

El boom dels mitjans de comunicació i la investigació en comunicació de masses a Grècia*

Stylianos Papathanassopoulos; Klimis Navridis

Universitat Nacional i Capodistrian d'Atenes.

Departament de Comunicació i Mitjans de Comunicació

Resum

L'estudi comença amb una introducció referent al context historicosocial de Grècia. S'hi fa una referència especial a la manca d'anàlisis i d'informacions fiables sobre els mitjans de comunicació, i s'intenta cercar les causes d'aquesta situació. Recentment, gràcies a un ràpid desenvolupament dels mitjans de comunicació a Grècia, s'han creat departaments de comunicació en algunes universitats, d'aquesta manera s'hi ha iniciat una recerca incipient. Els pocs estudis que hi ha sobre el tema han sorgit des de camps com el dret o la ciència política. Existeixen alguns estudis sobre aspectes culturals i psicològics de la comunicació. S'hi inclou una bibliografia bàsica, juntament amb els programes de les universitats que ofereixen estudis de comunicació.

Paraules clau: el boom dels mitjans, aspectes socials, culturals, psicològics i legals dels mitjans.

Resumen. *El boom de los medios de comunicación y la investigación en comunicación de masas en Grecia*

El estudio empieza con una introducción referente al contexto histórico-social de Grecia. Se hace un hincapié especial en la carencia de unos análisis y de unas informaciones fiables sobre los medios de comunicación, y se hace un intento de buscar las causas de ello. Recientemente, gracias al rápido desarrollo que han experimentado los medios de comunicación en Grecia, se han creado departamentos de comunicación en algunas universidades, y con ello se ha iniciado una incipiente investigación. Los pocos estudios que existen sobre el tema han surgido en campos como los del derecho o la ciencia política. Existen algunos estudios sobre aspectos culturales y psicológicos de la comunicación. Se incluye una bibliografía básica, junto con los programas de las universidades que imparten estudios de comunicación.

Palabras clave: el boom de los medios, aspectos sociales, culturales, psicológicos y legales de los medios.

* Traduït per M. TERESA SALAZAR.

Abstract. *The media boom and research into the mass media in Greece*

The study begins with an introduction to the Greek historico-social context. Particular reference is made to the lack of reliable analyses, data and information on the communication media, and an attempt is made to determine the causes of this situation. Recently, thanks to rapid development of the media in Greece, communication departments have been set up in some universities, an indication that research in this field has now been initiated. The few studies on this topic to date have emerged from the fields of law and political sciences. There are also some studies on psychological and cultural aspects of communication. A basic bibliography is included, together with the syllabuses of those universities offering courses in communication.

Key words: media boom, social, political, psychological cultural and legal aspects.

1. Context sociopolític i cultural

Grècia és un petit país europeu, situat en la part meridional de la península dels Balcans, al sud-est d'Europa. A mitjan segle dinou, Grècia acabava d'emergir de gairebé quatre segles de domini otomà. Així, durant moltes dècades, Grècia va acarar les tasques implicades en el procés de construcció d'una nació, que ha donat com a resultat el caràcter imperiós de l'aparell de l'Estat.

L'àrea total del país és de 132.000 km², mentre que la seva població és de 11.500.000 habitants. Molta part de la seva població, uns quatre milions, està concentrada en l'àrea metropolitana de la capital de Grècia, Atenes. Aquesta concentració extrema és un dels efectes paral·lels del caràcter centralitzat de l'Estat modern grec i del desenvolupament urbà no planificat causat per la industrialització del país des de la dècada dels seixanta. A diferència d'altres països europeus, gairebé tots els seus habitants, un 98% de la població, parla la mateixa llengua, el grec, com a llengua materna, i tenen la mateixa religió ortodoxa.

Tot i aquesta uniformitat social, la vida política grega en el passat ha estat dominada per una profunda escissió: modernistes *versus* tradicionalistes, esquerra *versus* dreta, mentre que l'església grega ha jugat sempre un paper en les actituds de la societat grega. A més, aquesta situació ha provingut sobretot de les tensions en la societat grega des de la Segona Guerra Mundial. Aquestes tensions, combinades amb l'absència d'una forta societat civil, han fet de l'Estat un factor autònom, i dominant en la societat grega. L'Estat no és només relativament autònom sinó que també té un caràcter intervencionista. Mouzelis (1978: 261-4) assenyala que aquesta situació ha estat associada a una dèbil i atrofiada societat civil on l'Estat ha d'assumir funcions politicoideològiques addicionals. Això fa que el sistema estigui menys autoregulat que el capitalisme desenvolupat tal com existeix a Gran Bretanya o als EUA. Per altra part, la manca d'autoregulació és també òbvia a nivell de la superestructura politicoideològica, perquè en una societat civil dèbil fins i tot les classes econòmicament dominants no abasten a crear grups de pressió cohesionats i ben organitzats. Mouzelis (1987) indica que a causa de la persistència de patrocini

nis polítics, fins i tot partits burguesos i grups d'interès estan articulats en la maquinària de l'Estat d'una manera clientelista i particularista. Això va portar el govern a promoure els interessos de determinats tipus de capital més que no pas els interessos del capital en general. Per consegüent, la manca d'auto-regulació fa que l'Estat intervingui també a l'esfera político-ideològica i així desplegar els seus mecanismes repressius. El fet que l'Estat tingui un paper decisiu en la formació de l'economia i la política gregues il·lustra la relativa autonomia de l'Estat front la societat. No és casual per tant que hagi estat tan estricte el control sobre els mitjans de radiodifusió a Grècia.

Observant el sector de la comunicació de masses en general, l'Estat fort, no només a Grècia, en el seu paper de legislador, determina fins a quin punt està disposat a atorgar una relativa autonomia als mitjans de comunicació. Fins i tot en el cas de la premsa, que gaudeix d'un règim liberal, l'Estat determina la seva autonomia. Això s'ha observat també en les lleis de premsa o en casos de declarada emergència nacional, on l'Estat es reserva el dret de reduir l'autonomia de la premsa. En una forma més indirecta però no menys eficient, l'Estat actua per fer complir aquestes regles formals, i també imposant les regles no escrites del poder polític, a través d'una extensa gamma d'intervencions que estan a la seva disposició (tribunals, censura, suspensió de publicació o fins i tot ajut financer indirecte). En la radiodifusió, l'Estat no només acostuma a intervenir-hi, sinó que n'és un agent actiu (Papathanassopoulos, 1990).

2. Antecedents històrics

La investigació grega sobre comunicació de masses ha estat subdesenvolupada. Com molts estudiosos coincideixen a dir, hi ha una mancança d'investigació sobre temes de comunicació en tots els seus aspectes, i la bibliografia grega sobre comunicació de masses és pràcticament inexistent (Doulkeri, 1990: 13). Serafetinidou (1987: 15) indica que «no hi ha estudis socials sistemàtics sobre mitjans de comunicació a Grècia, ni dades fidedignes en les quals un investigador pugui confiar».

És clar que, en analitzar els estudis, els documents i els articles que s'han centrat en els mitjans de comunicació grecs fins a finals dels vuitanta, es constata que n'hi ha molts que, amb potser escasses excepcions, són d'interès periodístic, o són llibres escrits per periodistes i professionals (Karzis, 1981; Manthoulis, 1981; Vernicos, 1976; Karter, 1976; Karikopoulos, 1984). Tanmateix, hi ha algunes publicacions que es refereixen als mitjans de comunicació però que estan escrites per advocats i que tracten d'aspectes legals i reguladors dels mitjans de comunicació (Dagtoglou, 1976). També, en aquest període, hi ha alguns estudis de sociòlegs, científics polítics i psicòlegs (Metaxas, 1976). Malgrat això, molts d'aquests escrits veuen els mitjans de comunicació com una petita part del seu objecte d'estudi o dins d'un àmbit sociocultural més extens.

Més o menys a finals dels vuitanta la investigació a Grècia sobre els mitjans i la comunicació ha estat limitada i abstracta (Tsardakis, 1990). Molts dels

llibres o estudis que s'han realitzat sobre temes de comunicació s'han centrat en aspectes culturals i semiòtics dels mitjans de comunicació.

Aquesta situació té molt a veure també amb l'estat dels mitjans de comunicació a Grècia. A finals dels vuitanta, com en molts països europeus, els mitjans de comunicació electrònics estaven sota un ferri control estatal. Entre 1967 i 1974, la democràcia grega estava representada per la Junta de Coronels. Més endavant, durant els primers anys de la restauració del Parlament, mentre el control de l'Estat sobre els mitjans de radiodifusió continuava gairebé intacte, els investigadors socials estaven majoritàriament concentrats en els aspectes sociopolítics i econòmics de la societat grega. En l'àmbit cultural, el punt d'interès estava principalment en les arts i el cinema (Soldatos, 1979; Toti, 1981). Respecte als mitjans de comunicació, només una petita part de l'interès acadèmic anava dirigit a la premsa, mentre que molts dels intel·lectuals criticaven el fort control governamental sobre els mitjans de radiodifusió de l'Estat (Komninou: 1987). Tot el debat sobre els mitjans de comunicació electrònics de l'Estat a Grècia, abans de la desregularització del sector, estava centrat en el control governamental i les interferències en programes de televisió. Aquest control va formar part de la ritualitzada política postdictatorial, i després que el Parlament fos restablert, conservadors i socialistes han dominat l'escena política acusant-se mutuament de control governamental excessiu sobre els mitjans de radiodifusió estatals (Papathanassopoulos, 1990). Tanmateix, només uns quants treballs van ser publicats sobre la premsa o els mitjans de radiodifusió, i gairebé tots van ser realitzats per professionals més que per investigadors acadèmics. Només un grapat d'investigacions sobre els mitjans de comunicació, i principalment sobre la televisió, van ser realitzats per investigadors de les ciències socials.

Amb tot, els acadèmics semblaven evitar explorar temes dels mitjans de comunicació tant des d'un punt de vista quantitatiu com qualitatiu. Això també té a veure amb el fet que no hi havia un departament acadèmic que se centrés en comunicació de masses, ni hi havia fons que financessin aquesta mena d'investigació social. Fins i tot les agències privades d'investigació van començar realitzant els seus informes quantitatius sobre els mitjans de comunicació durant els primers anys de la seva eclosió dels mitjans a Grècia, a finals dels vuitanta.

Aquests factors han forçat que la investigació a Grècia continuï en un estat naixent. Amb poques excepcions, la investigació científica sobre tots els aspectes dels mitjans i els temes de comunicació (estructura, efectes i conseqüències) a la societat grega han estat aproximacions en un sentit més aviat retòric i periodístic. Això pot explicar-se també pel fet que tots els nous departaments a Grècia han estat vistos generalment com a institucions de periodisme més que no pas com a institucions d'ensenyament i d'investigació que tracten d'explorar els temes de la comunicació i els mitjans des d'altres aspectes que no siguin el de la professió periodística. Així, no és una coincidència que la comunitat acadèmica consideri aquests nous departaments com una mena de periodisme aplicat i qüestio la seva validesa acadèmica, mentre que els periodistes els veuen a ells com a excessivament teòrics i «al marge» de la seva professió.

A causa de la manca d'investigació sobre els mitjans de comunicació a

Grècia, una part de la teoria sobre aquests i la comunicació havia estat coberta per la traducció de treballs acadèmics internacionals, principalment angloamericans i algunes vegades francesos. No obstant això, moltes de les traduccions eren sobre temes que estaven relacionats, directament o indirectament, amb teories de la comunicació amb una aproximació més aviat cultural, teories de la societat i l'entreteniment, les arts i els mitjans, etc. En altres paraules, en el mateix sentit que la televisió grega estava «forçada» a importar programes estrangers per poder cobrir la seva programació, s'observa una situació similar en el camp de les aproximacions teòriques a la comunicació. Amb la desregularització de la radiodifusió i dels mitjans de comunicació en general a finals dels anys vuitanta, es pot observar un nou «corrent» de traduccions sobre temes de comunicació, principalment un altre cop sobre cultura i autonomia cultural. Tanmateix, aquesta activitat traductora ha tingut alguns aspectes positius. Primer de tot, ha estat utilitzada com a «pont» per conèixer a Grècia els mitjans de comunicació internacionals. A més, les traduccions van proporcionar una eina d'informació per als investigadors respecte als desenvolupaments estrangers en les teories sobre els mitjans de comunicació, especialment dels EUA, Gran Bretanya i França. Això, successivament, va ser utilitzat com un incentiu per aquells investigadors grecs que volien treballar, investigar o ensenyar sobre temes de la comunicació de masses.

L'eclosió dels mitjans de comunicació grecs té a veure amb la proliferació de diaris i especialment magazins a principis i a mitjans dels anys vuitanta i amb la desregularització de la radiodifusió a finals de la dècada. A mitjans dels anys noranta hi ha al voltant de 280 diaris a Grècia, molts dels quals són locals i de tirada diària. Ara bé, les 24 revistes de distribució nacional són les més significatives i d'entre elles les localitzades a Atenes.

Hi ha uns trenta magazins de consum, majoritàriament mensuals, de gran importància. La distribució de setmanaris d'interès general ha caigut; està començant a predominar un interès especial pels mensuals. El mercat televisiu sobre els líders d'audiència s'ha expandit per reflectir l'increment en la programació i ara comprèn set títols. Els de més impacte són els que estan relacionats amb concursos televisius i que ofereixen premis en metàl·lic.

El 1987, el sector de la ràdio va ser desregularitzat amb l'entrada de les emissores municipals i les privades locals. Avui, el sector de la ràdio està dominat per les emissores privades. Al voltant de 420 emissores de ràdio emeten regularment a tot Grècia; les més importants es troben a Atenes i tenen algunes corresponsalies amb emissores locals. Parlant en termes generals, cadascuna de les 52 regions administratives de Grècia té dues o tres emissores comercials locals, i se n'incrementa el nombre en les grans ciutats.

La desregularització de la televisió es va iniciar a finals del 1989 amb l'entrada de Mega Channel i Antenna TV, que van dominar l'escena televisiva. Tanmateix, les primeres llicències de televisió no es van atorgar fins al juliol del 1993. A finals del 1993, set canals privats van obtenir llicències nacionals de televisió, però hi ha altres estacions a Atenes i a les províncies que emeten sense llicència oficial. Una mirada propera a l'escena televisiva mostra que és

efectivament un oligopoli. Els índexs d'audiència i els ingressos publicitaris dels canals estatals (ET1 i ET2) han disminuït dramàticament. Mega i Antenna compten amb gairebé el 75% de l'audiència i el 85% dels ingressos en publicitat de televisió, repartits entre totes dues (Papathanassopoulos, 1994).

Aquesta explosió dels mitjans de comunicació a Grècia ha tingut dos efectes positius sobre els mitjans i la investigació en comunicació així com també sobre la teoria. El primer fou que un nombre d'estudiants anessin (i encara hi van) a l'estranger (principalment als EUA, a Gran Bretanya i a França) per a continuar els seus estudis de postgrau, especialitzant-se en els mitjans de comunicació. Això ha permès a alguns d'ells començar a investigar sobre els mitjans de comunicació grecs. El segon efecte positiu de l'explosió dels mitjans de comunicació fou la materialització d'una antiga petició dels acadèmics, dels professionals i dels periodistes: la creació de departaments universitaris de comunicació i mitjans de comunicació. Així, a principis dels noranta es van crear a Grècia tres nous departaments. Aquests són: 1) Departament de Comunicació i Mitjans de Comunicació de Massa de la Universitat Nacional i Capodistrian d'Atenes; 2) Departament de Comunicació i Mitjans de Comunicació de Massa de la Universitat Pantion d'Atenes i 3) Departament de Periodisme i Comunicació de Masses de la Universitat Aristotèlica de Tessalònica.

El Departament de Comunicació i Mitjans de Comunicació de Masses de la Universitat Nacional i Capodistrian d'Atenes és un dels departaments més joves de l'antiga universitat grega (1832). Va ser fundat el 1989 i va iniciar els cursos el 1990. Des del 1993, amb tots els requeriments legals satisfets, s'ha convertit en un departament independent de la universitat. Ofereix un títol de llicenciatura (quatre anys) i els seus cursos estan dissenyats per proporcionar als estudiants una àmplia visió de conjunt sobre les teories i els desenvolupaments en comunicació i estudis sobre els mitjans de comunicació, amb una anàlisi detallada dels sectors i les matèries que ells mateixos hagin escollit. El departament té prop de 600 estudiants i 40 professors i investigadors, així com becaris en els mitjans de comunicació. Els professors i investigadors representen el perfil interdisciplinari del curs. El seu programa de curs té un enfocament multidisciplinari i contribucions que provenen de teoria política, sociologia, psicologia, relacions internacionals, semiòtica, dret, cultura, arts i tecnologia. El 1995, el departament va decidir crear un programa de postgrau en comunicació. Està previst començar un mestratge per al curs 1996-97.

El Departament de Comunicació i Mitjans de Comunicació de la Universitat Pantion de Ciències Polítiques i Socials va ser creat per la mateixa llei de 1989 que el Departament de Comunicació i Mitjans de Comunicació de Massa de la Universitat d'Atenes i va començar a funcionar el 1990. Té uns 400 estudiants i un col·lectiu de 25 professors. També ofereix una llicenciatura (quatre anys) i el seu programa de curs té dues orientacions principals: (I) Comunicació i Cultura i (II) Mitjans de Comunicació.

El Departament de Periodisme i Comunicació de Masses de la Universitat Aristotèlica de Tessalònica és el departament de comunicació més nou de Grècia. Va ser creat el 1991 i va començar oferint cursos l'any 1992-93. Com els altres

dos departaments universitaris, ofereix una llicenciatura de quatre anys. Té al voltant de 200 estudiants i un col·lectiu de 25 membres de diferents especialitzacions. En contrast amb els departaments d'Atenes, el Departament de Periodisme i Mitjans de Comunicació de la Universitat Aristotèlica de Tessalònica emfasitza l'orientació cap al periodisme i la professió periodística. El seu programa de curs inclou cicles temàtics.

A més, quan els mitjans de comunicació van introduir-se amb força i fins a cert punt molt ràpidament en la vida sociopolítica grega, es van organitzar (i encara es fan) un seguit de conferències i simposis. El resultat final ha estat un nou, encara que limitat, corrent d'investigacions, llibres i articles sobre comunicació de masses de més interès acadèmic. S'espera que aquesta tendència augmenti en els propers anys, ja que un nombre incrementat de treballs (investigació, llibres) està en procés de producció. S'ha de ressaltar, això no obstant, que hi ha encara una manca de finançament per a moltes de les investigacions —una situació que és comuna a tots els aspectes de la investigació social, no només a Grècia.

3. Distribució territorial

Tal com s'ha esmentat abans, la investigació a Grècia sobre comunicació de masses està encara subdesenvolupada. Tanmateix, hi ha hagut alguns progressos en els últims anys. Es pot dividir la investigació actual sobre els mitjans de comunicació grecs i temes de comunicació en dues divisions principals.

La primera és el treball emprès per les universitats i les institucions públiques, i la segona és la investigació realitzada per agències d'investigació en el sector privat. Respecte a la primera, el problema és un cop més el mateix, és a dir, la manca de finançament. Malgrat les propostes dels acadèmics de diverses investigacions, moltes de les seves propostes no han superat la manca de finançament o, en el millor dels casos, el finançament ha estat mínim. Així, moltes investigacions fetes per investigadors universitaris han estat realitzades gràcies a la seva pròpia implicació, bona voluntat i autofinançament. Això demostra, i amb cert grau de raó, per què moltes de les investigacions fetes per investigadors universitaris són quantitatives en lloc de qualitatives. Per tenir una millor comprensió d'aquesta situació, s'hauria de ressaltar que fins i tot el National Centre for Social Research, una institució pública i independent d'investigació social, ha estat sense fons en els últims anys.

Alguna esperança per a la investigació dels mitjans de comunicació va provenir de la creació de l'*Instituto Opticoakoustikon Meson* (Institut dels Mitjans de Comunicació Audiovisual —IOM) a Grècia. Malgrat això, el destí d'aquest institut és incert. Va ser creat el 1989 com una branca d'investigació de la corporació de radiodifusió estatal, l'Ellinki Radiofonia Teleorasis (Televisió i Ràdio Hel·lènica —ERT), però fins al 1993 va ser més un projecte sobre el paper que una realitat. El 1993, qui aleshores era ministre responsable dels mitjans de comunicació va decidir «ascendir-los», convertint-los en un institut propi. Per un decret presidencial, l'IOM es va col·locar sota els auspicis del Ministeri de

la Premsa i els Mitjans de Comunicació de Massa. Tanmateix, en el moment d'escriure això, a l'IOM encara no s'ha produït res. Això ha tingut a veure un cop més principalment amb la manca de finançament, així com per la manca de contractació d'investigadors o de comissió d'investigacions. Així, no seria una simplificació exagerada dir que molta de la literatura grega sobre mitjans de comunicació és produïda des d'un punt de vista «monogràfic».

D'altra banda, les agències privades d'investigació han prosperat durant els últims anys. Poden ser dividides en dues extenses categories: aquelles que proporcionen dades diàriament dels rànkings televisius (AGB Hellas), radio-oients (Focus, Alko) i controls publicitaris (Media Services, Nielsen), i aquelles que només realitzen investigacions encarregades. Aquestes últimes fonamentalment realitzen investigacions publicitàries (noves marques, etc.) o polítiques. S'hauria d'indicar que, després de l'explosió dels mitjans de comunicació grecs, la investigació política s'ha incrementat considerablement, ja que no és utilitzada només per polítics i partits polítics, sinó pels mitjans de comunicació també en la seva forta competitivitat en tots els aspectes de la informació i l'entreteniment.

4. Línies d'investigació majoritàriament desenvolupades

Els antecedents històrics de Grècia van ser l'origen principalment si no exclusivament de dues de les ciències socials: història i dret. És en aquest context que aquestes dues disciplines, especialment l'última, van haver de posar les seves marques sobre moltes de les ciències socials. En un país amb absència d'institucions públiques modernes i manca de qualsevol autonomia social, era natural esperar que aniria més enllà de l'Estat definir les seves relacions amb la societat. Aquest arranjament «des de dalt» de les precàries relacions entre l'Estat i la societat no només va marcar el desenvolupament del conjunt de l'estructura social, sinó que també va determinar l'orientació de la investigació acadèmica i científica. Per a les ciències socials això va suposar un superdesenvolupament de les investigacions constitucionals. En aquest context, els estudis referits als mitjans de comunicació van ser deixats fins a cert punt als estudiants de dret que volien donar una dimensió comunicativa als seus treballs. Hi ha, per tant, un seguit d'estudis sobre els sistemes legals/constitucionals de la premsa i la radiodifusió (Dagtoglou, 1989a, 1989b; Alivizatos, 1986; Venizelos, 1989; Korsos, 1987; Krippas, 1992).

Una altra línia d'investigació que es pot assenyalar examina els aspectes socials i polítics dels mitjans de comunicació (Serafetinidou, 1987; Metaxas, 1976, 1995; Carmocolias, 1974; Komninou, 1987, 1990; Basantis, 1993; Basantis i Stratos, 1992; Trasdakis, 1990; Lembesis, 1951; Dulkeri, 1990; Plios, 1993).

Una tercera línia d'investigació examina els aspectes psicològics i, predominantment, els efectes de la televisió sobre els joves i els nens. Els efectes de la televisió van ser observats principalment en els seus inicis des d'una perspectiva més psicològica i educativa que sociològica o política. Així, hi ha un

seguit d'estudis sobre mitjans de comunicació i joves (Koronaïou, 1992), televisió i nens (Navridis i altres, 1986), i televisió i violència (Gizelis, 1976; Navridis i altres, 1987; Voidaskis, 1992).

Una quarta línia d'investigació social es refereix no només als mitjans de comunicació, sinó també als processos de comunicació més amplis que procedeixen d'estudis culturals, fortament influenciats per les teories semiològiques i l'estructuralisme. Hi ha hagut una predominança de teories estructuralistes i semiològiques, el gran abast de les quals és degut a la influència sobre molts estudiants de ciències socials dels seus estudis a França, especialment durant la repressió del Parlament i posteriorment. Té a veure també amb l'enfocament del cinema i la teoria d'autor en la dècada dels setanta. Com que aquestes teories van arribar simultàniament a Grècia després de la Junta, per un temps es van realitzar intents per combinar-les com a mètode d'interpretació de temes socials i de comunicació. Els treballs de Barthes i Saussure, que van ser traduïts a finals dels setanta, van influenciar molts estudiants de ciències socials que més tard es decantarien per la comunicació. La psicoanàlisi lacaniana va ser també utilitzada com un element essencial per explicar com els individus estan constituïts com a subjectes ideològics (Veltsos, 1985, 1987; Karapostolis, 1985; Doxiadis, 1993; Potamianos, 1991).

Una cinquena i més recent línia d'investigació analitza els aspectes polítics i organitzatius dels mitjans de comunicació (Papathanassopoulos, 1993, 1994; Zeri, 1990; Zotos, 1994; Katsoras, 1990; Leandros, 1992).

Finalment, des que la premsa ha dominat el sector comunicatiu, s'han publicat alguns estudis que intenten explorar la seva història (Mayer, 1957; Zioutos, 1954; Anagnostopoulou, 1960; Thomopoulou, 1967; Georgiou, 1980; GGTP, 1988; Karicopoulos, 1984; Balta, 1993; Psarakis, 1993), així com la seva actual situació i problemes (Kominis, 1985; Psychogios, 1992; Demertzis, 1992; Zaousis i Stratos, 1993; Dretakis, 1994). Respecte als mitjans de comunicació electrònics, el principal cos d'investigació s'ha centrat en la televisió (Manthoulis, 1981; Karzis, 1981; Papathanassopoulos, 1993, 1994), mentre que la ràdio sembla ser un mitjà de comunicació «oblidat», a part dels seus primers dies de liberalització del monopoli estatal (Tzanetakos, 1987).

Conclusions

Tot el que s'ha dit abans es pot resumir de la manera següent:

1. El progrés de la investigació sobre comunicació a Grècia va ser molt més modest o limitat durant les dècades dels anys setanta i vuitanta. A més d'això, no hi havia cursos universitaris que fossin gens sistemàtics o seriosos.

2. Hi havia gairebé una completa absència de biblioteques sobre ciències socials i de la comunicació. Moltes de les publicacions es van caracteritzar pel seu to legal i històric, així com per les experiències personals de certs professionals.

3. Malgrat això i a causa de l'eclosió dels mitjans de comunicació, la literatura sobre aquests i els temes de comunicació ha mostrat des de llavors clars signes de creixement si ho comparem amb el passat més recent. La creació de

departaments universitaris ha afavorit aquesta tendència. En el moment d'escriure això, una extensa gamma d'investigacions socials està en marxa.

El futur pot ser vist, per tant, amb cert optimisme, ja que han esdevingut moltes coses molt ràpidament —una situació que és comuna a molts països.

Referències bibliogràfiques

- ALIVIZATOS, N. (1986). *Kratos ke Radioteleorasis, e Thesmiki Diastasis* (= Estat i televisió; aspectes regulatoris). Atenes: Sakkoulas.
- AMAGNOSTOPOULOS, N.A. (1960). *Paranomos Typos: Katoxi 1941-1944* (= Premsa il·legal: Ocupació 1941-1944). Atenes.
- BALTA, N. (1933). *O Ellinikos Emphilios polemos (1946-1949) mesa apo ton Typo* (= La guerra civil grega (1946-1949) a través de la premsa). Atenes: Odysseas.
- BASANTIS, D. (1993). *Biblio ke Epikinonia* (= Llibre i comunicació). Atenes: Odysseas.
- BASANTIS, D.; STRATOS, K. (eds.) (1991). *O Kosmos ton Eidiseon* (= El món de les notícies). Atenes: Gnosi.
- CARMOCOLIAS, D.G. (1974). *Political Communication in Greece 1965-1967: the Last Two Years of a Parliamentary Democracy*. Atenes: National Centre of Social Research.
- DAGTOGLOU, P.D. (1976). *Radioteleorasis ke Syntagma* (= Radiodifusió i constitució). Atenes: Sakkoulas.
- (1989). *Radioteleorasis ke Syntagma* (= Radiodifusió i constitució). Atenes: Sakkoulas, nova edició.
- (1989). *Typos ke Syntagma* (= Premsa i constitució). Atenes: Sakkoulas.
- DEMERTZIS, N. (1991). «O Eparchiacos Typos stin Ellada» (= Premsa regional a Grècia); p. 202-221 a BASANTIS, D.; STRATOS K. (eds.). *O Kosmos ton Eidiseon* (= El món de les notícies), Atenes: Gnosi.
- DIMITRIOU, S. (1980). *Lexiko Oron Epikinonias ke Semiotikis* (= Diccionari de termes de comunicació i semiòtica). Atenes: Kastaniotis.
- DOULKERI, T. (1990). *Mesa Mazikis Enimerosis ke Isotita ton dyo filon* (= Mitjans de Comunicació i igualtat d'oportunitats per als dos sexes). Atenes: Papazisis.
- DRETAKIS, M. (1994). *E Kykloforia ton Efemeridin 1975-1992* (= Les vendes de diaris 1975-1992). Atenes: Gutenberg.
- GEORGIOU, V. (1980). *E Krihi ston typo ke h stasi ton dimosographon* (= La crisi de la premsa i la postura dels periodistes). Atenes: Synchroni Epoxi.
- GIZELIS, G. (1976). «Characteristiaca ke tasis ton Athineon teletheaton: Symperasmata apo mia ereuna» (= Característiques i tendències dels espectadors de la televisió atenesa) a *Epitheorisi ton Kinonikon Epistimon* (Revista de Ciències Socials), vol. 28 (1976): 339-349.
- GGTP (Geniki Gramateia Typou ke Pleroforion) (1988). *The Greek Press Past and Present*. Atenes.
- KARAPOSTOLIS, V. (1987). *Symbiosis ke Epikinonia stin Ellada* (= Coexistència i comunicació a Grècia). Atenes: Plethron.
- KARIKOPOULOS, G. (1984). *Diakosia Chronia Ellinikou Typou* (= 200 anys de premsa grega). Atenes: Gregoris.
- KARZIS, TH. (1981). *Elliniki Teleorasis, Provlimata ke Lysis* (= Televisió grega: Problemes i solucions). Atenes: Kaktos.
- KASTORAS, S. (1990). *Epikinoniologia: Optikoakoustica mesa mazikis epikinonias* (= Comunicació: Mitjans de comunicació audiovisuals). Atenes: Papazisis.

