



„BEVKOM”

Nemzetközi tanulmányok és Politikatudományok BA képzések

A tömegmédiá

8. lecke

Tanulási útmutató



- Lecke hossza: **9** dia
- Tartalom:
 - a tömegmédia és a társadalom
 - a média funkciói
 - a digitális forradalom
 - mediatizált társadalmi kommunikáció
- Áttekintésre szánt javasolt minimum időtartam: 20 perc
- Tanulásra szánt javasolt minimum időtartam: 2 óra
- A tananyag elsajátítását név- és fogalomtár segíti, emellett feladattár és önellenőrző kérdések egészítik ki ezt a leckét. Az óravázlat rámutat az előadáson elhangzott további témákra.
- A feladattár elsajátítására szánt javasolt minimum időtartam: **1** óra

A tömegmédiá és a társadalom

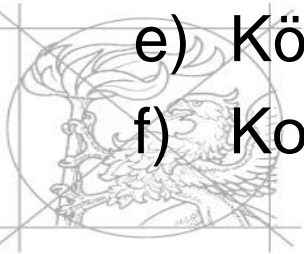
- A társadalmi világról alkotott tudásunk alapját szinte kizárólag a tömegmédiák jelentik. Ez a tudás nyilvánvalóan manipulált, de legalábbis rendkívül szelektív, olyan tényezők irányítják, amelyeket vagy az információk hírértéke szab meg, vagy szórakoztatóipari szempontból látszanak vonzónak. A valóságot mégis olyannak kell elfogadnunk, amilyennek a tömegmédiák bemutatják. Luhmann könyve ezt az ellentmondást próbálja meg tisztázni, és általános társadalomelméletének keretei között feloldani.

A társadalom tudása és a tömegmédiá

- Luhmann egyenesen úgy véli, hogy a tudás a médiából éri el a tömeget (ezt nevezzük a *mainstream tudásnak*). Ennek a tudásnak nincs ugyanilyen erős kihívója, az *ellentudás*: **a valóság** olyan, amilyennek a közönség látja a médiából.
- **Ezt nem kérdőjelezi meg a közösségi média** (mint a tömegmédiá egyik ága), pusztán darabokra töri, felszeleteli a *médiavalóságot*.
- Emiatt fontos ismerni a média társadalmi funkcióit.

A média funkciói

- A fontosabb társadalmi funkciók:
 - a) Tájékoztatás, információnyújtás – innen szerzünk tudomást az eseményekről
 - b) Ismeretterjesztés (emlékezzünk csak az UG iskola hozzáállására)
 - c) Szórakozás (az 1990-es évektől válik látványossá ez a funkció: infotainment = information + entertainment szavakból)
 - d) Normák, értékek közvetítése, így szerepe van egyének és csoportok társadalomba való beilleszkedésében (szocializáció – újra az UG iskola!)
 - e) Közvélemény-formálás, befolyásolás (érdekvezérelt)
 - f) Konszenzusteremtő (közvetít a hatalom és a társadalom tagjai között)

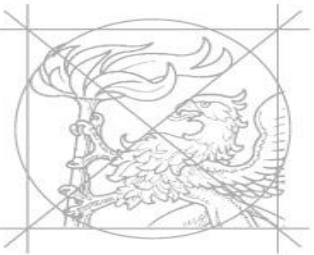


A funkciók ellátása közben a hagyományos média

Hagyományos média: nyomtatott (írott), elektronikus (rádió, televízió)

Lineáris, egyirányú, vertikális, felülről lefelé kommunikációt folytat, amiben gyakran megjelenik a profit szempontja, emiatt a szórakoztatás funkció túlnő a többi funkción

Közvetlen visszacsatolás lehetősége:
kezdetben nincs, később gyenge



A digitális forradalom

Információs és kommunikációs technológiák (IKT-k) társadalomformáló erejét értjük alatta. Ennek csak egy része a „média forradalma”, amit sokszor a különféle média technológiák összeolvadásával, a **konvergenciával** írunk le.

A konvergencia-folyamatokat a technológiai konvergencia hajtja, amelynek a digitális nyelv adja nemzetközi megalapozottságát. Ez az oka annak, hogy a digitális forradalom nem koncentrálódik egy országra vagy egy nyelvre.

