



# „BEVKOM”

## Nemzetközi tanulmányok és Politikatudományok BA képzések

Társadalmi folyamatok

10. lecke

# Tanulási útmutató



- Lecke hossza: **8** dia
- Tartalom:
  - a társadalmak változásai
  - 7 társadalmi folyamat
  - a médiumok korszakai
- Áttekintésre szánt javasolt minimum időtartam: 15 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 társadalmak változásai

- A társadalmak állandó változásban vannak, ami kétirányú folyamat: a társadalom hat a környezetére, de a környezet is hat a társadalomra.
- Ezeket a hatásokat történelmi távlatokban lehet magabiztosan leírni.
- Ugyanakkor mindig vannak olyan trendek, amelyek kapaszkodókat adhatnak a jelen leírásához. Pl. médiafogyasztási szokások, szórakozási szokások, a társadalom és a politika szervezési módjai stb.

- Jay Blumler és Dennis Kavanagh, brit kutatók 7 társadalmi folyamatot különböztettek meg ([1999](#)), amelyek a változásokat generálják:
  - modernizáció
  - fokozott individualizáció
  - szekularizáció
  - ekonomizáció
  - esztetizáció
  - kiépül egy hivatásos, de nem választott szakértői csoport
  - mediatizáció

# 7 társadalmi folyamat

## A modernizáció

- A modernizáció **fokozott társadalmi differenciálódás**hoz vezetett, ami a megszokott értékek és életstílusok széttöredezését, konkurenciáját is jelenti.
- Példák a politika világából:
  - emiatt a politikai elit nem gondolkozhat „társadalmi tömbökben”, osztályokban. Győzedelmeskedik a catch-all taktika a politikai kampányokban
  - Bill Clinton 1992-es választási győzelme után elhíresültek az ún. „focista mamák”, vagyis azon kertvárosi, gyerekeit sportolni járató (tehát középosztálybeli), de nem a hagyományos amerikai sportokat, hanem az európai focit preferáló (vagyis innovatív) csoport, akinek megszólítását a kampány különösen fontosnak tartotta



# A fokozott individualizáció

- A fokozott individualizáció következtében hangsúlyossá válik a **konzumerizmus**, vagyis a fogyasztói identitás válik meghatározóvá
- Ebben az identitásformában nem a hosszú távú elköteleződés, hanem az azonnali kielégülés keresése a domináns minta
- Ellenfolyamataként létrejön a „kézműves” mozgalom (vagy a fast food ellentétéként a „slow food”), ahol az individualizáció továbbra is fontos szempont marad



# A szekularizáció

- A szekularizáció ebben az esetben azt jelenti, hogy a **hagyományos autoritások tekintélye hanyatlik.**
- A politikában ez a következőket jelenti:
  - a politikai pártok már nem töltik be maradéktalanul azt a szervező szerepüket a társadalmakban, amit korábban
  - ebből következik, hogy a hagyományos politikai szereplők versenyhelyzetbe kerültek a politikai aréna új szereplőivel
  - ilyen szereplők például a lobbycsoportok, egyetlen üggyel foglalkozó (single issue) mozgalmak vagy influencerek
  - a politikai szereplőknek szembesülniük kell a politikai és a médiapopulizmus új formáival is



# Az ekonomizáció

- Az ekonomizáció jelensége a **gazdasági értékek** növekvő jelentőségére utal
- A közvélemény, de a politika napirendjén is olyan témák fognak megjelenni, amelyek hasznot képesek hajtani valamilyen érdekeknek (gazdasági értelemben: megtérülnek)
- Ez a szemlélet egyes területeken akár hasznosnak is tűnhet (pl. a természettudományos innovációk területén), de a művészetek, az oktatás vagy a (tömeg-)sport világában nem egyértelmű, a konzumerizmussal összekötve, azonnal megtérülő a haszon
- A politikában is megfigyelhető, amikor egy politikai jelölt vagy szervezet esélyeit a rendelkezésükre álló összeg alapján ítéljük meg



# Az esztetizáció

- Az esztetizációt a **stílus, az image, a divatosság** társadalmi fontosságára hívja fel a figyelmet
- Ez jelenti azt, hogy egyre kevésbé fontosak az átfogó programok, a jól kidolgozott, racionális érvelés, megnövekszik a vizuális elemek jelentősége
- Jelenti azt is, hogy a „jó” kommunikációval elfedhetők az esetleges hibák
- A politika világában pedig azt (is) jelenti, hogy felerősödnek a kapcsolatok a politika és a populáris (média) kultúra között



# Kiépül egy hivatásos, de nem választott szakértői csoport és a mediatizáció

- Az egyre inkább érvényesülő **szervezeti racionalizáció** és **professzionizáció** azt eredményezi, hogy a vezetők (pl. a politikusok) munkáját különféle tanácsadók, intézmények, agytrösztök segítik az elemzéseikkel
- A politikában is kiépül egy hivatásos, de nem választott szakértői holdudvar, amely szakmai tudása birtokában alkalmazza a hirdetési, marketing és PR eszköztárát
- A politika (társadalmat követő) mediatizációja így a **professzionális szakemberek segítségével megy végbe és erősíti fel** az előző folyamatokat

**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**