- KRIPPAS, G.H. (1992). *Kodikopolisis Nomothesis peri ton Meson Enimerosis* (= Codificació del marc legal dels mitjans). Atenes: Sakkoulas.
- KOMINIS, L. (1985). *E krisi tou Typou* (= La crisi de la premsa). Atenes: Kaktos.
- KOMNIMOU, M. (1988). «Kritikos Logos e Krisi tou Logou? Erminia gia tin Diaforetiki Theoretiki Proseggisi ton MME stin Dysi ke tin Ellada» (= Discurs crític o la crisi del discurs? Una interpretació dels diferents enfocaments teòrics referits als mitjans de comunicació a Occident i a Grècia) a LYRINZIS, Ch. ; KOMNINOU, M. (eds.) *Kinonia, Exousia ke MME* (= Societat, poder i els mitjans), Atenes: Papazisis.
- KOMNINOU, I. (1990). «Krisi tou Typou-Krisi Exousias: oi Ekloges tis 5 Noemvriou 1989» (= Crisi de la premsa-crisi del poder: Les eleccions del 5 de novembre de 1989» (p. 289-306) a LYRINZIS, Ch. ; NIKOLAKOPOULOS, E. (eds.) *Ekloges ke Kommata sti Dekatia tou'80: Exelisis ke Prooptikes tou Politikou Systimatos* (Eleccions i partits en la dècada dels 80: Desenvolupaments i perspectives del sistema polític), Atenes: Themelio, 1990.
- KORONEOU, A. (1992). *Neoi ke MME* (= La joventut i els mitjans), Atenes: Odysseas.
- KORSOS, D. (1987). *Typos ke Radioteleorasis* (= Premsa i Radiodifusió), Atenes: Sakkoulas.
- LEANDROS, N. (1992). *Mazika Entypa Mesa Epikinonias stin Ellada* (= Premsa de masses a Grècia), Atenes: Delfini.
- LEMBESIS, E. (1951). *Kinoniologia tou Typou* (= Sociologia de la premsa) Atenes: Anagnostidis.
- MANTHOULIS, R. (1981). *To Kratos tiw Teleorasis* (= Estat de la televisió), Atenes: Themelio.
- MAYER, K. (1957). *E Istoría toy Ellinikou Typou* (= Història de la premsa grega), Atenes: E. Dimopoulos, tres volums.
- METAXAS, I.A.D. (1976). *Politici Epikinonia* (= Comunicació política), Atenes: Olkos.
- (1995). *Proisagogika ston Politico Logo* (= Introducció al discurs polític). Atenes: Sakkoulas.
- MOUZELIS, N. (1978). *Neolliniki Kinonia: Opsi Ipanaptixis*. (= La societat grega moderna: Facetes del subdesenvolupament). Atenes: Exantas.
- (1987). «Continuities and Discontinuities in Greek Politics: From Eleftherios Venizelos to Andreas Papandreou» a Featherstone, K. i Katsoudas, D.K. (eds.), *Political Change in Greece: Before and After the Colonels*, Londres: Croom Helm.
- NAVRIDIS, K. i altres (SOLMAN, M. TSAOULA, N.) (1986). *E Aliki stin Xora ton pragmaton: to paidi os diafimistiko antikimeno* (= Alícia a la terra dels materials: els nens com a objectiu publicitari). Atenes: Ypodomi.
- (1987) (eds.). *Teleorasi ke Epi-Kinonia* (= Televisió i comunicació). Tessalònica: Papateretes.
- PAPATHANASSOPOULOS, S. (1990). «Broadcasting, Politics and the State in Socialist Greece» a *Media, Culture and Society*, vol. 12 (1990): 387-397.
- (1993). *Apelefteronontas tin Teleorasi* (= Alliberament de la televisió). Atenes: Kastaniotis.
- (1994). *I Teleorasi ston Kosmo* (= La televisió arreu del món). Atenes: Papazisis.
- PLIOS, G. (1993). *Kinoumeni Ikona ke kalitechniki Epikinonia* (= Cinema i comunicació de l'art). Atenes: Delfini.
- POTAMIANOS, D. (1991). *Apousiologia Epikratias: to teleoptiko minima apo tin skopia tis politikis epikinonias* (= El missatge televisiu des de la perspectiva de la comunicació política). Atenes: Kastaniotis.
- PSARAKIS, T.D. (1993). *Ephemerides ke Demosiographoi* (= Diaris i periodistes). Atenes: Livanis.
- PSYCHOGIOS, D.K. (1992). *To Aveveo Mellon toy Athinaikou Typou* (= L'incert futur de la premsa atenesa). Atenes: Diavlos.

- SERAFETINIDOU, M. (1987). *Kinoniologia ton MME* (= Sociologia dels mitjans de comunicació). Atenes: Gutenberg.
- SOLDATOS, G. (1979). *Istoria tou Ellinikou kinimatographou* (= Història del cinema grec). Atenes: Nefeli.
- STRATOS, K.; ZAOUSSIS, A. (1993). *Oi Efemerides 1974-1992: e Atheate opsi mias Krisimis Porias* (= Els diaris entre 1974 i 1992: l'invisible faceta d'un recorregut incert). Atenes: Gnossi.
- THOMOPOULOU, S. (1967). *H Peri Typou ke Dimosiographias Elliniki Bibliographia, 1831-1967* (La premsa i bibliografia de periodisme entre 1831 i 1967). Atenes.
- TOTI, G. (1981). *O Sychronos Ellinikos Kinimatographos* (= El cinema grec modern). Atenes: Diallogos.
- TSARDAKIS, D. (1990). *Maziki Epikinonia ke Pragmatikotita* (= Comunicació de masses i realitat). Atenes: Papazisis.
- TZANETAKOS, G.P. (1987). *O Typos sto microphono, to microphono ston Typo* (= La premsa sobre la ràdio, la ràdio sobre la premsa). Atenes.
- VELTSOS, G. (1985). *Gia tin Epikinonia* (= Sobre comunicació), Atenes: Kastaniotis.
- (1987). *Mi-Kinoniologia* (= Sense sociologia). Atenes: Nefeli.
- VENIZELOS, E. (1989). *E Radioteleoptiki Ekrixi: Syntgmatica Plaisia ke Nomothetikes Epiloges* (= L'explosió de la radiodifusió: marc constitucional i polítiques reguladores). Thessalònica: Parateritis.
- VERNIKOS, N. (1976). *Diafimisi, epikinonia, glossa ton mazon* (= Publicitat, comunicació; llenguatge de masses). Atenes: Ikaros.
- VOIDASKIS, V. (1992). *E Teleoptiki Via e Epitheticotita ke oi epidrasis sta paidia ke tous neous* (= Violència i agressió a la televisió i els seus efectes sobre els nens i els joves). Atenes: Gregoris.
- ZIOUTOS, G.D. (1954). *Isagogi stin Epistimi to Typou* (= Introducció a la ciència de la premsa). Atenes.
- ZERI, P. (1990). *Idiotiki Teleorasi: to paraddeigma ton HPA* (= Televisió privada: el cas dels EUA). Atenes: Papazisis.
- ZOTOS, G.H. (1992). *Diafimisi: Sxediasmos ke Leitoyrgia sta plaisia tis epixirisis* (= Publicitat: planificació i funcionament en el marc dels negocis). Tessalònica: University Studio Press.

