

TANTÁRGYLEÍRÁS

<i>A tantárgy címe</i> Társadalmi kommunikáció	<i>A tantárgy kódja</i> BBNSZ05400	<i>Félév</i> 2014/2015
<i>A tantárgy típusa</i> Előadás	<i>Óraszám</i> Heti 2 óra	<i>Kreditek száma</i> 3

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, a média és a közvélemény közötti kapcsolat *társadalmi szerkezeti beágyazottságának* megértését támogató szemléletmód kialakítása

A tantárgy leírása (2015 tavaszi félév időbeosztásának megfelelően):

Sorszám és dátum	Témakör	Óraszám
1-4. március 16.	A társadalmi kommunikáció genezise, az információszükséglet és információs érintettség történeti változásai. Információszükséglet és az információs érintettség napjainkban. A társadalmi kommunikációs pályák típusai, funkcióik és jellemzőik, a pályák sajátosságai diktatúrában és demokráciában. Habermas a polgári nyilvánosságról, a nyilvánosság szerkezetváltozásairól, Elias és Sennett és Foucault tézisei, teóriák a nyilvánosság határaitól (Némedi, Heller, Rényi). Mediatizált nyilvánosság (Mazzoleni), hierarchikus nyilvánosságok (Keane), nyilvánosság: határok nélkül (Meyrowitz)	8
5-8. március 23.	Báziskommunikáció és szociológiai jelentősége a hagyományos és a legújabb társadalmi kommunikációs környezetben A nyilvánosság (kvázi) gradualitása, nyilvánossági paradoxon Nyilvános viták típusai, funkciók és jellemzők A szólásszabadság instrumentális és konstitutív megalapozása, szólásszabadság és nyilvánosság	8
9-12. április 13.	A közvélemény fogalma, szerkezeti sajátosságai és megoszlási formái A (közvetlen és közvetett) személyközi kommunikáció és a véleményvezetők szerepe a közvélemény formálódásában A forrásról alkotott kép A forrásról alkotott kép közvetlen és mediatizált kommunikációban Társadalmi kommunikáció, nyilvánosság és közvélemény az internetes hálózati összekapcsoltság világában	8

Követelmény

A hallgatók írásbeli vizsga során adnak számot ismereteikről. Vizsgakövetelmény: mind kötelező irodalom, mind az előadáson elhangzottak beható ismerete. A vizsga pontos menetéről és követelményeiről a hallgatók az órán kapnak részletes tájékoztatást.

Kötelező irodalom

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-kozvelemeney/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

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-kozvelemeney/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-kozvelemeney/adatok.html

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

Sparks, C. (2007) *Az internet és a globális közzsféra*. 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-kozvelemeney/adatok.html

Van Dijk, J. (2007) *A hálózati társadalom – Az új média társadalmi vonatkozásai*. In: Halácsy? P. – Vályi, G. – Wellman, B. (szerk.) 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) *Új infokommunikációs technológiák*. In: uő. Kommunikációelmélet. A testbeszédtől az internetig. AKTI-Typotex Kiadó, Budapest. 319-333.p.