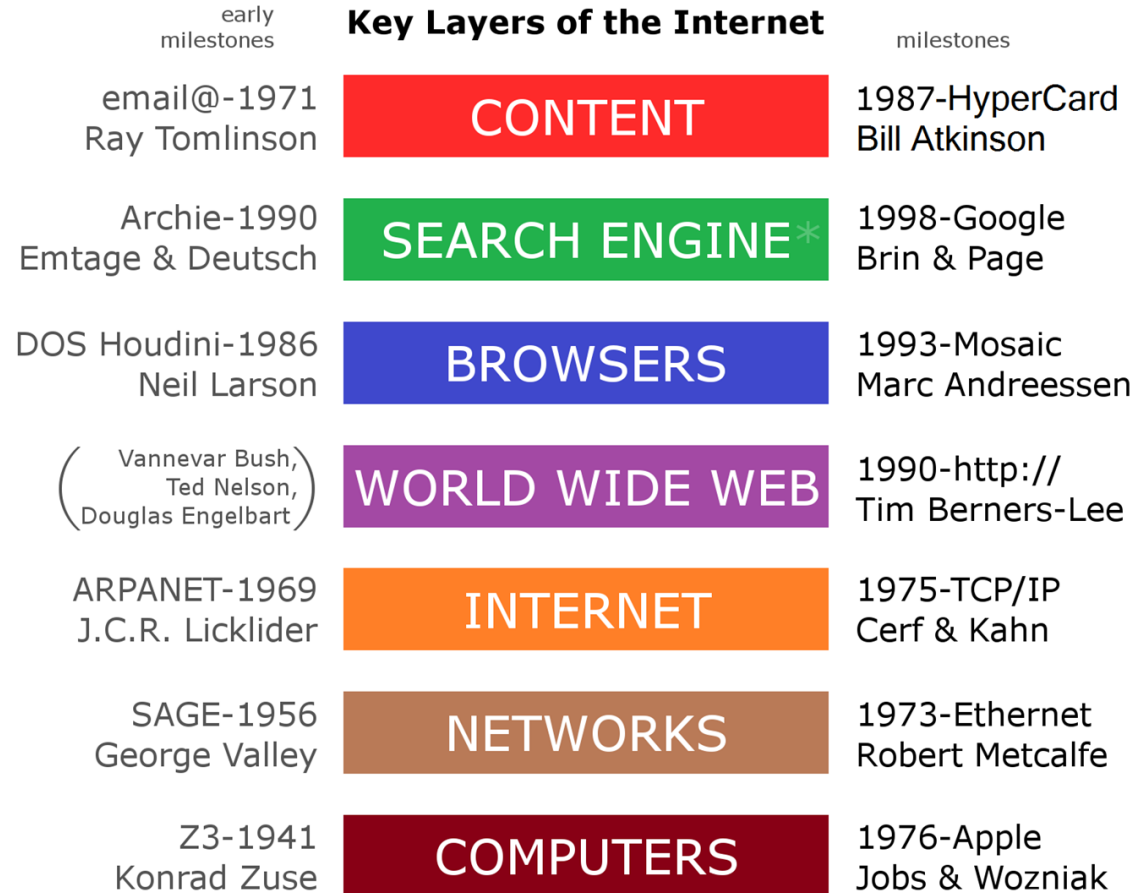


A média világában a korábbi vertikális kommunikáció horizontális elemekkel olvad össze (pl.: a szerkesztőségek nem egyedüli hírelőállítók már, a közönség is tud híreket előállítani)

Mit jelent mindez a politika és a média [kapcsolatában](#)?



A digitális forradalom nem egy technológia és nem egy pillanat műve (valójában „elnyúló forradalom”)



Mediatizált társadalmi kommunikáció

Az újmédia és a kommunikáció

A konvergencián túl, vagy éppen annak következtében látni kell, hogy a személyközi és a csoportkommunikáció közvetlensége már nem olyan egyértelmű, egyre gyakrabban valamilyen technológia által közvetített. Kezdődött ez a telefonnal és a távíróval, de mára a chat és email szolgáltatások, fórumok, közösségi oldalak stb. még nyilvánvalóbbá teszik.

A szervezeti és a társadalmi kommunikáció pedig mára egyértelműen **mediatizált kommunikációvá** vált, amiben elmosódik a határ a különféle kommunikációs szintek között, valamint a közvetlen és a közvetett emberi kommunikáció között is.

Az újmédia jellemzői

1. **Digitális nyelv** – ennek jellemzői: közös, elektronikus, képes tartalmak tárolására, másolására, létrehozására, reprodukálására
2. **Felhasználókat** találunk közönség helyett
3. **Interoperabilitás:** (pl. Wikipédia) a felhasználók szabadon módosíthatják (cserélhetik, törölhetik, kiegészíthetik) egymás információit
4. **Decentralizált** hálózat, ami decentralizált **kommunikációt** hoz létre (ez igaz mind vertikális, mind horizontális irányokban)
5. **Interaktivitás** – központi elem: ez elvárható, de nem fog mindig megvalósulni (pl. a politikusok közösségi oldalak használatakor)

Az újmédia mediatizációjával

Elmosódnak a határok:

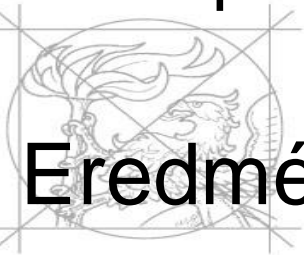
magán – nyilvános (már a tévével is)

objektív – szubjektív (már a tévével is)

profi – amatőr (internet) = proam – professzionális + amatőr

tartalom előállító – tartalom fogyasztó (internet) = prosumer –
producer + consumer

Eredménye: **önmediatizáció**



**JELEN TANANYAG A SZEGEDI
TUDOMÁNYEGYETEMEN KÉSZÜLT
AZ EURÓPAI UNIÓ
TÁMOGATÁSÁVAL. PROJEKT
AZONOSÍTÓ: EFOP-3.4.3-16-2016-
00014**

SZÉCHENYI 



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE