

## TANTÁRGYLEÍRÁS

<i>A tantárgy címe</i> <b>Társadalmi kommunikáció</b>	<i>A tantárgy kódja</i> BBNSZ05400	<i>Félév</i> <b>2013/2014</b>
<i>A tantárgy típusa</i> <b>Előadás</b>	<i>Óraszám</i> <b>Heti 2 óra</b>	<i>Kreditek száma</i> <b>3</b>

**Oktató:** Dr Ferencz Magdolna

### Tantárgy céljai:

- I. a hagyományos és a legújabb társadalmi kommunikációs jelenségek *szociológiai* vizsgálatát megalapozó elméletek áttekintése
- II. a nyilvánosság jelentéséről, szerkezetváltozásairól szóló felfogások bemutatása, a fogalom újraértelmezésére vállalkozó legfrissebb munkák ismertetése
- III. a közvélemény alakulása és a média és a közvélemény közötti kapcsolat *társadalm szerkezeti beágyazottságának* megértését támogató szemléletmód kialakítása

### A tantárgy leírása (2014 tavaszi félév időbeosztásának megfelelően):

Sorszám	Témakör	Óraszám
1.	A társadalmi kommunikáció genezise Az információszükséglet és az információs érintettség történeti változásai Információszükséglet és az információs érintettség napjainkban	2
2.	A társadalmi kommunikációs pályák tipológiája A pályatípusok funkciói és sajátosságai Archetipikus jellemzők diktatúrában és demokráciában	2
3.	Habermas a polgári nyilvánosságról, a nyilvánosság szerkezetváltozásairól Elias és Sennett és Foucault tézisei A nyilvánosság határaitól szóló teóriák (Némedi, Heller, Rényi)	2
4.	Mediatizált nyilvánosság (Mazzoleni) Hierarchikus nyilvánosságok (Keane) Nyilvánosság: határok nélkül (Meyrowitz)	2
6.	Báziskommunikáció és szociológiai jelentősége a hagyományos és a legújabb társadalmi kommunikációs környezetben	2
7.	A nyilvánosság (kvázi?) gradualitása Nyilvánossági paradoxon Nyilvános viták típusai, funkciók és jellemzők	2
8.	A szólásszabadság instrumentális és konstitutív megalapozása Szólásszabadság és nyilvánosság	2
9.	A közvélemény fogalma, szerkezeti sajátosságai és megoszlási formái A (közvetlen és közvetett) személyközi kommunikáció és a véleményvezetők szerepe a közvélemény formálódásában	2
10.	A forrásról alkotott kép A forrásról alkotott kép közvetlen és mediatizált kommunikációban	2
11.	Társadalmi kommunikáció, nyilvánosság és közvélemény az internetes hálózati összekapcsoltság világában	2

### Követelmények, értékelés

A hallgatók írásbeli vizsga során adnak számot ismereteikről. Vizsgakövetelmény: mind kötelező irodalom, mind az előadáson elhangzottak beható ismerete.

## **Kötelező irodalom**

Angelusz, R. (1983) *A társadalmi nyilvánosság kommunikációs rendszere*. In: uő. Kommunikáló társadalom. Gondolat Kiadó, Budapest. 7-39.p.

Angelusz, R. (2000) *Az új kommunikációs technikák és a nyilvánosság*. In: uő. A láthatóság görbe tükrői. Új Mandátum, Budapest. 9–77. Megtalálható még: Világosság, 1998/4. 16–29.p.

Curran, J. (2007) *A hagyományos felfogás fogyatékoságai. Még egyszer a tömegmédiáról és a demokráciáról*. In: Angelusz, R. – Tardos, R. – Terestyéni, T. (szerk.) (2007) Média, nyilvánosság, közvélemény. Gondolat Kiadó? Budapest. 910-942.p.

