



Kommunikáció és politika

Állampolgárok (mediális változók)

11. lecke

Tanulási útmutató



- Lecke hossza: 14 dia
- Tartalom:
 - Az állampolgár
 - A befolyás forrásai
 - Interperszonális vagy tömegkommunikáció?
- Áttekintésre szánt javasolt minimum időtartam: 30 perc
- Tanulásra szánt javasolt minimum időtartam: 2 óra
- A tananyag elsajátítását név- és fogalomtár segíti, emellett videólecke és önellenőrző kérdések egészítik ki ezt a leckét.
- A tanegység elsajátítására szánt javasolt minimum időtartam: 2 óra 45 perc

Az állampolgár



- A tengely, aki körül forog a politika és a média.
- Legitimálnak.
- Ők „A” közönség.
- Folyamatosan a kommunikáció keresztüzében tartják őket.
- A hatékony elérés kérdése.

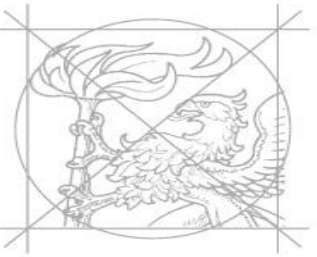


Hogyan lehet vizsgálat tárgyává tenni?

Állandó változók érvényesek. Pl.:

- Kor
- Nem
- Lakhely típusa
- Iskolai végzettség
- ...

Célszerű átfogó vizsgálat tárgyává tenni.



Hogyan lehet vizsgálat tárgyává tenni?

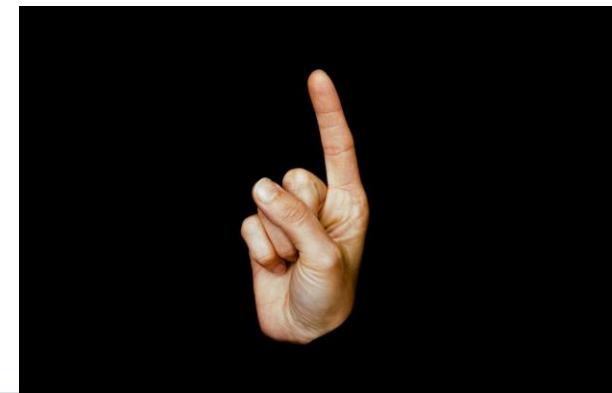
Rengeteg iskolát tudunk, amelyek az állampolgárokat vizsgálják.
Némelyik eredménye ellentmondásos.

Általános szabály, hogy az éppen aktuális téma határozza meg őket.

Elemzésükkor nem szabad kihagyni a politikai pszichológia, antropológia, és más rész tudományok eredményeit.

Mit lehet figyelni?

- Szavazást befolyásoló dinamikák.
- Képviselet fogalma, intézménye és gyakorlása a tömegdemokráciákban.
- Politikai információ megjelenése, befogadása, feldolgozása.
- A tömegkommunikáció befolyása.
- A közvélemény kérdése.



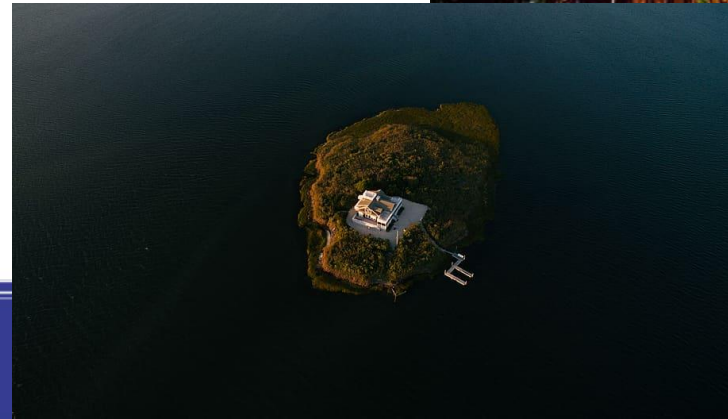
A befolyás forrásai

- Kommunikációs környezet kérdései.
 - Más lesz egy a kommunikációs környezet egy zsúfolt nagyvárosban.



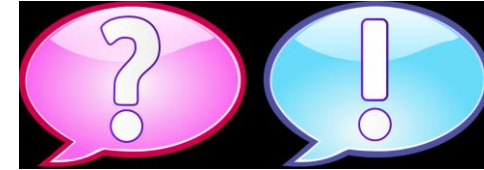
És

- Más egy ritkán lakott vidéken.



A tömegkommunikáció és a választók

- Berelson, Lazarsfeld, McPhee (1954):



„...a kommunikáció bizonyos témákra vonatkozó bizonyos típusai, amelyekre meghatározott körülmények között bizonyos emberek figyelmet fordítanak, valamilyen hatást produkálnak.”



Ez nem sokat változott azóta sem, de vannak közelítési lehetőségeink.

A tömegkommunikáció, mint a politikai ismeret és tudás forrása

- A média a politikai valóságról szóló ismeretek legfontosabb, ezért befolyásos szállítója.
- A média az elindítója a megismerési folyamatoknak.
- Továbbá beavatkozó tényező lehet egy politikai tartalmú vitában, amikor hivatkoznak rá.
- Végezetül pedig erősítő vagy torzító tényező is lehet (amikor a médiában elhangzott információk alátámasztják a véleményeket vagy pedig szűrtek az információk).