APÈNDIX

Estudis de comunicació a Grècia

Els estudis de comunicació a Grècia es van crear molt recentment i són impartits per tres departaments universitaris:

1) Departament de Comunicació i Mitjans de Comunicació de Massa de la Universitat Nacional i Capodistrian d'Atenes.

2) Departament de Comunicació i Mitjans de Comunicació de Massa de la Universitat Pantion d'Atenes.

3) Departament de Periodisme i Comunicació de Massa de la Universitat Aristotèlica de Tessalònica.

1.1. Departament de comunicació i mitjans de comunicació de masses de la Universitat Nacional i Capodistrian d'Atenes

El Departament de Comunicació i Mitjans de Comunicació de Massa és un dels departaments més joves de l'antiga universitat grega (1832). Va ser fundat el 1989 (P.D. 527/6-10-1989) i va iniciar els cursos el 1990. Des del 1993, amb tots els requeriments legals satisfets, s'ha convertit en un departament independent de la universitat.

Inclou 3 divisions:

a) Divisió d'Anàlisi Social i Política de la Comunicació.

b) Divisió de Cultura, Ambient, Comunicació Aplicada i Tecnologia.

c) Divisió de Comunicació en Psicologia, Pràctiques de Comunicació i Planificació.

Ofereix un títol de llicenciatura (4 anys) i els seus cursos estan dissenyats per a proporcionar els estudiants una àmplia visió de conjunt sobre les teories i als desenvolupaments en comunicació i estudis sobre els mitjans de comunicació, amb una detallada anàlisi dels sectors i les matèries que ells mateixos hagin escollit.

El Departament és al centre d'Atenes, té prop de 600 estudiants i un col·lectiu de 40 professors i investigadors, així com becaris en els mitjans de comunicació. Els professors i investigadors representen el perfil interdisciplinari del curs.

1.1.1. El programa de llicenciatura

L'enfocament de la llicenciatura és multidisciplinari, amb contribucions que provenen de teoria política, sociologia, psicologia, relacions internacionals, semiòtica, dret, cultura, arts i tecnologia. Durant els dos primers anys, totes les assignatures del programa són obligatòries. Durant el tercer i el quart any, el programa comprèn assignatures obligatòries i una àmplia gamma d'assignatures optatives com també seminaris.

1.1.1.1. Assignatures obligatòries

Primer any

Període d'hivern	Període d'estiu
1. Teoria Social (I)	1. Teoria Social (II)
2. Lingüística Grega Moderna (I)	2. Lingüística Grega Moderna (II)
3. Introducció a la Teoria de la Comunicació	3. Premsa moderna a Grècia i a l'Europa Occidental: Matèries Teòriques i Problemes d'Organització
4. Història (I)	4. Història de l'Art
5. Introducció a les Noves Tecnologies	5. Història (II)
6. Introducció a la Psicologia	6. Els Mitjans de comunicació i les Arts visuals de la Comunicació

Segon any

Període d'hivern	Període d'estiu
1. Introducció a la Teoria Política	1. Relacions Internacionals, Integració Europea
2. Problemes Teòrics i d'Organització dels mitjans de Comunicació Electrònics	2. Comunicació Política i Ètica
3. Arts i Comunicació	3. Discurs i Anàlisi de la Imatge
4. Mètodes Quantitatius en la investigació de la Comunicació (I)	4. Teoria de l'organització i Organització dels Mitjans de comunicació
5. Introducció a les Teories de la Comunicació de Masses	5. Mètodes Quantitatius en la Investigació de la Comunicació (II)
6. Psicologia Social	6. Introducció a la Televisió i la Producció en Ràdio

Tercer any

Període d'hivern	Període d'estiu
1. Aspectes Filosòfics i Culturals de la Comunicació	1. Noves Tecnologies i Mitjans de Comunicació
2. Periodisme	2. Herència cultural
3. Factors Cognitius i Emocionals en la Comunicació	3. Societat de masses i els Mass Mèdia

Quart any

Període d'hivern	Període d'estiu
1. El Sistema Polític Grec	1. Comunicació Política i la Política dels Mitjans de Comunicació
2. Institucions Socials i Canvis Socials a Grècia	2. Dret dels Mitjans de Comunicació

2.1.1.2. Opcions

Període d'hivern	Període d'estiu
1. Història de la Premsa	1. Literatura i societat
2. Discurs Polític i Ideologia	2. Mites antics i tecnologia
3. Cinema	3. Poder i propaganda
4. Cultura Política i Comunicació	4. Modernisme i postmodernisme
5. Comunicació, Música i Cultura	5. Ens nacional i el discurs televisiu
6. Ètica i Comunicació	6. Història grega moderna a través de la premsa
7. Pensament polític i social en l'Antiguitat: la Retòrica	7. Teoria de la democràcia (Institucions i Publicitat)
8. La Dimensió Internacional del Nacionalisme	8. Eleccions i els Mitjans de Comunicació
9. Sistemes de Radiodifusió Comparats	9. Direcció dels Mitjans de Comunicació i Màrqueting
10. Direcció de la Ràdio (Graella i Programació)	10. El desenvolupament de la comunicació Internacional
11. Direcció de la Televisió (Graella i programació)	11. Premsa Local i Publicitat Local
12. Cultura i els Mitjans de Comunicació	12. Comunicació i Educació
13. Psicologia social dels Mitjans de Comunicació	13. Publicitat (II)
14. Tècniques d'Investigació en sondejos d'Opinió i Entrevistes	14. Relacions Públiques (II)
15. Publicitat (I)	15. Construcció de Notícies
16. Relacions Públiques (I)	16. Reportatges Internacionals
17. Francès i Cultura	17. Psicologia de la Percepció
18. Francès i l'Escriptura en els Mitjans de Comunicació	18. Psicologia de grup
	19. Mesurament de l'Opinió i Investigació de Mercat Francès i Cultura Francès i Escriptura en els Mitjans de Comunicació

Quan els estudiants han completat el seu segon any d'estudi (5è, 6è, 7è i 8è període) estan obligats a escollir onze de les assignatures optatives que s'ofereixen.

2.1.1.3. *Seminaris*

Període d'hivern	Període d'estiu
1. Notícies per a Televisió	1. Agències Internacionals de Notícies
2. Publicació Electrònica (I)	2. Intervenció Psicosocial en les Comunitats
3. Tècniques d'Investigació dels Mitjans de Comunicació	3. Informació sobre Esdeveniments Especials
4. Teoria Política i Pràctica	4. Introducció a la Producció de Telefilms i Documentals
5. Nens i Televisió	5. Protecció de l'Herència Cultural L'Espai Urbà
6. El Llenguatge dels Documentals	6. Publicitat Electrònica (II)
	7. Subcultures Juvenils i Formació de les seves Identitats

Després del segon any d'estudis, i especialment durant els dos períodes de l'últim any (quart), els estudiants estan obligats a escollir tres seminaris de la llista d'assignatures d'aquestes característiques que s'ofereixen. El nombre d'hores de classes per assignatures obligatòries és de tres hores a la setmana. Cada curs obligatori equival a 3 crèdits. El nombre d'hores de classes per assignatures optatives i seminaris és de dues hores a la setmana. Cada curs optatiu i seminari equival a dos crèdits. Per completar els estudis, es requereix que un estudiant hagi realitzat: (34) assignatures obligatòries, (11) assignatures optatives i (3) seminaris. El nombre total de crèdits de totes les assignatures és de 130.

1.1.2. *Laboratoris*

El Departament disposa dels laboratoris següents en àrees especialment organitzades:

- * Laboratori de Direcció i Màrqueting de l'Àmbit Cultural.
- * Laboratori de Noves Tecnologies
- * Laboratori de Comunicació Audiovisual

1.1.3. *Estudis de postgrau*

Recentment, el Departament (Resolució de l'assemblea general del 27-05-95) va decidir crear un programa uniforme de postgrau en comunicació. El mesatge està previst que comenci el curs 1996-97.

1.2. *Departament de comunicació i mitjans de comunicació de massa de la Universitat Pantion de Ciències Polítiques i Socials d'Atenes*

El Departament de Comunicació i Mitjans de Comunicació de la Universitat Pantion de Ciències Polítiques i Socials va ser creat per la mateixa llei de 1989 (P.S. 377/89) que el Departament de Comunicació i Mitjans de Comunicació de Massa de la Universitat d'Atenes i va començar a funcionar el 1990. Té uns 400 estudiants i un col·lectiu de 25 professors. Ofereix una llicenciatura (quatre anys) i comprèn les tres divisions següents: (a) Divisió de Comunicació (b) Divisió dels Mitjans de Comunicació i (c) Divisió de Direcció de la Cultura.

1.2.1. *El programa de llicenciatura*

El programa de llicenciatura és el següent: durant els primers dos anys només hi ha assignatures obligatòries. Durant els dos últims anys hi ha assignatures obligatòries i optatives, així com laboratoris. A partir del cinquè tram hi ha dues orientacions possibles:

(I) Comunicació i Cultura (II) Mitjans de Comunicació

El programa de llicenciatura és el següent:

1.2.1.1 *Programa de llicenciatura*

Primer tram

Assignatures obligatòries

- Teoria de la Comunicació (I)
 - Introducció als Mitjans de Comunicació (I)
 - Institució i Sistemes de Comunicació (I)
 - Escriptura Creativa i Lectors (I)
 - Principis de l'Estat
 - Cultura Material i Comunicació (I)
 - Història de la Cultura
 - Edició de Textos (I)
 - Laboratori de Llengua (I)
 - Anglès
-

Segon tram

-
- Teoria de la Comunicació (II)
 - Introducció als Mitjans de Comunicació (II)
 - Institució i Sistemes de Comunicació (II)
 - Escriptura Creativa i Lectors (II)
 - Cultura Material i Comunicació (II)
 - Organització de l'Estat

- Economia Política
- Edició de Textos (II)
- Laboratori de Llengua (II)
- Anglès

Tercer tram

-
- Sociologia dels Mitjans de Comunicació (I)
 - Anàlisi Comparativa dels Sistemes de Comunicació (I)
 - Introducció al Teatre
 - Teoria Social (I)
 - Ciències Polítiques
 - Institucions Internacionals i Política (I)
 - Teoria de la Comunicació (III)
 - Història Moderna i Contemporània
 - Anàlisi Comparativa de Règims d'Estat
 - Anglès
-

Quart tram

-
- Sociologia dels Mitjans de Comunicació (II)
 - Política Cultural
 - Investigació Comunicativa
 - Introducció al Cinema
 - Història de la Literatura
 - Teoria Social (II)
 - Institucions Internacionals i Política (II)
 - Comunicació Política
 - Història Moderna i Contemporània
 - Anglès
-

Cinquè tram

Orientació: Comunicació i Cultura

Assignatures obligatòries

- Teoria de la Literatura (I)
- Teories de la Cultura
- Historia Grega Moderna i Contemporània (I)
- Història de les Arts
- Imatge Impresa i Electrònica (I)
- Laboratori Cultural

Opcions

- Herència Grega i el seu Ús
 - Música i Comunicació
 - Elements de Filosofia (I)
 - Escriure en Anglès
 - Escriure en Francès
-

Orientació: Mitjans de Comunicació

Assignatures obligatòries

- Història Grega Moderna i Contemporània (I)
- Publicitat i Relacions Públiques (I)
- Economia dels Mitjans de Comunicació (I)
- Història dels Mitjans de Comunicació (I)
- Imatge Impresa i Electrònica (I)
- Laboratori de Periodisme
- Laboratori Audiovisual

Opcions

- Teoria de la Literatura (I)
 - Teories de la Cultura
 - Elements de Filosofia (I)
 - Història de l'Art
 - Escriure en Anglès
 - Escriure en Francès
-

Sisè tram

Orientació: Comunicació i Cultura

Assignatures obligatòries

- Estètica
- Fotografia
- Publicitat i Relacions Públiques (II)
- Història Moderna i Contemporània de Grècia
- Imatge Impresa i Electrònica (II)
- Teories de la Cultura
- Laboratori Cultural
- Laboratori Audiovisual

Opcions

- Cultura del So i de la Música
 - Elements de Filosofia (II)
 - Escriure en anglès
 - Escriure en francès
-

Orientació: Mass Mèdia

Assignatures obligatòries

- Economia dels Mitjans de Comunicació (II)
 - Publicitat i Relacions Públiques (II)
 - Política Grega Exterior Contemporània
 - Imatge Impresa i Electrònica (II)
 - Història dels Mitjans de Comunicació
 - Laboratori Audiovisual
 - Laboratori de Periodisme
-

Setè tram

Orientació: Comunicació i Cultura

Assignatures obligatòries

- Teories dels Mitjans de Comunicació (I)
- Teoria de la Literatura (II)
- Publicitat i Relacions Públiques (III)
- Laboratori Cultural
- Laboratori Audiovisual

Opcions

- Història del Cinema
 - Història del Teatre
 - Història dels Mitjans de Comunicació
 - Escriure en Anglès
 - Escriure en Francès
-

Orientació: Mitjans de Comunicació

Assignatures obligatòries

- Teories dels Mitjans de Comunicació (I)
- Publicitat i Relacions Públiques (II)
- Dret dels Mitjans de Comunicació (I)
- Laboratori Audiovisual
- Laboratori de Periodisme

Opcions

- Història del Cinema
 - Història del Teatre
 - Política de les Telecomunicacions (I)
 - Audiència dels Mitjans de Comunicació (I)
 - Teoria de la Literatura (II)
 - Escriure en Anglès
 - Escriure en Francès
-

Vuitè tram.

