσω του βιβλίου πρακτικής άσκησης. Αναλυτικότερα, σε αυτό καταγράφει ο/η πρακτικά ασκούμενος/-η ανά εβδομάδα τις εργασίες με τις οποίες ασχολήθηκε και περιγράφει συνοπτικά τα καθήκοντα που του/της ανατέθηκαν στον χώρο πραγματοποίησης της πρακτικής άσκησης. Κάθε εβδομαδιαία καταχώρηση ελέγχεται και υπογράφεται από τον/την εκπαιδευτή/-τρια στον χώρο εργασίας.

2 | Οδηγίες για τον/την πρακτικά ασκούμενο/-η

2.1 • Προϋποθέσεις εγγραφής στο πρόγραμμα πρακτικής άσκησης

Η πρακτική άσκηση είναι υποχρεωτική για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες των Σχολών Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης και θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση για την απόκτηση Βεβαίωσης Επαγγελματικής Κατάρτισης.

Για την έναρξη της πρακτικής άσκησης στην ειδικότητα «Δημοσιογραφίας, Συντακτών και Ρεπόρτερ», οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να έχουν συμπληρώσει το εξάμηνο Δ' της φοίτησής τους στις ΣΑΕΚ. Στην περίπτωση αυτήν, μπορούν πια να τοποθετηθούν σε θέση πρακτικής της ειδικότητάς τους.

2.2 • Δικαιώματα και υποχρεώσεις του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης

Βασική προϋπόθεση για την επιτυχή υλοποίηση ενός προγράμματος πρακτικής άσκησης είναι η γνώση και η εφαρμογή των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων κάθε εμπλεκόμενου μέλους όπως ορίζονται στην εκάστοτε ισχύουσα νομοθεσία.⁴ Στη συνέχεια παρατίθενται κάποια δικαιώματα και υποχρεώσεις των πρακτικά ασκούμενων.

Δικαιώματα πρακτικά ασκούμενων

1. Τμηματική ή συνεχόμενη υλοποίηση της πρακτικής άσκησης.
2. Δυνατότητα αποζημίωσης, η οποία ορίζεται στο 80% του νόμιμου, νομοθετημένου, κατώτατου ορίου του ημερομισθίου του ανειδίκευτου εργάτη, ή όπως αυτό διαμορφώνεται από το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων ή αναλογικά, εάν η ημερήσια διάρκεια της πρακτικής είναι μικρότερη των οκτώ (8) ωρών. Η αποζημίωση καταβάλλεται στον/στην πρακτικά ασκούμενο/-η μετά την ολοκλήρωση της πρακτικής άσκησης. Σε περίπτωση μη δυνατότητας χρηματοδότησης της αποζημίωσης της πρακτικής άσκησης, δεν υφίσταται η υποχρέωση αποζημίωσής της, παρά μόνο η υποχρέωση του/της εργοδότη/-τριας να αποδίδει τις προβλεπόμενες ασφαλιστικές εισφορές.
3. Υπαγωγή στην ασφάλιση του e-ΕΦΚΑ (πρώην ΙΚΑ-ΕΤΑΜ) για τον κλάδο του ατυχήματος. Για την ασφάλισή του/της καταβάλλονται οι προβλεπόμενες από την παρ. 1 του άρθρου 10 του Ν. 2217/1994 (Α' 83) ασφαλιστικές εισφορές, οι οποίες

4 ΦΕΚ 3938/Β/26-8-2021. Κοινή Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμ. Κ5/97484. Πρακτική άσκηση σπουδαστών Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης αρμοδιότητας Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων.

βαρύνουν το φυσικό ή νομικό πρόσωπο (εργοδότη/-τρια), στο οποίο υλοποιείται η πρακτική άσκηση.

4. Δικαίωμα αναφοράς στη ΣΑΕΚ της μη τήρησης των όρων πρακτικής άσκησης.
5. Δικαίωμα διακοπής πρακτικής άσκησης βάσει τεκμηρίωσης και έπειτα από σχετική δήλωση στη ΣΑΕΚ εποπτείας.
6. Αλλαγή εργοδότη/-τριας, εφόσον συντρέχει τεκμηριωμένος σοβαρότατος λόγος.
7. Οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες δεν απασχολούνται την Κυριακή και τις επίσημες αργίες.

Υποχρεώσεις πρακτικά ασκουμένων

1. Τήρηση του ημερήσιου ωραρίου πρακτικής άσκησης, όπως ορίζεται στην ειδική σύμβαση.
2. Τήρηση των όρων υγείας και ασφάλειας του/της εργοδότη/-τριας.
3. Σεβασμός της κινητής και ακίνητης περιουσίας του/της εργοδότη/-τριας.
4. Αρμονική συνεργασία με τα στελέχη του/της εργοδότη/-τριας.
5. Προσκόμιση –όπου απαιτείται– όλων των απαραίτητων ιατρικών βεβαιώσεων για την εξάσκηση του επαγγέλματος.
6. Προσκόμιση στη ΣΑΕΚ των απαραίτητων δικαιολογητικών, πριν από την έναρξη και μετά τη λήξη της πρακτικής άσκησης, αλλά και σε περίπτωση διακοπής της.
7. Ενημέρωση σε περίπτωση απουσίας του/της ασκουμένου/-ης της επιχείρησης και της ΣΑΕΚ εποπτείας.
8. Τήρηση βιβλίου πρακτικής άσκησης, το οποίο διατίθεται από τη ΣΑΕΚ και στο οποίο αναγράφονται από τους/τις ασκούμενους/-ες κατά εβδομάδα οι εργασίες με τις οποίες ασχολήθηκαν και περιγράφονται συνοπτικά τα καθήκοντα που τους ανατέθηκαν στο χώρο πραγματοποίησης πρακτικής άσκησης.
9. Προσκόμιση στο τέλος κάθε μήνα στη ΣΑΕΚ φοίτησης ή εποπτείας της πρακτικής άσκησης του βιβλίου πρακτικής άσκησης για έλεγχο.
10. Υποβολή μετά την ολοκλήρωση της πρακτικής άσκησης του βιβλίου πρακτικής άσκησης στη ΣΑΕΚ φοίτησης συμπληρωμένο με τις εβδομαδιαίες εκθέσεις, τον χρόνο και το αντικείμενο απασχόλησης, τις ημέρες απουσίας και την επίδοση του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης. Υποβολή του εντύπου λήξης (Βεβαίωση Παρουσίας) της πρακτικής άσκησης, συμπληρωμένου, υπογεγραμμένου και σφραγισμένου από τον/την εργοδότη/-τρια-νόμιμο/-η εκπρόσωπο του φορέα απασχόλησης, στον οποίο βεβαιώνεται ότι ο/η εκπαιδευόμενος/-η πραγματοποίησε την πρακτική άσκηση στην επιχείρηση/οργανισμό, καθώς και το χρονικό διάστημα αυτής.
11. Άμεση ενημέρωση της ΣΑΕΚ φοίτησης από τον/την πρακτικά ασκούμενο/-η σε περίπτωση διακοπής της πρακτικής άσκησης και προσκόμιση του βιβλίου πρακτικής και του εντύπου της λήξης (Βεβαίωση Παρουσίας) με τις ημέρες πρακτικής άσκησης που έχουν πραγματοποιηθεί. Για να συνεχίσει ο/η εκπαιδευόμενος/-η

την πρακτική άσκηση, για το υπόλοιπο του προβλεπόμενου διαστήματος, στον ίδιο ή σε άλλο φορέα απασχόλησης (εργοδότη/-τρια), θα πρέπει να ακολουθηθεί εκ νέου η διαδικασία έναρξης πρακτικής. Αν η διακοπή της πρακτικής άσκησης γίνει από τον/την εργοδότη/-τρια, τότε οφείλει ο/η τελευταίος/-α να ενημερώσει άμεσα τη ΣΑΕΚ φοίτησης του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης.

2.3 • Φορείς υλοποίησης πρακτικής άσκησης

Κάθε πρακτικά ασκούμενος/-η πραγματοποιεί την πρακτική άσκηση σε τμήματα των φορέων απασχόλησης αντίστοιχα με την ειδικότητά του/της, με την εποπτεία υπευθύνου/-ης του φορέα, ειδικότητας αντίστοιχης με το αντικείμενο κατάρτισής του/της.

Ειδικότερα, στην ειδικότητα «Δημοσιογραφίας, Επικοινωνίας και Νέων Μέσων» οι εκπαιδευόμενοι/-ες πραγματοποιούν πρακτική άσκηση σε **τομείς** που σχετίζονται με **φορείς/ επιχειρήσεις όπως:**

- Έντυπα μέσα ενημέρωσης (εφημερίδες ή/και περιοδικά) εθνικής ή τοπικής κυκλοφορίας,
- Ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς, εθνικής, περιφερειακής ή τοπικής εμβέλειας,
- Διαδικτυακές ιστοσελίδες ενημερωτικού χαρακτήρα ή λοιπά μέσα που παράγουν διαδικτυακό περιεχόμενο,
- Ειδησεογραφικά πρακτορεία, εγχώρια ή διεθνή,
- Γραφεία Τύπου και Δημοσίων Σχέσεων διαφόρων φορέων και οργανώσεων,
- Εταιρείες που αναλαμβάνουν έργο παρακολούθησης του περιεχομένου των μέσων (media monitoring) καθώς και αποδελτίωσης,
- Διαφημιστικές εταιρείες, αναλαμβάνοντας έργο συγγραφής κειμένων στο πλαίσιο της διαφημιστικής επικοινωνίας.

και σε **θέσεις εργασίας όπως:**

- Δημοσιογράφοι των Μέσων,
- Δημοσιογράφοι σε Γραφεία Τύπου,
- Επικοινωνιολόγοι,
- Διαφημιστές/Κειμενογράφοι,
- Στελέχη Δημοσίων Σχέσεων,
- Διαχειριστές Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης,
- Ραδιοπαρουσιαστές/Ραδιοφωνικοί Παραγωγοί,
- Τηλεπαρουσιαστές,
- Μέλη συντακτικών ομάδων ραδιοτηλεοπτικών προγραμμάτων,
- Ρεπόρτερ,

- Φωτορεπόρτερ,
- Βιντεολήπτες,
- Παραγωγοί περιεχομένου για τα ΜΚΔ.

3 | Ο ρόλος του/της εκπαιδευτή/-τριας της πρακτικής άσκησης

Ο/Η εργοδότης/-τρια της επιχείρησης που προσφέρει θέση πρακτικής άσκησης ορίζει ένα έμπειρο στέλεχος συναφούς επαγγελματικής ειδικότητας με τον/την πρακτικά ασκούμενο/-η ως «εκπαιδευτή/-τρια στον χώρο εργασίας», ο/η οποίος/-α αναλαμβάνει την αποτελεσματική υλοποίηση των εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων στον χώρο εργασίας, την παρακολούθηση της προόδου των εκπαιδευομένων και την ανατροφοδότηση των υπεύθυνων εκπαιδευτών στην εκπαιδευτική δομή.

Αναλυτικότερα, ο/η εκπαιδευτής/-τρια είναι το συνδετικό πρόσωπο του/της εργοδότη/-τριας της επιχείρησης με την εκπαιδευτική δομή (ΣΑΕΚ) και, κατά συνέπεια, έχει συνεχή συνεργασία με αυτήν. Επιπλέον, ο ρόλος αφορά την παροχή συμβουλών, πληροφοριών ή καθοδήγησης, καθώς πρόκειται για ένα άτομο με χρήσιμη εμπειρία, δεξιότητες και εξειδίκευση το οποίο υποστηρίζει την προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη των πρακτικά ασκουμένων.

4 | Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα της πρακτικής άσκησης

Κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης, επιδιώκεται η αναβάθμιση των γνώσεων, των επαγγελματικών δεξιοτήτων και των ικανοτήτων των σπουδαστών/-τριών ΣΑΕΚ, με αποτέλεσμα την ομαλή μετάβασή τους από την αίθουσα κατάρτισης στον χώρο εργασίας, και μάλιστα υπό πραγματικές εργασιακές συνθήκες. Στο πλαίσιο αυτής της μετάβασης και της ομαλής ένταξης, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες καλούνται να καλλιεργήσουν όχι μόνο επαγγελματικές δεξιότητες που αφορούν την ειδικότητα και οι οποίες δεν εξαντλούνται στο πλαίσιο της αίθουσας κατάρτισης, αλλά και οριζόντιες δεξιότητες που ενισχύουν την επαγγελματική τους συμπεριφορά και καλλιεργούν την περιβαλλοντική αλλά και επιχειρηματική κουλτούρα. Έτσι, η πρακτική άσκηση αποτελεί ένα προπαρασκευαστικό στάδιο, κατά το οποίο αναβαθμίζονται οι γενικές και ειδικές γνώσεις, συντελούνται σημαντικές διεργασίες επαγγελματικού προσανατολισμού και διευκολύνεται η επαγγελματική ανάπτυξη του ατόμου.

Αναλυτικότερα, κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης, παρέχεται η δυνατότητα στον/στην πρακτικά ασκούμενο/-η να ασκηθεί στις εργασίες που απορρέουν από τα επιμέρους μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης στην ειδικότητα. Η άσκηση μπορεί να επιτευχθεί μέσω της παρατήρησης της εργασίας, της συμμετοχής σε ομάδα εκτέλεσης της εργασίας, της καθοδηγούμενης εργασίας ή της δοκιμής/αυτόνομης εκτέλεσης της εργασίας από τον/την πρακτικά ασκούμενο/-η.

Στον πίνακα που ακολουθεί αποτυπώνονται οι ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων της πρακτικής άσκησης για την ειδικότητα «Δημοσιογραφίας, Επικοινωνίας και Νέων Μέσων» και οι αντίστοιχες ενδεικτικές εργασίες και ειδικές προδιαγραφές ανά ενότητα κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης. Επισημαίνεται ότι οι εν λόγω εργασίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους/τις πρακτικά ασκούμενους/-ες για τη συμπλήρωση του βιβλίου πρακτικής άσκησης.

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
A. «Ρεπορτάζ και σύνταξη ειδήσεων» συνέχεια >>	• Προσδιορισμός του ρόλου του/ της δημοσιογράφου απέναντι στην ενημέρωση και στο κοινωνικό σύνολο, • Προσδιορισμός των ΜΜΕ και των οργανισμών στους οποίους μπορεί να εργαστεί ένας/μία επαγγελματίας δημοσιογράφος, • Αναγνώριση γεγονότων με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον (ειδήσεις) σε τοπικό, πανελλαδικό και παγκόσμιο επίπεδο, • Σύνταξη ειδήσεων με χρήση συγκεκριμένων κριτηρίων αξιολόγησης ειδήσεων, • Αξιολόγηση δημοσιογραφικών πληροφοριών που θα χρησιμοποιήσουν, • Διάκριση είδησης από σχόλιο, • Απόρριψη ψευδών, ελλιπών και υπερβολικών πληροφοριών, • Εφαρμογή τεχνικών διασταύρωσης πληροφοριών, • Διάκριση ειδησεογραφικών από ερμηνευτικά είδη κειμένου, • Διατύπωση με σαφήνεια δημοσιογραφικών ερωτήσεων, • Κατονομασία ειδών ρεπορτάζ, • Παραγωγή πρωτότυπων ρεπορτάζ με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον, • Σύνταξη lead (εισαγωγή ρεπορτάζ) που εμπλέκουν τον/τη θεατή στην είδηση, ακολουθώντας κατάλληλες τεχνικές, • Εφαρμογή τεχνικών συνεντεύξεων που οδηγούν σε ειδησεογραφικό περιεχόμενο,	• Πίνακας μαρκαδόρου (Whiteboard), • Βιντεοπροβολέας (Projector), • Φορητός υπολογιστής (Laptop), • Σύνδεση στο Internet, • Σουίτα εφαρμογών γραφείου, • Αναλώσιμα γραφείου (γραφική ύλη, φάκελοι, ντοσιέ κ.λπ.).

συνέχεια >>

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
« συνέχεια A. «Ρεπορτάζ και σύνταξη ειδήσεων» συνέχεια »	• Διάκριση διαφόρων τύπων δημοσιογραφικών συνεντεύξεων, • Επαλήθευση των απαντήσεων των συνεντευξιζομένων και των μαρτύρων κατά τη διεξέργεια συνεντεύξεων και ρεπορτάζ, • Χρήση πλήθους πρωτογενών και δευτερογενών πηγών κατά την προετοιμασία των δημοσιογραφικών κειμένων, • Παραγωγή πρωτότυπων δημοσιογραφικών κειμένων διαφόρων ειδών (π.χ. ρεπορτάζ, συνέντευξη, άρθρο γνώμης, σχόλιο, editorial, ανάλυση, κριτική, έρευνα), • Πραγματοποίηση ερευνών κοινής γνώμης σε πολίτες, • Αναγνώριση διαφορών του δημοσιογραφικού λόγου από άλλα είδη λόγου, • Προσδιορισμός ομοιοτήτων και διαφορών της (επαγγελματικής) δημοσιογραφίας από τη «δημοσιογραφία των πολιτών», • Εντοπισμός αξιόλογων πηγών κάθε είδους ρεπορτάζ, • Έλεγχος της αξιοπιστίας των πηγών που χρησιμοποιούν, • Εντοπισμός ειδήσεων, μαρτυριών, αναλύσεων και ερευνών από διεθνή πρακτορεία ειδήσεων και ειδησεογραφικούς οργανισμούς του εξωτερικού, • Χρήση αγγλικής γλώσσας κατά την αναζήτηση δημοσιογραφικών πληροφοριών στο Διαδίκτυο,	

συνέχεια »

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
« συνέχεια A. «Ρεπορτάζ και σύνταξη ειδήσεων»	• Σύνταξη δημοσιογραφικών κειμένων στην αγγλική γλώσσα, • Αναπροσαρμογή της είδησης ανάλογα με το μέσο στο οποίο εργάζεται, • Αναγνώριση της δημοσιογραφικής ορολογίας στη σύνταξη κειμένου (π.χ. «σκαλέτα», «σαλόνι», «καπέλο», lead κ.λπ.).	
B. «Δημοσιογραφική δεοντολογία» συνέχεια >>	• Αναγνώριση των συνταγματικών αρχών περί ελευθεροτυπίας και ελεύθερης διακίνησης ιδεών, • Εφαρμογή της αρχής της εμπιστευτικότητας των πηγών, • Απόρριψη εμπλοκής σε διαπλεκόμενα συμφέροντα, • Υιοθέτηση επαγγελματικών κωδικών δεοντολογίας, • Υπεράσπιση των δικαιωμάτων τους ως εργαζόμενων δημοσιογράφων, • Εξοικείωση με τη σχετική με το δημοσιογραφικό επάγγελμα νομοθεσία, • Απόρριψη τακτικών χρηματισμού των πηγών προς εξασφάλιση πληροφοριών και ειδήσεων, • Διαφύλαξη των προσωπικών δεδομένων, της ιδιωτικότητας και της παιδικότητας κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού τους έργου, • Αναγνώριση του ρόλου τους ως ελεγκτικής αρχής (Τέταρτη εξουσία), • Απόρριψη τακτικών υποκατάστασης των αρχών (δικαστήρια, αστυνομία κ.λπ.),	• Πίνακας μαρκαδόρου (Whiteboard), • Βιντεοπροβολέας (Projector), • Φορητός υπολογιστής (Laptop), • Σύνδεση στο Internet, • Σουίτα εφαρμογών γραφείου, • Αναλώσιμα γραφείου (γραφική ύλη, φάκελοι, ντοσιέ κ.λπ.).

συνέχεια >>

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
« συνέχεια B. «Δημοσιογραφική δεοντολογία» συνέχεια »	• Περιγραφή του ελεγκτικού και ρυθμιστικού ρόλου του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης, • Αναγνώριση του ρόλου και της σημασίας των πειθαρχικών οργάνων των δημοσιογραφικών ενώσεων, • Αντίσταση σε κάθε απόπειρα λογοκρισίας, • Παραγωγή δημοσιογραφικού έργου με σεβασμό απέναντι στους κανόνες δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας, • Αναγνώριση ότι σε περιπτώσεις σύγκρουσης της τυπικής νομιμότητας και της ορθής δεοντολογικής πρακτικής υπερτερούν οι συνταγματικές αρχές (δημοσιότητα και ελευθεροτυπία) και οι υπέρ των δημοσιογράφων αποφάσεις του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, • Απόρριψη κάθε μορφής στερεοτύπων και ρατσιστικών αντιλήψεων, • Χρήση με προσοχή και σύννεση του δημοσιογραφικού λόγου, αποφεύγοντας κλισέ και στερεοτυπικές εκφράσεις, • Αναγνώριση του ρόλου των δημοσιογραφικών ενώσεων για το επάγγελμα του/της δημοσιογράφου, • Περιγραφή ιδιοκτησιακού καθεστώτος των ΜΜΕ, • Διάκριση ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της παγκόσμιας αγοράς των ΜΜΕ, • Εξήγηση ασυμβίβαστου μεταξύ των δημοσιογράφων που εργάζονται στα ΜΜΕ και εκείνων που εργάζονται σε Γραφεία Τύπου,	

συνέχεια »

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
« συνέχεια Β. «Δημοσιογραφική δεοντολογία»	- Εφαρμογή κανόνων δημοσιογραφικής δεοντολογίας κατά τη λήψη φωτογραφιών και βίντεο, - Διαχείριση με επαγγελματικό τρόπο τυχόν απειλών που θα δεχτούν κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού τους έργου.	
Γ. «Επικοινωνία και δημόσιες σχέσεις» συνέχεια >>	- Αναγνώριση βασικών αρχών της επικοινωνίας, - Επισήμανση βασικών επικοινωνιακών ζητημάτων και ερωτημάτων, - Περιγραφή συστατικών μερών ενός μοντέλου επικοινωνίας, - Εφαρμογή θεωριών και αρχών επικοινωνίας, - Ερμηνεία με κριτικό τρόπο επικοινωνιακών μηνυμάτων, - Αντίληψη διαφορών ανάμεσα στον ρόλο των «δημοσιογράφων των μέσων» και των «δημοσιογράφων των Γραφείων Τύπου», - Εξήγηση ομοιοτήτων και διαφορών ανάμεσα σε δημοσιογραφία, δημόσιες σχέσεις, δημοσιότητα και προπαγάνδα, - Δημιουργία επικοινωνιακών μηνυμάτων ειδικά προσαρμοσμένων στο εκάστοτε κοινό, στον σκοπό και στο πλαίσιο, - Απόρριψη προπαγανδιστικών μηνυμάτων όταν τα συναντούν δημοσιευμένα σε κάποιο μέσο, - Προσδιορισμός πομπών και δεκτών μιας επικοινωνιακής δράσης δημόσιων σχέσεων,	- Πίνακας μαρκαδόρου (Whiteboard), - Βιντεοπροβολέας (Projector), - Φορητός υπολογιστής (Laptop), - Σύνδεση στο Internet, - Σουίτα εφαρμογών γραφείου, - Αναλώσιμα γραφείου (γραφική ύλη, φάκελοι, ντοσιέ κ.λπ.).

συνέχεια >>

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
« συνέχεια Γ. «Επικοινωνία και δημόσιες σχέσεις» συνέχεια »	• Αναγνώριση επικοινωνιακών εργαλείων των δημόσιων σχέσεων, • Ανάπτυξη καμπάνιας δημόσιων σχέσεων, • Σύνταξη Δελτίων Τύπου, • Οργάνωση συνεντεύξεων Τύπου και άλλων εταιρικών εκδηλώσεων, • Σύνταξη με επαγγελματικό τρόπο μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (emails), • Δημιουργία οργανωμένων δικτύων επαγγελματικών επαφών, • Διαχείριση φήμης του οργανισμού τον οποίο εκπροσωπούν, • Οργάνωση και διαχείριση Γραφείου Τύπου, • Εφαρμογή τεχνικών αποδελτίωσης, • Υιοθέτηση προτύπων υγιούς ανταγωνισμού εκπροσωπώντας εταιρείες και οργανισμούς, • Ενθάρρυνση δημιουργίας αμοιβαίων σχέσεων εμπιστοσύνης με διάφορες ομάδες κοινού, • Υιοθέτηση κωδικών επαγγελματικής δεοντολογίας που διέπουν τους κλάδους των δημόσιων σχέσεων και της επικοινωνίας γενικότερα, • Ενθάρρυνση δημόσιου διαλόγου σχετικά με τα σημαντικά θέματα της επικαιρότητας, • Χρήση επικοινωνίας προς όφελος της κοινωνίας,	

συνέχεια »

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
« συνέχεια Γ. «Επικοινωνία και δημόσιες σχέσεις»	Ενεργή συμμετοχή σε δράσεις επικοινωνίας και προώθησης που ευνοούν το κοινωνικό σύνολο.	
Δ. «Ψηφιακά μέσα και νέες τεχνολογίες» συνέχεια >>	- Κατανόηση δημοσιογραφικής ορολογίας σχετικά με κάθε μέσο, - Περιγραφή ιδιαίτερων χαρακτηριστικών κάθε μέσου, - Προσδιορισμός του τρόπου λειτουργίας κάθε μέσου και της θέσης του στο σύγχρονο περιβάλλον των ΜΜΕ, - Αναφορά των διαφόρων τμημάτων και διευθύνσεων κάθε μέσου, - Αναγνώριση του ρόλου κάθε επαγγελματικής ειδικότητας (συντακτικής και τεχνικής ομάδας) στο μέσο που εργάζονται, - Δημιουργία πρωτότυπου δημοσιογραφικού περιεχόμενου προσαρμοσμένου στον τρόπο λειτουργίας κάθε μέσου, - Σύνταξη της ημερήσιας δημοσιογραφικής ατζέντας ανάλογα με το μέσο στο οποίο εργάζονται, - Οργάνωση ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών παραγωγών, - Σχεδιασμός σκαλέτας ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών εκπομπών, - Χρήση ψηφιακών εφαρμογών για την παραγωγή οπτικοακουστικού υλικού στο Διαδίκτυο, - Παραγωγή ολιγόλεπτων δελτίων ειδήσεων για το ραδιόφωνο και την τηλεόραση,	- Βιντεοπροβολέας (Projector), - Πλήρες ηχητικό σύστημα, - Προσωπικοί υπολογιστές για κάθε εκπαιδευόμενο/-η με εγκατεστημένες τις κατάλληλες εφαρμογές γραφείου και σύνδεση στο Διαδίκτυο, - Οπτικοακουστικός εξοπλισμός (επαγγελματική κάμερα, μικρόφωνο, φώτα).

συνέχεια >>

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
« συνεχίει » Δ. «Ψηφιακά μέσα και νέες τεχνολογίες» συνέχεια »	• Εφαρμογή βασικών τεχνικών σελιδοποίησης εντύπων, • Αναγνώριση ομοιοτήτων και διαφορών στη θεματολογία του ημερήσιου από τον περιοδικό Τύπο, • Εξοικείωση με μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ΜΚΔ) (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube κ.λπ.), • Περιγραφή ομοιοτήτων και διαφορών ανάμεσα στα διάφορα ΜΚΔ, • Διαχείριση με επαγγελματικό τρόπο των ΜΚΔ, • Παραγωγή πρωτότυπου δημοσιογραφικού περιεχομένου και επικοινωνιακού περιεχομένου για τα ΜΚΔ, • Εφαρμογή συγκεκριμένων κριτηρίων επιλογής κατά τη δημοσίευση φωτογραφιών και βίντεο, • Γνώση βασικών τεχνικών λήψης και επεξεργασίας φωτογραφιών και βίντεο, • Επαλήθευση αξιοπιστίας φωτογραφιών και βίντεο που πρόκειται να δημοσιευτούν στο μέσο στο οποίο εργάζονται, • Παραγωγή περιεχομένου για podcast και διαδικτυακά βίντεο, • Αναγνώριση τρόπου λειτουργίας μιας ειδησεογραφικής ιστοσελίδας, • Δημιουργία ιστολογίων (blogs), • Τροφοδότηση ροής μιας ειδησεογραφικής ιστοσελίδας,	

συνέχεια »

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
« συνεχία Δ. «Ψηφιακά μέσα και νέες τεχνολογίες»	- Χρήση τεχνικών βελτιστοποίησης κειμένων προκειμένου να είναι φιλικά στις διαδικτυακές μηχανές αναζήτησης πληροφοριών, - Σύνταξη δημοσιογραφικών κειμένων στον Η/Υ, - Δημιουργία παρουσιάσεων με τη βοήθεια του Η/Υ, - Χρήση Διαδικτύου για την εύρεση δημοσιογραφικών πληροφοριών και πηγών, - Χρήση διαδικτυακών εφαρμογών τηλεδιασκέψεων και ομαδικής εργασίας στο πλαίσιο της εταιρικής επικοινωνίας, - Αντίληψη λειτουργίας των αλγορίθμων οι οποίοι καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό το διαδικτυακό περιεχόμενο.	

5 | Αναλυτικό περιεχόμενο προγράμματος πρακτικής άσκησης

5.1.A • ΡΕΠΟΡΤΑΖ ΚΑΙ ΣΥΝΤΑΞΗ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Στον χώρο εργασίας οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες, ύστερα από συνεννόηση και κατόπιν λήψης έγκρισης από τον/την υπεύθυνο/-η δημοσιογράφο/αρχισυντάκτη/-τρια/διευθυντή/-τρια σύνταξης/παραγωγό, εμπλέκονται σε εργασίες όπως η αξιολόγηση δημοσιογραφικών πληροφοριών και εν συνεχεία η σύνταξη ειδήσεων με χρήση συγκεκριμένων κριτηρίων αξιολόγησης ειδήσεων. Οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες είναι σε θέση να εμπεδώσουν τη θεωρητική και εργαστηριακή τους κατάρτιση αναφορικά με τη συγγραφή ειδήσεων και την ανάδειξη θεμάτων με δημοσιογραφικό ενδιαφέρον κατά τη διάρκεια της πρακτικής τους άσκησης στους δημοσιογραφικούς φορείς.

Για την πραγματοποίηση των εργασιών που αφορούν τη διενέργεια ρεπορτάζ και τη σύνταξη ειδήσεων, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες καλούνται να είναι σε θέση αφενός να προσδιορίζουν τον ρόλο του/της δημοσιογράφου απέναντι στην ενημέρωση και το κοινωνικό σύνολο, να εφαρμόζουν συγκεκριμένα δημοσιογραφικά κριτήρια και να αξιολογούν τις δημοσιογραφικές πληροφορίες που θα χρησιμοποιήσουν. Πιο συγκεκριμένα, θα πρέπει να μπορούν να διακρίνουν την είδηση από το σχόλιο, να εφαρμόζουν τεχνικές διασταύρωσης πληροφοριών, να απορρίπτουν τις ψευδείς, ελλείψεις και υπερβολικές πληροφορίες και σε συνεργασία με τους/τις υπόλοιπους/-ες δημοσιογράφους της συντακτικής ομάδας να παράγουν δημοσιογραφικά κείμενα με ιδιαίτερο ενδιαφέρον και αξία. Επιπλέον, για την αποτελεσματική άσκηση των καθηκόντων τους, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες θα πρέπει να είναι σε θέση να διακρίνουν τα ειδησεογραφικά από τα ερμηνευτικά είδη κειμένου και, λαμβάνοντας τις ιδιαιτερότητες κάθε κειμενικού είδους, να προβαίνουν και στη συγγραφή τους.

Αναφορικά με τη σύνταξη ειδήσεων και ρεπορτάζ, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες θα πρέπει να είναι σε θέση να συντάσσουν ειδήσεις (lead) εμπλέκοντας ταυτόχρονα τον/την αναγνώστη/-τρια/τηλεθεατή/-τρια/ακροατή/-τρια. Επιπλέον, θα πρέπει να μπορούν να διατυπώνουν με σαφήνεια δημοσιογραφικές ερωτήσεις αφότου έχουν εκπονήσει σχετική έρευνα προηγουμένως και στη συνέχεια να εφαρμόζουν τεχνικές συνεντεύξεων που οδηγούν σε ειδησεογραφικό περιεχόμενο. Αναφορικά με τις δημοσιογραφικές συνεντεύξεις, επίσης, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες θα πρέπει να επικοινωνούν με επαγγελματικό τρόπο με τους/τις καλεσμένους/-ες/συνεντευξιαζόμενους/-ες και να ορίζουν το ραντεβού για τη διεξαγωγή της συνέντευξης.

Εντέλει, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες θα πρέπει να μπορούν να χρησιμοποιούν πλήθος πρωτογενών και δευτερογενών πηγών, τις οποίες και θα εξακριβώνουν αναφορικά με την εγκυρότητά τους, προκειμένου να φέρνουν εις πέρας τα ρεπορτάζ και τις ειδήσεις.