Elektronikus forrás:

[http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0050\\_Angelusz\\_es\\_masok\\_szerk\\_Media-nyilvanossag-kozvelemeny/adatok.html](http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0050_Angelusz_es_masok_szerk_Media-nyilvanossag-kozvelemeny/adatok.html)

Ferencz, M. (2009) *A nyilvánosságtól a hálózati nyilvánosságokig*. In: uő. Értékek az internetes hálózati kommunikációban. Ph.D. Értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem. 15-29.

Elektronikus forrás:

[http://phd.lib.uni-corvinus.hu/411/1/ferencz\\_magdolna.pdf](http://phd.lib.uni-corvinus.hu/411/1/ferencz_magdolna.pdf)

Habermas, J. (1993) *A nyilvánosság fogalma*. In: Angelusz, R. – Tardos, R. – Terestyéni, T. (szerk.) (2007) Média, nyilvánosság, közvélemény. Gondolat Kiadó, Budapest. 610-613.p.

Heller M.–Rényi, Á. [1996]: *A nyilvános kommunikáció szociológiai modellje*. Jelkép 1996/4. 3-21.p.

Lazarsfeld, P. – Katz, E. (2007) *A kommunikáció kétlépcsős folyamata*. In: Angelusz, R. – Tardos, R. – Terestyéni, T. (szerk.) (2007) Média, nyilvánosság, közvélemény. Gondolat Kiadó, Budapest. 766-775.p.

Elektronikus forrás:

[http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0050\\_Angelusz\\_es\\_masok\\_szerk\\_Media-nyilvanossag-kozvelemeny/adatok.html](http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0050_Angelusz_es_masok_szerk_Media-nyilvanossag-kozvelemeny/adatok.html)

Mazzoleni, G. (2002) *Tömegkommunikáció és politikai rendszer*. In: Mazzoleni G.: Politikai kommunikáció. Budapest, Osiris Kiadó, Budapest. 39-55.p.

Noelle - Neuman, E. (2007) *A hallgatáspirál elmélete*. In: Angelusz, R. – Tardos, R. – Terestyéni, T. (szerk.) (2007) Média, nyilvánosság, közvélemény. Gondolat Kiadó, Budapest. 766-775.p.

Elektronikus forrás:

[http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0050\\_Angelusz\\_es\\_masok\\_szerk\\_Media-nyilvanossag-kozvelemeny/adatok.html](http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0050_Angelusz_es_masok_szerk_Media-nyilvanossag-kozvelemeny/adatok.html)

Pratkanis, A. - Aronson, E. (1992) *A rábeszélő hitelessége: az igazi és a „gyártott”*. In: uők. A rábeszélőgépek. Abovo Kiadó, Budapest. 73-93.p.

Sparks, C. (2007) *Az internet és a globális közsféra*. In: Angelusz, R. – Tardos, R. – Terestyéni, T. (szerk.) (2007) Média, nyilvánosság, közvélemény. Gondolat Kiadó, Budapest. 1007-1027.p.

Elektronikus forrás:

[http://www.tankonyvtar.huhu/tartalom/tamop425/0050\\_Angelusz\\_es\\_masok\\_szerk\\_Media-nyilvanossag-kozvelemeny/adatok.html](http://www.tankonyvtar.huhu/tartalom/tamop425/0050_Angelusz_es_masok_szerk_Media-nyilvanossag-kozvelemeny/adatok.html)

Van Dijk, J. (2007) *A hálózati társadalom – Az új média társadalmi vonatkozásai*. In: Halácsy, P.–Vályi, G.–Wellman, B. (szerk.) (2007) Hatalom a mobil tömegek kezében. Új média re:mix I. Typotex Kiadó, Budapest. 29-64.p.

tömeg. Közgazdasági- és Jogi Kiadó, Budapest. 61-97.p.

Sennett, R. (1998) *A közéleti ember bukása*. Helikon Kiadó, Budapest

Terestyéni Tamás (2006) *Kommunikációelmélet. A testbeszédtől az internetig. Új infokommunikációs technológiák*. AKTI-Typotex Kiadó, Budapest. 319-333.p.