Orientació: Comunicació i Cultura

Assignatures obligatòries

- Teories dels Mitjans de Comunicació (I)
- Publicitat i Relacions Públiques (IV)
- Laboratori Cultural
- Laboratori Audiovisual

Opcions

- Cinema: Terminologia i Pràctica
 - Teatre: Terminologia i Pràctica
 - Dret dels Mitjans de Comunicació (II)
 - Teoria de la Literatura (III)
 - Escriure en Anglès
 - Escriure en Francès
 - Tesi de Graduació
-

Orientació: Mitjans de Comunicació

Assignatures obligatòries

- Teories dels Mitjans de Comunicació (II)
- Publicitat i Relacions Públiques (IV)
- Laboratori de Periodisme
- Laboratori Audiovisual

Opcions

- Cinema: Terminologia i Pràctica
- Teatre: Terminologia i Pràctica
- Teoria de la Literatura (III)
- Política de les Telecomunicacions (II)
- Audiència dels Mitjans de Comunicació (II)

-
- Escriure en Anglès
 - Escriure en Francès
 - Tesi de Graduació
-

1.3. Departament de Periodisme i Comunicació de Masses de la Universitat Aristotèlica de Tessalònica

Aquest és el departament de comunicació més nou de Grècia. Va ser creat el 1991 (P.D. 331/91) i s'hi van començar a oferir cursos l'any 1992-93. Com els altres dos departaments universitaris, ofereix una llicenciatura de quatre anys.

Té al voltant de 200 estudiants i un col·lectiu de 25 professors de diferents especialitzacions. En contrast amb els departaments d'Atenes, el Departament de Periodisme i Mitjans de Comunicació de la Universitat Aristotèlica de Tessalònica emfasitza l'orientació cap al periodisme i la professió periodística.

2.3.1. El programa de llicenciatura

L'ensenyament durant els primers quatre trams inclou cinc cicles temàtics. Els quatre trams següents inclou set cicles temàtics, cadascun dels quals està orientat cap a àrees més especialitzades. L'ensenyament consisteix en seminaris i exercicis. Les classes no superen les quinze hores i tenen tant una vessant teòrica com aplicada. A més dels seminaris i exercicis, el programa es completa amb conferències donades per experts grecs i estrangers sobre temes d'organització, així com cursos pràctics de periodisme imprès i electrònic.

1.3.1.1. Cicles temàtics del primer al quart tram

La classificació dels quatre cicles temàtics està basada en el principi de la progressió, és a dir, d'allò més elemental a matèries més complicades. El mateix principi s'aplica a les divisions i subdivisions de cada cicle temàtic. El programa de llengua estrangera com a cicle temàtic especialitzat demostra l'equivalent consideració que es dona a l'ensenyament de llengua estrangera com a eina necessària per a la professió periodística.

I. Narrativa Periodística: Accent i Escriptura Lectors

-
- Regles d'Ajuda dels Dicionaris
 - Gèneres de Narrativa Periodística
 - Llenguatge Periodístic i Estil
 - Narrativa Periodística Original i Traduïda
-

II. Xarxes de Comunicació. Elements de Comunicació

Xarxes de Comunicació Gregues i Estrangeres

- Xarxes de Periodisme Escrit
- Xarxes de Periodisme Electrònic
- Comparacions dels Mitjans de Comunicació
- Institucions dels Mitjans de Comunicació. Dret i Regulacions

Elements de Comunicació

- Teoria de la Comunicació
 - Funcions de la Comunicació
 - Comunicació i Tecnologia de la Informació
-

III. Història (Segle XIX i XX). Dret

Història Política

- La Revolució Francesa
- Estats Nacionals
- Moviments Polítics
- Guerra i Pau

Història de les Idees

- Teories de la Filosofia
- Ciències Humanes
- Teories de la Història
- Organització de l'Educació

Organització i Funcionament de l'Estat. Relacions Internacionals

- Principis Bàsics del Dret Constitucional i d'Administració
 - Elements de l'Organització de la Justícia
 - Comunitats Europees
 - Grècia i les Organitzacions Internacionals
-

IV. Elements de les Ciències Socials

Psicologia Social

- El Camp de la Psicologia Social
- La Socialització de l'Individu
- Comportament Social
- Problemes de la Psicologia Col·lectiva

Sociologia

- El naixement de la Ciència
 - Història de la Sociologia
 - El Funcionament de la Societat
 - Institucions Socials
-

Sociolingüística

- La diversitat lingüística: Monolingüisme i Multilingüisme
 - El missatge Lingüístic
 - Sociolingüística i Comunitat
 - Principis Metodològics de la Sociologia del Llenguatge
-

Programa estranger

- Coordinació del Programa Estranger
 - Ensenyament de Llengües Estrangeres
 - Anglès
 - Francès
 - Alemany
-

1.3.1.2. Cicles Temàtics del cinquè al vuitè tram

I. Xarxes de Comunicació. Comunicació

a) Xarxes de Comunicació

- Comunicació Política i els Mitjans de Comunicació
 - Aplicacions del Periodisme Escrit i Electrònic
 - Història de la Premsa
 - Ètica Periodística
-

b) Elements de la Comunicació

- Comunicació i Pràctiques de Persuasió
 - Teoria i Pràctica de la Informació i l'Organització de la Comunicació
 - Comunicació i Desenvolupament Cultural
-

II. Temes de Cultura Contemporània

- Periodisme: Literatura- Arts-Ciències
 - Periodisme: l'Art de l'Entreteniment (Teatre, Cinema, Ràdio, Televisió)
 - Periodisme: l'Art de la Publicitat
 - Periodisme: Geografia Políticocultural
-

III. Elements de les Ciències Socials

- Sociologia dels Mitjans de Comunicació
 - Tipologia i Terminologia de les Ciències Socials: Classificació de la Terminologia Científica
-

IV. Història (Segle XIX i XX)

Teoria Política i Pràctica

- Història Política Contemporània de Grècia
 - Història Política Contemporània de la Península Balcànica
 - Història del Periodisme d'Idees i les Ideologies
-

V. Elements de Ciència Política i Economia

- Elements de la Ciència Política
 - Elements d'Economia
-

VI. Tecnologia dels Mitjans de Comunicació

- Introducció a la Tecnologia de la Informació
 - Arquitectura de la Imatge i el So
 - Xarxes de Comunicació i Multimèdia
 - Laboratori de Periodisme Escrit
 - Mitjans de Comunicació Electrònics
-

VII. Programa Estranger

Coordinació del Programa Estranger Ensenyament en Llengües Estrangeres

- Anglès
 - Francès
 - Alemany
-

1.4. Adreces útils

1.4.1. *Departament de Comunicació i Mitjans de Comunicació de Massa de la Universitat Nacional i Capodistriana d'Atenes*

Cap: Prof. Dr. Klimis Navridis

Secretària: Sra. Heleni Syrgani

5, Stadiou Str., 10562 Atenes

Tel.: 01-3220086

Fax: 01-3220820

1.4.2. *Departament de Comunicació i Mitjans de Comunicació de Massa de la Universitat Pantion d'Atenes*

Cap: Prof. Dr. Ioannis Andreadis

Secretària: Sra. Alexandra Mantzila-Blerou

136, Sygrou Str., 17671 Atenes

Tel.: 01-9234229

Fax: 01-9223690

1.4.3. *Departament de Periodisme i Comunicació de Massa de la Universitat Aristotèlica de Tessalònica*

Cap: Prof. Dr. Vassilis Gioultsis

Secretària: Sra. Maria Lybari-Fotiou

39, Nikis Av., 54622 Thessaloniki

Tel.: 031-234424

Fax: 031-225891