5.1.B • ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ

Στον χώρο εργασίας, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες, ύστερα από συνεννόηση και κατόπιν λήψης έγκρισης από τον/την υπεύθυνο/-η δημοσιογράφο/αρχισυντάκτη/-τρια/διευθυντή/-τρια σύνταξης/παραγωγό, εμπλέκονται σε δημοσιογραφικές πρακτικές, όπως η εφαρμογή της αρχής της εμπιστευτικότητας των πηγών και η διαφύλαξη των προσωπικών δεδομένων, της ιδιωτικότητας και της παιδικότητας κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού τους έργου. Για την επίτευξη των ανωτέρω, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες θα πρέπει στον χώρο της πρακτικής άσκησης να εξοικειωθούν αφενός με τη σχετική με το δημοσιογραφικό επάγγελμα νομοθεσία και να αναγνωρίσουν αφετέρου τον ρόλο των ΜΜΕ ως ανεξάρτητων ελεγκτικών μηχανισμών (Τέταρτη εξουσία).

Επιπλέον, στο εν λόγω πλαίσιο, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες θα πρέπει να υπερασπίζονται τα δικαιώματά τους ως εργαζόμενων δημοσιογράφων και να απορρίπτουν τακτικές υποκατάστασης των αρχών, όπως δικαστήρια, αστυνομία κ.λπ. Οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες θα πρέπει να παράγουν το δημοσιογραφικό τους έργο σεβόμενοι/-ες πρωτίστως τους κανόνες δημοσιογραφικής ηθικής και δεοντολογίας. Ακόμη, θα πρέπει να ανθίστανται σε κάθε απόπειρα λογοκρισίας, χρησιμοποιώντας με σύνεση και προσοχή τον δημοσιογραφικό λόγο, αποφεύγοντας τα κλισέ και τις στερεοτυπικές εκφράσεις. Επιπρόσθετα, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες θα πρέπει να εκτελούν τα δημοσιογραφικά τους καθήκοντα απορρίπτοντας κάθε μορφής ρατσιστικές αντιλήψεις, σεβόμενοι/-ες τα δημοκρατικά ιδεώδη και τους θεσμούς.

Στο πλαίσιο της πρακτικής άσκησης, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες θα γνωρίσουν τον ελεγκτικό και ρυθμιστικό ρόλο του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ), ειδικά αν η πρακτική τους άσκηση εκπονείται σε κάποιον ραδιοτηλεοπτικό σταθμό. Επιπρόσθετα, ανεξαρτήτως Μέσου πρακτικής άσκησης, θα αναγνωρίσουν τον ρόλο των δημοσιογραφικών ενώσεων για το επάγγελμα του/της δημοσιογράφου. Ακόμη, θα μάθουν να περιγράφουν το ιδιοκτησιακό καθεστώς των Μέσων και θα είναι σε θέση να διακρίνουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της παγκόσμιας αγοράς των ΜΜΕ.

Στην περίπτωση πρακτικής άσκησης σε Γραφείο Τύπου, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες θα μάθουν να ανταποκρίνονται στα καθήκοντά τους εφαρμόζοντας το ασυμβίβαστο μεταξύ των δημοσιογράφων που εργάζονται στα ΜΜΕ και αυτών που εργάζονται σε Γραφεία Τύπου. Εντέλει, σε κάθε περίπτωση, θα διαχειρίζονται με επαγγελματικό τρόπο τυχόν απειλές που θα δεχτούν κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού τους έργου.

5.1.Γ • ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Στον χώρο εργασίας (Δήμο ή άλλο φορέα τοπικής αυτοδιοίκησης, υπηρεσία, επιχείρηση, οργανισμό, ΜΚΟ κ.ά.), οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες ύστερα από συνεννόηση και κατόπιν λήψης έγκρισης από τον/την υπεύθυνο Επικοινωνίας, Τύπου ή Δημοσίων

Σχέσεων θα είναι σε θέση να δημιουργούν επικοινωνιακά μηνύματα, ειδικά προσαρμοσμένα στις ανάγκες και τις απαιτήσεις της εκάστοτε εταιρείας/οργανισμού, αλλά και του συγκεκριμένου κοινού στο οποίο κάθε φορά απευθύνονται. Συγκεκριμένα, δρώντας ως πομποί επικοινωνιακών μηνυμάτων θα πρέπει προσεκτικά να ερευνούν την υφιστάμενη κατάσταση του οργανισμού στον οποίο εργάζονται και εκπροσωπούν και θα οργανώνουν στρατηγικές επικοινωνίας με στόχο την αποτελεσματική προώθηση μηνυμάτων επικοινωνίας σε συγκεκριμένα κοινά, ομάδες-στόχους.

Στο πλαίσιο της πρακτικής τους άσκησης, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες θα χρησιμοποιήσουν τα επικοινωνιακά εργαλεία των δημοσίων σχέσεων για την ανάπτυξη καμπάνιας δημοσίων σχέσεων. Συγκεκριμένα, θα επικοινωνούν καθημερινά με συναδέλφους, συνεργάτες/-ιδες και στοχευμένα κοινά μέσω μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, θα συντάσσουν και θα αποστέλλουν σε συναδέλφους/-ισσες δημοσιογράφους που εργάζονται στα ΜΜΕ, Δελτία Τύπου, θα διοργανώνουν Συνεντεύξεις Τύπου, θα προετοιμάζουν επικοινωνιακό υλικό γι' αυτές και θα οργανώνουν εταιρικές εκδηλώσεις όπου θα αναλαμβάνουν τον σχεδιασμό, την οργάνωση, την υλοποίηση αλλά και τη συλλογή ανατροφοδότησης μετά το πέρας της εκδήλωσης. Οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες, επιπλέον, θα δημιουργήσουν ένα οργανωμένο δίκτυο επαγγελματιών επαφών και θα υιοθετούν πρότυπα υγιούς ανταγωνισμού. Στόχος είναι να διαχειρίζονται με αποτελεσματικό και επικοινωνιακό τρόπο τη φήμη του οργανισμού τον οποίο εκπροσωπούν και να δημιουργούν αμοιβαίες σχέσεις εμπιστοσύνης με τις διάφορες ομάδες κοινού. Οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες θα εφαρμόζουν επίσης τεχνικές αποδεκτικής προκειμένου να κρατάνε αρχείο για το τι είπε και τι έγραψε ο Τύπος για τον οργανισμό στον οποίο είναι πρακτικά ασκούμενοι/-ες. Τέλος, θα συμμετέχουν ενεργά και προς όφελος της κοινωνίας σε δράσεις επικοινωνίας και προώθησης που ευνοούν το κοινωνικό σύνολο τηρώντας πάντοτε τους κανόνες ηθικής και δεοντολογίας που διέπουν το επάγγελμα τόσο του/της δημοσιογράφου όσο και του/της επικοινωνιολόγου.

5.1.Δ • ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

Στον χώρο εργασίας οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες, ύστερα από συνεννόηση και κατόπιν λήψης έγκρισης από τον/την υπεύθυνο/-η δημοσιογράφο/αρχισυντάκτη/-τρια/διευθυντή/-τρια σύνταξης/παραγωγό, εμπλέκονται σε δημοσιογραφικές πρακτικές, κυρίως ραδιοφωνικής και τηλεοπτικής παραγωγής, όπως η ορθή χρήση του οπτικο-ακουστικού εξοπλισμού, δηλαδή καμερών, μικροφώνων, φώτων κ.ά. Πιο αναλυτικά, αφότου προσδιορίσουν τον τρόπο λειτουργίας κάθε μέσου θα δημιουργήσουν πρωτότυπο δημοσιογραφικό περιεχόμενο προσαρμοσμένο στον τρόπο λειτουργίας του κάθε μέσου. Συγκεκριμένα, θα αναλάβουν τη σύνταξη της ημερήσιας ατζέντας ανάλογα με το μέσο στο οποίο είναι πρακτικά ασκούμενοι/-ες, ενώ, αν η πρακτική τους άσκηση εκπονείται συγκεκριμένα σε κάποιο ραδιοφωνικό ή τηλεοπτικό σταθμό, θα

οργανώνουν ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές παραγωγές. Στην περίπτωση αυτήν, επίσης, θα μάθουν να σχεδιάζουν τη σκαλέτα της εκπομπής και θα παράγουν ολιγόλεπτα ραδιοτηλεοπτικά δελτία ειδήσεων.

Οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες, στο πλαίσιο της εξοικειώσής τους με τα ψηφιακά μέσα και τις νέες τεχνολογίες, θα κάνουν χρήση των ψηφιακών εφαρμογών για την παραγωγή οπτικοακουστικού υλικού για το Διαδίκτυο και θα μάθουν να εφαρμόζουν τις βασικές τεχνικές σελιδοποίησης των εντύπων. Ακόμη, θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τις ομοιότητες και τις διαφορές στη θεματολογία του ημερήσιου από τον περιοδικό Τύπο, αλλά και στην τεχνολογία των αναλογικών από τα ψηφιακά μέσα.

Μέσω της πρακτικής τους άσκησης, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter X, Instagram, LinkedIn, YouTube, κ.λπ.). Συγκεκριμένα, αφότου περιγράψουν τις ομοιότητες και τις διαφορές ανάμεσα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα τα διαχειριστούν με επαγγελματικό τρόπο και θα παράγουν πρωτότυπο δημοσιογραφικό και επικοινωνιακό περιεχόμενο σε αυτά. Ακόμη, θα εφαρμόσουν συγκεκριμένα κριτήρια επιλογής για τη δημοσίευση φωτογραφιών και βίντεο στα ΜΚΔ, επαληθεύοντας ταυτόχρονα την αξιοπιστία τους προτού προβούν στη δημοσίευσή τους.

Στο πλαίσιο της πρακτικής άσκησης, εντέλει θα παραγάγουν περιεχόμενο για podcast και διαδικτυακά βίντεο, θα δημιουργήσουν ιστολόγια (blogs), θα γνωρίσουν τον τρόπο λειτουργίας των ειδησεογραφικών ιστοσελίδων και θα ανανεώσουν τη «ροή» σε αυτές. Τέλος, θα χρησιμοποιηθούν τεχνικές βελτιστοποίησης κειμένων για να είναι φιλικά προς τις διαδικτυακές μηχανές αναζήτησης πληροφοριών.

5.2 • Μεθοδολογία υλοποίησης πρακτικής άσκησης

Για την επιτυχή υλοποίηση της πρακτικής άσκησης, απαιτείται συνέργεια των συστημάτων εκπαίδευσης, κατάρτισης και αγοράς εργασίας, αλλά και συνεργασία του συνόλου του ανθρώπινου δυναμικού που συμμετέχει στη μαθησιακή διαδικασία και το οποίο περιλαμβάνει τον/την εργοδότη/-τρια που προσφέρει θέση πρακτικής άσκησης, τον/την εκπαιδευτή/-τρια στον χώρο εργασίας, τους/τις εργαζόμενους/-ες στην επιχείρηση, καθώς και τον/την εκπαιδευτή/-τρια και τον/την επόπτη/-τρια από την πλευρά της εκπαιδευτικής δομής. Η εν λόγω συνεργασία αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την αναβάθμιση της ποιότητας του τρόπου εφαρμογής της πρακτικής άσκησης και για την πραγμάτωση των μαθησιακών αποτελεσμάτων της ειδικότητας.

Στο πλαίσιο της μάθησης στον χώρο εργασίας, ο/η ασκούμενος/-η έρχεται σε επαφή με πραγματικά εργασιακά περιβάλλοντα, ασκείται σε πραγματικές εργασιακές συνθήκες και συνεργάζεται με επαγγελματίες της ειδικότητας ή άλλων ειδικοτήτων που εργάζονται στην ίδια επιχείρηση. Για τον λόγο αυτόν, η ύπαρξη κουλτούρας μάθησης αποτελεί προαπαιτούμενο για όλα τα εμπλεκόμενα μέρη.

Αναλυτικότερα, κομβικός είναι ο ρόλος του/της εκπαιδευτή/-τριας της επιχείρησης, ο/η οποίος/-α καλείται να λειτουργήσει ως μέντορας, να υποστηρίξει τον/την εκπαιδευόμενο/-η στη διερεύνηση των επαγγελματικών του/της στόχων, να ενθαρρύνει την ανάπτυξη δεξιοτήτων και την απόκτηση νέων εμπειριών, ώστε να εισέλθει στον κόσμο της πραγματικής εργασίας. Επομένως, καλείται να δημιουργήσει ένα περιβάλλον εμπιστοσύνης και ασφάλειας, το οποίο παρέχει στον/στην εκπαιδευόμενο/-η τη δυνατότητα δοκιμής και λάθους μέσω της ενθάρρυνσης της ατομικής πρωτοβουλίας. Απαραίτητα μεθοδολογικά βήματα, από την πλευρά του/της εκπαιδευτή/-τριας της επιχείρησης για την ομαλή ένταξη των εκπαιδευόμενων στο εργασιακό περιβάλλον και την προώθηση της συνεργασίας με το υφιστάμενο προσωπικό της επιχείρησης είναι η περιγραφή της θέσης πρακτικής άσκησης, ο προσανατολισμός στο έργο και η εναλλαγή εργασιακών θέσεων.

Ειδικότερα, ως προς την περιγραφή της θέσης πρακτικής άσκησης, ο/η εκπαιδευτής/-τρια καλείται να λάβει υπόψη τη συνοπτική περιγραφή της ειδικότητας και τις αρμοδιότητες/καθήκοντα όπως αποτυπώνονται στον οδηγό κατάρτισης, γεγονός που προϋποθέτει τη συνεργασία με την εκπαιδευτική δομή. Καλείται να τροφοδοτήσει τους/τις ασκούμενους/-ες με τις απαραίτητες πληροφορίες που αφορούν την εκτελούμενη εργασία, τις ευθύνες, τις δεξιότητες και την εκπαίδευση που απαιτείται, τις συνθήκες κάτω τις οποίες γίνεται η εργασία και τις σχέσεις της με άλλες εργασίες.

Παράλληλα, απαραίτητος κρίνεται και ο προσανατολισμός στο έργο με στόχο να κατανοήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες το εργασιακό περιβάλλον στο οποίο εντάσσονται, να λάβουν υπόψη τα χαρακτηριστικά και τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης, να γνωρίσουν το προσωπικό της και να αναπτύξουν το αίσθημα του ανήκειν. Στο πλαίσιο του προσανατολισμού, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενημερώνονται για την ιστορία της επιχείρησης, την πολιτική της, τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, την κτιριακή υποδομή, τη γενική δομή, τους κανόνες συμπεριφοράς, την πολιτική προαγωγών, τα συστήματα αξιολόγησης κ.λπ.

Τέλος, προτείνεται η εναλλαγή των εργασιακών θέσεων (job rotation), κατά την οποία ο/η εκπαιδευόμενος/-η περνάει διαδοχικά από όλες τις συναφείς ή συσχετιζόμενες θέσεις εργασίας, μέχρι να ασκηθεί σε όλο τον κύκλο της εργασίας. Η συγκεκριμένη πρακτική μειώνει τη μονοτονία, την κούραση και, κατά συνέπεια, τα σφάλματα, ενώ αυξάνει την απόδοση και την ικανοποίηση. Ωστόσο, δεν συνιστάται για τις ειδικότητες που απαιτούν υψηλή ειδικευση και οι οποίες χρειάζονται χρόνο, επομένως ο/η εκπαιδευτής/-τρια πρέπει να λάβει υπόψη του τον περιορισμένο χρόνο (εξάμηνο) υλοποίησης της πρακτικής άσκησης. Τέλος, θα πρέπει να σημειώσουμε ότι το μικρό μέγεθος της επιχείρησης μπορεί να λειτουργήσει ανασταλτικά στην εφαρμογή της εν λόγω πρακτικής.

Βιβλιογραφία

Α | Βιβλιογραφικές αναφορές σχετικές με την ειδικότητα

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Αβούρης, Ν. (2000). *Εισαγωγή στην Επικοινωνία Ανθρώπου – Υπολογιστή*. Αθήνα: Εκδόσεις Δίαυλος.
- Αδάμου, Χρ. (2020). *Σύγχρονες τηλεοπτικές σπουδές*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Αλεξιάδης, Α. Μ. (2011). *Έντυπα μέσα επικοινωνίας και λαϊκός πολιτισμός. Νεωτερικά λαογραφικά*. Αθήνα: Εκδόσεις Καρδαμίτσα.
- Αλμπάνης, Δ. Β. (2021). *Οι δρόμοι των εφημερίδων. Η ιστορία της διακίνησης του ελληνικού τύπου από το 1875 μέχρι σήμερα*. Αθήνα: Εκδόσεις Γράμμα-Πρόμαχος.
- [Αρχείο ελληνικού Τύπου προ του 2000]. *Αρθρογραφία σε θέματα εγκληματικότητας, με έμφαση στα εγκλήματα «πάθους», «τιμής» και ρατσισμού*. Αθήνα: Διάφορες Εκδόσεις/Ιστορικά Αρχεία Εφημερίδων.
- Ασημέλλης, Γ. (2005). *Μαθήματα οπτικής*. Αθήνα: Εκδόσεις Σύγχρονη Γνώση.
- Ασπρίδης, Γ., Τσέλιος, Δ. & Ρωσσίδης, Ι. (2018). *Επιχειρησιακές Επικοινωνίες. Θεωρητική και πρακτική προσέγγιση*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Αστάρα, Ο. (2023). *Επιχειρηματικότητα – Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Ανάπτυξη [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/10585>
- Barthes, R. (2005). *Απόλαυση – Γραφή – Ανάγνωση*. Αθήνα: Εκδόσεις Πλέθρον.
- Bauman, Z. (2007). *Ρευστός φόβος* (μτφρ. Θ. Γ. Καράμπελας). Αθήνα: Εκδόσεις Πολύτροπον.
- Behrouz, F. (2015). *Εισαγωγή στην επιστήμη των υπολογιστών*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Βερέμης, Θ. (2013). *Ιστορία των ελληνοτουρκικών σχέσεων 1453-2005*. Αθήνα: Εκδόσεις Ι. Σιδέρη.

- Bolz, N. (2008). *Το αλφαβητάρι των Μέσων* (μτφρ. Λ. Αναγνώστου). Αθήνα: Εκδόσεις Σμίλη.
- Brady, J. (1992). *Η τεχνική της συνέντευξης* (μτφρ. Α. Φακατσέλης). Αθήνα: Εκδόσεις Λιβάνη.
- Βρετός, Α. Σ. & Παπαγιαννίδης, Δ. Α. (2016). *Επιστήμες του ανθρώπου και επικοινωνία – δημοσιογραφία*. Αθήνα: Μεταμεσονύκτιες Εκδόσεις.
- Bringhurst, R. (2010). *Στοιχεία της Τυπογραφικής Τέχνης* (μτφρ. Γ. Ματθιόπουλος). Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης.
- Castells, M. (2005). *Ο γαλαξίας του Διαδικτύου. Στοιχασμοί για το Διαδίκτυο, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία* (μτφρ. Ε. Αστερίου). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης και Νέας Γενιάς. (2017). *Οδηγός σπουδών δημοσιογραφίας, συντακτών και ρεπόρτερ* (Κωδικός 25-00-01-1). Αθήνα: Υπουργείο Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων/Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης και Νέας Γενιάς.
- Charnley, M. V. & Charnley, B. (1992). *Η τέχνη του ρεπορτάζ* (μτφρ. Α. Χριστοδουλίδης). Αθήνα: Εκδόσεις Γνώση.
- Γιομελάκης, Δ. (2019). *Ειδήσεις στο Διαδίκτυο: χρήση και επίδραση τεχνολογικών εργαλείων στο δημοσιογραφικό περιεχόμενο και τα διαδικτυακά ΜΜΕ* [Διδακτορική διατριβή]. Θεσσαλονίκη: ΑΠΘ, Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών, Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ. Ανακτήθηκε από: <https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/47652>
- Clayman, St. & Heritage, J. (2005). *Η ειδησεογραφική συνέντευξη. Δημοσιογράφοι και δημόσια πρόσωπα «στον αέρα»* (μτφρ. Α. Στάμου). Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
- Δαγδιλέλης, Β., Ευαγγελίδης, Γ., Σατρατζέμη, Μ. & Φαχαντίδης, Ν. (2016). *Εισαγωγή στη χρήση Η/Υ*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.
- De Botton, A. (2016). *Οι ειδήσεις. Οδηγίες χρήσεως* (μτφρ. Α. Καλοκύρης). Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
- Δεμερτζής, Ν. (2002). *Πολιτική Επικοινωνία: Διακινδύνευση, Δημοσιότητα, Διαδίκτυο*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

Δουατζής, Γ. (2010). *Περί Δημοσιογραφίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.

Δρόσος, Δ., Βουγιούκας, Δ., Καλλίγερος, Ε., Κοκολάκης, Σ. & Σκιάνης, Χ. (2015). *Εισαγωγή στην επιστήμη των υπολογιστών & επικοινωνιών* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://hdl.handle.net/11419/4582>

Edelman, M. (1999). *Η κατασκευή του πολιτικού θεάματος* (μτφρ. Α. Κόρκα). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

Εθνική Ακαδημία Ψηφιακών Ικανοτήτων. (χ.χ.). *Μαθήματα*. Αθήνα: Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης. Ανακτήθηκε από: <https://nationaldigitalacademy.gov.gr/mathimata>

Ένωση Εκδοτών Διαδικτύου. *Κώδικας Δεοντολογίας*. Ανακτήθηκε από: <https://www.ened.gr/i-enosi/kodikas-deontologias/>

Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών. *Αρχές Δεοντολογίας Δημοσιογραφικού Επαγγέλματος*. Ανακτήθηκε από: <https://www.esiea.gr/kodikas-deontologias/arxes-deontologias-dimosiografikoy/>

Έξαρχος, Σ. Γ. (2008). *Η επιστήμη της δημοσιογραφίας και η τέχνη του ρεπορτάζ. Δημοσιογραφικά «συν-κείμενα»*. Αθήνα: Εκδόσεις Ερωδός.

ΕΣΗΕΑ. (1998). *Αρχές δεοντολογίας δημοσιογραφικού επαγγέλματος*. Ανακτήθηκε από: <https://www.esiea.gr/kodikas-deontologias/arxes-deontologias-dimosiografikoy/>

Εφημερίδα της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας (1991). *Κώδικας Δεοντολογίας Ειδησεογραφικών και άλλων Δημοσιογραφικών και Πολιτικών Εκπομπών* (Προεδρικό Διάταγμα υπ' αριθ. 77, Τεύχος Πρώτο, Αρ. Φύλλου 34). Ανακτήθηκε από: <https://media.gov.gr/nomothesia/%CE%92%CE%B9%CE%B2%CE%BB%CE%B9%CE%BF%2012%CE%BF/12.1.3.1.pdf>

Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. (2003). *Κώδικας Δεοντολογίας Ειδησεογραφικών και άλλων δημοσιογραφικών και πολιτικών εκπομπών* (Προεδρικό Διάταγμα υπ' αριθμ. 77, ΦΕΚ 75/Α/28-3-2003). Ανακτήθηκε από: <https://media.gov.gr/nomothesia/%CE%92%CE%B9%CE%B2%CE%BB%CE%B9%CE%BF%2012%CE%BF/12.1.3.1.pdf>

- Ζώης, Γ. (2024). *Δίκαιο της Ανάγκης, κατάσταση πολιορκίας και έκτακτη νομοθετική διαδικασία*. Αθήνα Εκδόσεις Σάκκουλα.
- Ζώτος, Γ. κ.ά. (2008). *Διαφήμιση*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις University Studio Press.
- Fiske, J. (2000). *TV, Ανατομία του τηλεοπτικού λόγου* (μτφρ. Β. Σπυροπούλου). Αθήνα: Εκδόσεις Δρομέας.
- Goleman, D. (1998). *Η συναισθηματική νοημοσύνη* (μτφρ. Α. Παπασταύρου). Αθήνα: Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα.
- Heath, R. (2010). *Διαχείριση κρίσεων. Αποτελεσματικές τεχνικές για επιχειρησιακή ετοιμότητα* (μτφρ. Β. Σωτηρίου). Αθήνα: Εκδόσεις Μ. Γκιούρδα.
- Hedgcoe, J. (2010). *Το νέο βιβλίο του φωτογράφου* (μτφρ. Κ. Συρράκος). Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου.
- Hilliard, R. (2001). *Γράφοντας για την τηλεόραση και το ραδιόφωνο* (μτφρ. Ν. Σαρρή). Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
- i-TECH4u*. (χ.χ.). Μηνιαίο περιοδικό τεχνολογίας [Free Press].
- Jeanneney, J.- N. (2005). *Η ιστορία των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης από την εμφάνισή τους έως τις μέρες μας* (μτφρ. Ν. Μπαλτά). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαδήμα.
- Johnson, S. (2013). *Οδηγός του Ελληνικού OFFICE 2013*. Αθήνα: Εκδόσεις Μ. Γκιούρδα.
- Journalism about Journalism. (2015). *Εγχειρίδιο επαλήθευσης ερευνητικής δημοσιογραφίας*. Ανακτήθηκε από:
<https://jaj.gr/media-literacy/verification-handbook-sta-ellinika/>
- Κάβουρα, Α. (2016). *Επικοινωνία και Διαφήμιση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Διόνικος.
- Κάβουρα, Α. (2021). *Επικοινωνία, διαφήμιση και μάρκετινγκ στο ψηφιακό περιβάλλον και ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.

- Καρακάσης, Α., Γούσιος, Χ. & Κεφάλας, Κ. (2015). «Η Τέχνη της συνέντευξης», στο: Καρακάσης, Α., Γούσιος, Χ. & Κεφάλας, Κ. (2015). *Εφόδιο για νέους ντοκιμαντερίστες* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από:
<https://repository.kallipos.gr/handle/11419/3873>
- Κατερτζιάδης, Π. (2015). *Βασικά μαθήματα φωτογραφίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Φωτογράφος.
- ΚΕΔΙΒΙΜ, ΕΚΠΑ. (χ.χ.). *Οδηγός σπουδών (e-Learning) προγράμματος «Διαχείριση Σύγχρονων Κρίσεων από Κρατικούς Φορείς»*. Αθήνα: Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Ανακτήθηκε από: «*Διαχείριση Σύγχρονων Κρίσεων από Κρατικούς Φορείς*».
- Κολοκυθάς, Κ. (2015). *Ψηφιακά μέσα στις οπτικοακουστικές τέχνες*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.
- Κουμπαρέλης, Α. (χ.χ.). *Δημοσιογραφία και δημόσιος λόγος* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. ΤΕΙ Ιονίων Νήσων, Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας. Ανακτήθηκε από: <https://opencourses.gr/opencourse.xhtml?id=16411&ln=el>
- Κοναχ, Β. & Rosenstiel, Τ. (2004). *Εισαγωγή στη δημοσιογραφία. Τι πρέπει να γνωρίζουν οι άνθρωποι των Μέσων και τι πρέπει να αναμένει η κοινή γνώμη* (μτφρ. Ε. Μπαρτζινόπουλος). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Μακρίδης, Σ. (χ.χ.). *Επικοινωνιακός Προγραμματισμός 1*. ΤΕΙ Ιονίων Νήσων: Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας. Ανακτήθηκε από:
<https://opencourses.gr/opencourse.xhtml?id=16150&ln=el>
- Μαμουζέλος, Γ. (2022). *Η ιστορία των αθλητικών ΜΜΕ στην Ελλάδα και στον Κόσμο*. Αθήνα: Εκδόσεις iWrite.
- McLuhan, Μ. (1990). *Media: οι προεκτάσεις του ανθρώπου*. Αθήνα: Εκδόσεις Κάλβος.
- McQuail, D. (2003). *Η θεωρία της μαζικής επικοινωνίας για τον 21ο αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- McQuail, D. & Dueze, Μ. (2022). *ΜΜΕ και θεωρία της μαζικής επικοινωνίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου.

- Μήτρου, Λ., Πισκοπάνη, Α.-Μ., Τάσσης, Σ., Καρύδα, Μ. & Κοκολάκης, Σ. (2013). *Facebook, blogs και δικαιώματα*. Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.
- Μιχαλάς, Τ. (1999). *Το ρεπορτάζ, ένα βοήθημα για δημοσιογράφους*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
- Μπακουνάκης, Ν. (2014). *Δημοσιογράφος ή ρεπόρτερ. Η αφήγηση στις ελληνικές εφημερίδες, 19ος-20ός αιώνας*. Αθήνα: Εκδόσεις Πόλις.
- Μπουτσούκη, Χ. (χ.χ.). *Βασικές Αρχές του Μάρκετινγκ* [Περιγραφή μαθήματος / Υλικό μαθήματος]. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα. Ανακτήθηκε από:
https://opencourses.auth.gr/modules/course_description/?course=O CRS447
- Μπώκος, Γ. (2001). *Εισαγωγή στην επιστήμη της πληροφόρησης*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου.
- Μύρτου, Ν. & Πουλακιδάκος, Σ. (χ.χ.). *Παραγωγή και Διαχείριση Πληροφορίας στο Ψηφιακό Περιβάλλον* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Αθήνα: ΕΚΠΑ, Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Ανακτήθηκε από:
<https://opencourses.gr/opencourse.xhtml?id=20454&ln=el>
- Νικολότσιος, Ν. (2020). *Πρωτοσέλιδα εφημερίδων 1940-1941. Επετειακή έκδοση για τα 80 χρόνια από την έναρξη του Ελληνοϊταλικού Πολέμου*. Αθήνα: Εκδόσεις Γκοβόστη.
- Nortz, N. (2008). *Το αλφαβητάρι των Μέσων* (μτφρ. Λ. Αναγνώστου). Αθήνα: Εκδόσεις Σμίλη.
- Ξαρχάκος, Κ. (2014). *Μαθαίνετε εύκολα Word Press 4.x*. Αθήνα: Ιδιωτική έκδοση.
- Πανελλήνιο Σχολικό Δίκτυο. (χ.χ.). *Η ιστορία της εφημερίδας*. Αθήνα: Πανελλήνιο Σχολικό Δίκτυο. Ανακτήθηκε από: <https://www.sch.gr>
- Πανηγυράκης, Γ. (χ.χ.). *Δημόσιες Σχέσεις και Ολοκληρωμένη Επικοινωνία – Open Courses*. Ανακτήθηκε από:
<https://opencourses.gr/opencourse.xhtml?id=19299&ln=el>

- Πανηγυράκης, Γ. (2016). *Επικοινωνία και δημόσιες σχέσεις – Μελέτες περιπτώσεων*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Άνοικτες Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/6412>
- Παντελάκης, Γ. (2018). *Η χαμένη τιμή της δημοσιογραφίας. 20+1 ιστορίες κιτρινισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις Θεμέλιο.
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (1993). *Απελευθερώνοντας την τηλεόραση. Μια απόπειρα καταγραφής και αποτίμησης της τηλεοπτικής απορρύθμισης στην Ελλάδα και στην Ευρώπη*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (1997). *Η Δύναμη της τηλεόρασης. Η λογική του μέσου και η αγορά*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (1999). «Τα Μέσα Ενημέρωσης σε καταστάσεις κρίσης», στο: Παπαθανασόπουλος, Σ. & Κομνηνού, Μ. (επιμ.). *Ζητήματα δημοσιογραφικής δεοντολογίας* (σσ. 63-77). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (2005). *Η Τηλεόραση στον 21ο αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (επιμ.). (2011). *Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21ο αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (2020). *Ανάμεσα σε 4 οθόνες*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Πασαλάρης, Χ. (1994). *Οι Βαρώνοι των Media*. Αθήνα: Εκδόσεις Ζάββανος.
- Παυλίδης, Γ. (2019). *Δημοσιογραφικός λόγος και τεχνικές δημοσιογραφικής γραφής*. Λευκωσία: Εκδόσεις Ηλία Επιφανίου.
- Πλειός, Γ. (2011). *Ειδήσεις και νεωτερικότητα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Πλειός, Γ. (2021). *Παραποιημένες ειδήσεις (Fake News). Ο μετασχηματισμός της προπαγάνδας στην κοινωνία της ενημέρωσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.
- Πλειός, Γ. & Φραγκονικολόπουλος, Χ. (2011). *Τα «εθνικά θέματα» στη δίνη των ΜΜΕ. Το Μακεδονικό, οι ελληνοτουρκικές σχέσεις και το Κυπριακό στην τηλεόραση και τον Τύπο*. Αθήνα: Εκδόσεις Ι. Σιδέρη.

- Ποδάρα, Α. (2021). *Διαδίκτυο, Οπτικοακουστικό Περιεχόμενο και Νέα Μέσα: Τηλεόραση και συνήθειες θέασης της γενιάς Z* [Διδακτορική διατριβή]. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών, Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ. Ανακτήθηκε από: <https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/51663>
- Ποδάρα, Α. (2023). *Δημοσιογραφία, Νέα Μέσα και Παραγωγή Περιεχομένου* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Ανακτήθηκε από: <http://bit.ly/3NOrW8D>
- Πολίτης, Π. (χ.χ.). *Τηλεοπτικός δημοσιογραφικός λόγος*. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα. Ανακτήθηκε από: <https://opencourses.gr/opencourse.xhtml?id=15789&ln=el>
- Πολίτης, Π. (χ.χ.). *Η ειδησεογραφική συνέντευξη – Εισαγωγή*. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ, Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα. Ανακτήθηκε από: <https://opencourses.auth.gr/modules/document/file.php/OCRS314/%CE%A0%CE%B1%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B9%CE%AC%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82%20%CE%9C%CE%B1%CE%B8%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%82/09.%20%CE%97%20%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%B7%CF%83%CE%B5%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%AD%CE%BD%CF%84%CE%B5%CF%85%CE%BE%CE%B7%20-%20%CE%95%CE%B9%CF%83%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%AE.pdf>
- Πόππερ, Κ. (1980). *Η ανοιχτή κοινωνία και οι εχθροί της* (τόμος Ι), (μτφρ. Ε. Παπαδάκη). Αθήνα: Εκδόσεις Δωδώνη.
- Postman, N. (1999). *Τεχνοπώλιο: η υποταγή του πολιτισμού στην τεχνολογία* (μτφρ. Κ. Μεταξά). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Ράγκος, Γ. (2016). *Ξεχασμένα πρωτοσέλιδα. Ρεπορτάζ από τη νεοελληνική μικροϊστορία*. Αθήνα: Εκδόσεις Polaris.
- RAM. (1988-2012). *Περιοδικό πληροφορικής και τεχνολογίας* [Αρχείο παλαιών τευχών].

- Ramonet, I. (2011). *Η έκρηξη της δημοσιογραφίας. Από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στη μαζικότητα των μέσων ενημέρωσης* (μτφρ. Θ. Τσαπακίδης). Αθήνα: Εκδόσεις του Εικοστού Πρώτου.
- Rich, C. (2006). *Ειδησεογραφία και ρεπορτάζ: μια διδακτική μέθοδος* (μτφρ. Ε. Καρυπιάδου). Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
- Rifkin, J. (1998). *Ο αιώνας της βιοτεχνολογίας. Γενετικό εμπόριο και η αυγή του θαυμαστού καινούριου κόσμου* (μτφρ. Μ.-Α. Αλαβάνου). Αθήνα: Εκδόσεις Λιβάνη.
- Rutledge, P. A. (2014). *Οπτικός Οδηγός του WordPress* (μτφρ. Ι. Β. Σαμαράς). Αθήνα: Εκδόσεις Μ. Γκιούρδα.
- Σαμαντά, Ε. (2023). *Η επίδραση του Digital και του Social Media Marketing σε επιχειρήσεις και καταναλωτές [Μονογραφία]*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://dx.doi.org/10.57713/kallipos-51>
- Σαρίδου, Θ. (2022). *Συμμετοχική δημοσιογραφία: πρακτικές, προκλήσεις και προοπτικές [Διδακτορική διατριβή]*. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών, Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ. Ανακτήθηκε από: <https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/52573>
- Schudson, M. (2021). *Δημοσιογραφία* (μτφρ. Δ. Αθηνάκης). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαδόπουλος.
- Serrano, R. (2022). *Μπορούμε και καλύτερα. Ζώντας και μεγαλώνοντας εκτός ετεροκανονικότητας* (μτφρ. Κ. Μποσινάκη). Αθήνα: Εκδόσεις Oposito.
- Simmel, G. (2017). *Μητροπολιτική αίσθηση. Οι μεγαλουπόλεις και η διαμόρφωση της συνείδησης – Κοινωνιολογία των αισθήσεων* (μτφρ. Ι. Μεϊτάνη). Αθήνα: Εκδόσεις Άγρα.
- Σιώμκος, Γ. (2016). *Στρατηγικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Λιβάνη.
- Σκλαβούνης, Ν. Γ. (1995). *Εισαγωγή στην επιστήμη της δημοσιογραφίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
- Σκλαβούνης, Ν. Γ. (1995). *Ιστορία του Τύπου*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

- Σμυρναίος, Ν. (2018). *Το ολιγοπώλιο του Διαδικτύου. Πώς οι Google, Apple, Facebook, Amazon και Microsoft πήραν τον έλεγχο της ψηφιακής μας ζωής*. Αθήνα: Μεταμεσονύκτιες Εκδόσεις.
- Σόμπολος, Π. (2017). *Οι αστέρες του εγκληματικού πανθέου. Όπως τους έζησα*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
- Σπυρίδου, Π., Βατικιώτης, Π. & Μηλιώνη, Δ. (2021). *Δημοσιογραφία, «Ψευδείς Ειδήσεις» & Παραπληροφόρηση. Εγχειρίδιο Δημοσιογραφικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Ανακτήθηκε από:
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380166>
- Σπυρόπουλος, Φ. (2020). *Συνταγματικό Δίκαιο*. Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.
- Στρατάκης, Μ. (1996). *Συνέντευξη: τεχνική και οριοθετήσεις*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Γερμανός.
- [Συλλογή παλαιότερων και σύγχρονων ελληνικών, ξένων και τοπικών εφημερίδων και περιοδικών]. *Ιστορικό αρχείο τύπου*. Αθήνα: Βιβλιοθήκη της Βουλής των Ελλήνων/Δημοτικές Βιβλιοθήκες.
- Συλλογικό Έργο. (2009). *Δημοσιογράφοι και εκδότες ΜΜΕ. Ζητήματα πνευματικής ιδιοκτησίας* (επιμ. Ε. Σταματουδάκη). Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.
- Συλλογικό Έργο. (2013). *Η κρίση και τα ΜΜΕ* (επιμ. Γ. Πλειός). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Συλλογικό Έργο. (2021). *7+1 Ελληνικά Microsoft Windows 10 – Office 2019/365*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Συλλογικό Έργο. (2022). *Ανατέμνοντας τον ρατσισμό. Δέκα και ένα δοκίμια* (επιμ. Δ. Ασημακοπούλου). Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο.
- Συρίγος, Α. & Ντόκος, Θ. (2020). *Τουρκικές διεκδικήσεις σε Αιγαίο και Ανατολική Μεσόγειο, Αλφαβητάρι των ελληνοτουρκικών σχέσεων*. Αθήνα: «Η Καθημερινή της Κυριακής», ειδική έκδοση.
- Σχίζας, Τ. (2014). *Η τεχνική της αναλογικής και της ψηφιακής φωτογραφίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Φωτογραφικό Είδωλο.

- Τυ, D. L. (2022). *Αφηγηματική δημοσιογραφία για βίντεο και πολυμέσα* (μτφρ. Π. Ταγκάς). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Υπουργείο Εξωτερικών. (χ.χ.). *Ζητήματα ελληνοτουρκικών σχέσεων*. Αθήνα: Υπουργείο Εξωτερικών. Ανακτήθηκε από <https://www.mfa.gr>
- Χαιρετάκης, Μ. (2014). *Η ραδιοφωνία στην Ελλάδα 1930-1950*. Αθήνα: Στο Κόκκινο (Έκδοση του ραδιοφωνικού σταθμού 105,5).
- Χατζησαββίδης, Σ. (1999). *Ελληνική Γλώσσα και Δημοσιογραφικός Λόγος*. Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.
- Χοντζόπουλος, Ι. & Κακαβούλης, Κ. (2018). *Τι είναι τα cookies*. Ανακτήθηκε από: <https://homodigitalis.gr/posts/3079/>
- Χτούρης, Σ. Ν. (1997). *Μεταβιομηχανική κοινωνία και η κοινωνία της πληροφορίας. Παγκόσμια δίκτυα: ο ρόλος τους στη νέα κοινωνική διαφοροποίηση*. Αθήνα: Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα.
- Χυτήρης, Τ. (2006). *Μάνατζμεντ. Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Ψύλλα, Μ. (2010). *Μεθοδολογία της ανάλυσης ενός γεγονότος από τον έντυπο λόγο*. Αθήνα: Εκδόσεις Τυπωθήτω/Δαρδανός.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Allan, S. (ed.). (2017). *Photojournalism and citizen journalism: Co-operation, collaboration and connectivity*. London: Routledge.
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2011). *Marketing: An Introduction*. Boston: Pearson.
- Bagdikian, B. (2004). *The New Media Monopoly*. Boston, MA: Beacon Press.
- BBC New Leads. (n.d.). Retrieved from: <https://www.bbc.com/news/topics/c4y268p9mrxt>
- Beebe, S. A., Beebe, S. J. & Ivy, D. K. (2013). *Communication: Principles of a Lifetime* (5th edition). Boston: Pearson Education.

- Berglez, P. (2008). "What is Global Journalism? Theoretical and Empirical Conceptualizations", in: *Journalism Studies*, 9: pp. 845-858.
- Boyd, A. (2001). *Broadcast Journalism: Techniques of Radio and Television News* (5th edition). Woburn, MA: Focal Press.
- Brady, J. (1992). *Interviewing Techniques for Journalists*. London: Routledge.
- Briggs, M. (2012). *Journalism Next: A Practical Guide to Digital Reporting and Publishing* (2nd edition). Washington: CQ Press.
- Brown, L. & Duthie, L. (2016). *The TV Studio Production Handbook*. London & New York: IB Tauris.
- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press.
- Charnley, M. V. & Charnley, B. (1992). *The Reporting and Writing Workbook*. New York: Macmillan.
- Clausen, L. (2003). *Global News Production*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Clayman, St. & Heritage, J. (2005). *The News Interview: Journalists and Public Figures On the Air*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Davidson, S. & Dooley, J. (n.d.). *Career Paths: Social Media Marketing*. Newbury: Express Publishing.
- de Burgh, H. & Lashmar, P. (eds.). (2008). *Investigative Journalism* (2nd edition). London: Routledge.
- Edelman, M. (1999). *The Construction of Political Spectacle*. Chicago: University of Chicago Press.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cartridge, MA: MIT Press.
- Hendricks, J. A. & Mims, B. (2018). *The Radio Station: Broadcasting, Podcasting, and Streaming* (10th edition). New York, NY: Routledge.

- Hendy, D. (2000). *Radio in the Global Age*. Cambridge: Polity Press.
- Herbert, J. (2000). *Practicing Global Journalism. Exploring Reporting Issues Worldwide*. Oxford: Elsevier Science and Technology.
- Hicks, W. (2013). *English for Journalists* (4th edition). UK: Routledge.
- Indeed, Editorial Team. (2022, December 28). *19 types of headlines*. Indeed. Retrieved from: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-headlines>
- Kaempfer, R. & Swanson, J. (2004). *The Radio Producer's Handbook*. New York: Allworth Press.
- Loffeholz, M. & Weaver, D. (2007). *Global Journalism Research: Theories, Methods, Findings, Future*. London: Blackwell.
- Madhukar, R. K. (2018). *Business Communication*. New Delhi: Vikas Publishing.
- Marks, S. (2019). *Mastering Grammar for B1 – Greek edition*. Limassol: Burlington Books.
- McLuhan, M. (2003). *Understanding Media: The Extensions of Man*. University of California: Gingko Press.
- McQuail, D. & Deuze, M. (2020). *McQuail's media and mass communication theory* (7th edition). London: Sage Publications.
- Moore, C. & Dooley, J. (n.d.). *Career Paths: Journalism*. Newbury: Express Publishing.
- Navasky, V. S. & Cornog, E. (eds.). (2012). *The Art of Making Magazines: On Being an Editor and Other Views from the Industry*. New York: Columbia University Press.
- Potter, W. J. (2008). *Media Literacy* (4th edition). Los Angeles: Sage Publications.
- Rea, W. P. & Irving, D. K. (2010). *Producing and Directing the Short Film and Video*. Burlington: Focal Press.
- Rich, C. (1997). *News Reporting and Writing*. Athens: Greek Letters.

Sedorkin, G. (2011). *Interviewing: A Guide for Journalists and Writers* (2nd edition). London: Routledge.

Smith, D. R. (2012). *Strategic Planning for Public Relations* (4th edition). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Starkey, G. & Crisell, A. (2009). *Radio Journalism*. London: Sage Publications.

Taylor, J. & Zeter, J. (2018). *Career Paths: Business English*. Newbury: Express Publishing.

White, T. (2002). *Broadcast News: Writing, Reporting, and Producing*. Burlington: Focal Press.

White, T. (2004). *Media education, new media and media literacy*. Birmingham: University of Central England in Birmingham.

B | Βιβλιογραφικές αναφορές σχετικές με τη μεθοδολογία ανάπτυξης των εκπαιδευτικών εγχειριδίων

Βαρβιτσιώτη, Ρ., Γούλας, Χρ., Θεοδωρή, Ελ., Καρατράσογλου, Ι., Μαρκίδης, Κ., Μπαμπανέλου, Δ. & Νάτσης, Π. (2022). *Πρότυπος Οδηγός Κατάρτισης*. Αθήνα: ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ.

Βαρβιτσιώτη, Ρ., Θεοδωρή, Ελ., Μαρκίδης, Κ. & Μπαμπανέλου, Δ. (2023). *Ανάπτυξη οριζόντιας εκπαιδευτικής μεθοδολογίας/Εκπαιδευτικός σχεδιασμός στο πεδίο της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης*. Αθήνα: ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ.

Βαρβιτσιώτη, Ρ., Θεοδωρή, Ελ., Μαρκίδης, Κ. & Μπαμπανέλου, Δ. (2023). *Πρότυπο Εκπαιδευτικό Εγχειρίδιο*. Αθήνα: ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ.

Βαρβιτσιώτη, Ρ., Θεοδωρή, Ελ., Μαρκίδης, Κ. & Μπαμπανέλου, Δ. (2023). *Πρότυπη Τράπεζα Θεμάτων*. Αθήνα: ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ.

Γενική Γραμματεία Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, Κατάρτισης και Διά Βίου Μάθησης. Τμήμα Σπουδών, Προγραμμάτων και Οργάνωσης Επαγγελματικής Κατάρτισης. (2020). *Οδηγοί σπουδών ειδικοτήτων ΙΕΚ του Ν. 4186/2013*. Ανακτήθηκε στις 5 Μαρτίου 2026 από: <https://gsvetlly.minedu.gov.gr/sxoles-anoteris-epaggelmatikis-katartisis-s-a-e-k/odigoi-katartisis-spoudon>

Γούλας, Χ. & Λιντζέρης, Π. (2017). *Διά Βίου Μάθηση, Επαγγελματική Κατάρτιση, Απασχόληση και Οικονομία: Νέα Δεδομένα, Προτεραιότητες και Προκλήσεις*. Αθήνα: ΙΜΕ/ΓΣΕΒΕΕ, ΙΝΕ/ΓΣΕΕ.

Γούλας, Χ., Μαρκίδης, Κ. & Μπαμπανέλου, Δ. (2021). *Πρότυπο ανάπτυξης εκπαιδευτικών υλικών του ΙΝΕ/ΓΣΕΕ* [Εσωτερική έκδοση]. Αθήνα: Ινστιτούτο Εργασίας της Γενικής Συνομοσπονδίας Εργατών Ελλάδας.

Δημουλάς, Κ., Βαρβιτσιώτη, Ρ. & Σπηλιώτη, Χ. (2007). *Οδηγός Ανάπτυξης Επαγγελματικών Περιγραμμάτων*. Αθήνα: ΓΣΕΕ, ΣΕΒ, ΓΣΕΒΕΕ, ΕΣΕΕ.

ΙΝΕ/ΓΣΕΕ. (2021). *Νέα βίντεο παρουσίασης επαγγελμαμάτων* [Video]. Ανακτήθηκε από: <https://oasi.inegsee.gr/>

- Καραλής, Θ., Καρατράσογλου, Ι., Μαρκίδης, Κ., Βαρβιτσιώτη, Ρ., Νάτσης, Π. & Παπαευσταθίου, Κ. (2021). *Μεθοδολογικές προσεγγίσεις ανάπτυξης επαγγελματικών περιγραμμάτων και πλαισίων εκπαιδευτικών προδιαγραφών προγραμμάτων*. Αθήνα: ΙΝΕ/ΓΣΕΕ. Ανακτήθηκε στις 15 Μαρτίου 2022 από: https://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2021/07/Me8odologia_EP_Ebook.pdf
- Λευθεριώτου, Π. (χ.χ.). *Η Εκπαιδευτική Διεργασία στην Εκπαίδευση Ενηλίκων*. Αθήνα: Υπουργείο Εθνικής Παιδείας & Θρησκευμάτων, Γενική Γραμματεία Εκπαίδευσης Ενηλίκων.
- Cedefop. (2014). *Επαγγελματική Εκπαίδευση και Κατάρτιση στη Ελλάδα: Συνοπτική Περιγραφή*. Λουξεμβούργο: Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Cedefop. (2014). *Terminology of European Education and Training Policy: A Selection of 130 Key Terms* (2nd edition). Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Cedefop. (2018). *Skills forecast, trends and challenges to 2030*. DOI: 10.2801/4492TI-RF-18-002-EN-NISBN: 978-92-896-2712-2/12/2018.
- Kopnov, V. A., Shmurygina, O., Shchipanova, D., Dremina, M. A., Papaloizou, L., Orphanidou, Y. & Morevs, P. (2018). "Functional Analysis and Functional Maps of Qualifications in ECVET Context", in: *The Education and Science Journal*, 20(6), pp. 90-117. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/326242379_Functional_Analysis_and_Functional_Maps_of_Qualifications_in_ECVET_Context
- Mansfield, B. & Schmidt, H. (2001). *Linking Vocational Education and Training Standards and Employment Requirements: An International Manual*. European Training Foundation. Retrieved June, 9, 2020, from: https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/m/C12578310056925BC12571FE00473D6B_NOTE6UAET.pdf
- Μπουραντάς, Δ. Κ. (2002). *Μάνατζμεντ, θεωρητικό υπόβαθρο, σύγχρονες πρακτικές*. Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου.

Psifidou, I. (2009). "What learning outcome based curricula imply for teachers and trainers", in: *7th International Conference "Comparative Education and Teacher Training"* (June 29-July 3, 2009), vol. 7, pp. 183-188. Sofia, Bulgaria: Bureau for Educational Services.

Γ | Σχετική εθνική νομοθεσία

Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σύσταση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 18ης Δεκεμβρίου 2006, σχετικά με τις βασικές ικανότητες της διά βίου μάθησης (2006/962/ΕΚ). Ανακτήθηκε στις 20 Ιουλίου 2026 από: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reco/2006/962/oj>

Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σύσταση του Συμβουλίου της 22ας Μαΐου 2018 σχετικά με τις βασικές ικανότητες της διά βίου μάθησης (2018/С 189/01). Ανακτήθηκε στις 20 Ιουλίου 2026 από: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&from=PL](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&from=PL)

Νόμος υπ' αρ. 4763/2020 «Εθνικό σύστημα επαγγελματικής εκπαίδευσης, κατάρτισης και διά βίου μάθησης, ενσωμάτωση στην ελληνική νομοθεσία της Οδηγίας (ΕΕ) 2018/958 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 28ης Ιουνίου 2018 σχετικά με τον έλεγχο αναλογικότητας πριν από τη θέσπιση νέας νομοθετικής κατοχύρωσης των επαγγελματιών (ΕΕ L 173), κύρωση της Συμφωνίας μεταξύ της Κυβέρνησης της Ελληνικής Δημοκρατίας και της Κυβέρνησης της Ομοσπονδιακής Δημοκρατίας της Γερμανίας για το Ελληνογερμανικό Ίδρυμα Νεολαίας και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ 254/Α/21-12-2020).

Υπ' αρ. ΦΒ7/108652/Κ3 Απόφαση Υπουργών Ανάπτυξης και Επενδύσεων – Παιδείας και Θρησκευμάτων – Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων «Πλαίσιο Ποιότητας Μαθητείας» (ΦΕΚ 4146/Β/9-9-2021).

Υπ' αρ. Κ5/97484 Απόφαση Υπουργών Οικονομικών – Ανάπτυξης και Επενδύσεων – Παιδείας και Θρησκευμάτων – Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων – Υγείας «Πρακτική άσκηση σπουδαστών Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης αρμοδιότητας Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων» (ΦΕΚ 3938/Β/26-8-2021).

Υπ' αρ. Κ1/118932/2017 Απόφαση Υπουργών Οικονομίας και Ανάπτυξης – Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων – Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, Υγείας «Ρύθμιση θεμάτων επιδότησης και ασφάλισης της Μαθητείας των σπουδαστών των δημόσιων και ιδιωτικών Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΙΕΚ) και Σχολών Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΣΕΚ)» (ΦΕΚ 2440/Β/18-7-2017).

Υπ' αρ. Κ1/54877/2017 Απόφαση Υπουργού Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων «Τροποποίηση του Κανονισμού λειτουργίας Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΙΕΚ) που υπάγονται στη Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης (ΓΓΔΒΜ)» (ΦΕΚ 1245/Β/11-4-2017).

Υπ' αρ. 5954/2014 Απόφαση Υφυπουργού Παιδείας και Θρησκευμάτων «Κανονισμός Λειτουργίας Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΙΕΚ) που υπάγονται στη Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης (ΓΓΔΒΜ)» (ΦΕΚ 1807/Β/2-7-2014).

Υπ' αρ. 110998/2006 Απόφαση Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών – Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων – Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας «Πιστοποίηση Επαγγελματικών Περιγραμμάτων» (ΦΕΚ 566/Β/8-5-2006).

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΩΝ

Συντακτική ομάδα

Ρένα Βαρβιτσιώτη

Ελένη Θεοδωρή

Κωνσταντίνος Μαρκίδης

Δέσποινα Μπαμπανέλου

Επιμέλεια σύνταξης

Δέσποινα Μπαμπανέλου

Το εκπαιδευτικό εγχειρίδιο συντάχθηκε στο πλαίσιο της Πράξης με τίτλο «Διαμόρφωση οδηγών κατάρτισης και εκπαιδευτικών εγχειριδίων Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (IEK)» με κωδικό ΟΠΣ (MIS) 5069281 μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση 2014-2020» που συγχρηματοδοτείται από την Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο-Ε.Κ.Τ.).



Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