A tömegkommunikáció, mint lehetséges meggyőzőeszköz

- A meggyőző erő vizsgálata valójában a hatékony kommunikáció receptjét keresi.
- Függvénye a:
 - szavahihetőségnek,
 - vonzerőnek.

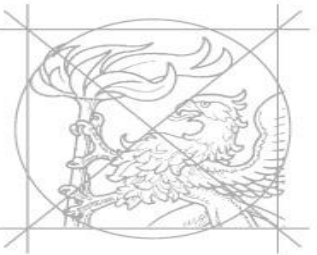


Szavahihetőség és vonzerő

- Doris A. Graber (1993):
 - „A televíziós tájékoztatást szavahihetőbbnek tartják, mint a nyomtatottat, mert látni annyi, mint elhinni.”
- Ennek az ellenkezője is igaz, különösen akkor, ha botránykeltő, pártos újságírásról van szó, amely zavart okoz a közvéleményben.
- Az újságíró személye is számít ebben a kérdésben.
- A szenzációkeltő újságírás hozzájárul a politikai eseményekről szóló epizódszerű, felszínes ismeretek terjedéséhez.

A meggyőzés sikerességének további függvényei (hatékonyság kérdése)

- tartalom jelentősége.
- kibocsátás intenzitása.
- kibocsátás gyakorisága.
- üzenet differenciálása.
- egyoldalúság/vitaszerűség.
- a bemutatás sorrendje:
 - Primacy (egy sorban az első marad meg sikeresen pl. az emlékezetben),
 - Recency (egy sorban az utolsó marad meg sikeresen).



A tömegkommunikáció keretbe foglaló szerepe

- Keretbe foglalás = **framing**.
- Valóságdefiníció, valóságkonstrukció és az agenda-setting rokona.
- A tömegkommunikáció használja a valóság bekeretezésére.
- Ami nem kerül a tömegkommunikációba az a „kereten kívüli”.



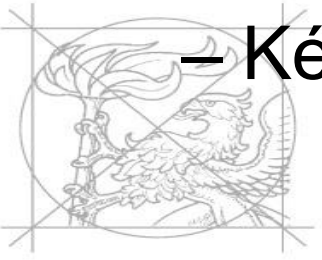
Interperszonális vagy tömegkommunikáció?

- Nem csak a tömegmédia hat!
- Erről szól az eredeti dilemma a tömegkommunikáció hatásáról:
 - Közvetlen hatás – mindenkire hasonlóan

VAGY

- Kétlépcsős hatás – véleményvezér kérdése

Van esetleg más?



Ha figyelembe vesszük az emberi kapcsolatokat, akkor a kommunikációs befolyások különféle szintjeit találjuk



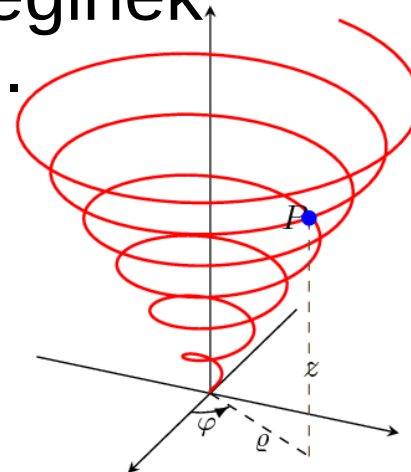
- Két személy közötti befolyás:
 - Ismeretek egyik személytől a másikig való átvitele. Valaki egy témához jobban ért, mint mások (ő lesz a **véleményvezér**).
 - Melyik az erősebb, a tömegkommunikáció vagy a véleményvezér? Nincs biztos válaszunk. Talán a véleményvezérnek jobban hiszünk, ha a média nem vele egybevágót állít. Viszont ha egybevágó, akkor a kettő erősíti egymást.

Több személy közötti befolyás egy csoporton belül

- Szélesebb társadalmi kontextusban zajlik, ahol sok más hatás is közrejátszik: pl. elsődleges vagy másodlagos csoport, szervezett vagy informális csoport.
- Az ember azon csoportok tagja lesz, ahol viszontlátja véleményeinek premisszáit, szokásait, értékeit, társadalmi identitását.
- Csoporton belüli hierarchia, érvényben levő szabályok, a kohézió szintjének megfelelően befolyásolják a belső kommunikációt, annak irányát és erősségét.
- Az egyén *gyakran* a csoport véleményéhez igazítja a (politikai) véleményét. Ha *gyenge* kohézióval működő csoportról van szó, akkor *megnő* a tömegkommunikáció befolyásoló szerepe.

A véleményklíma befolyása személyekre

- A legtágabb társadalmi kontextusban zajlik.
- **Elhallgatási spirál elmélete** (Elisabeth Noelle-Neumann):
 - Azoknak a politikai véleményeknek a kontextusa, amelyek a médiában keringenek, és amelyek vonatkozási keretet (azaz klímát) alkotnak az egyének számára. Az egyének, hogy ne érezzék elszigetelve magukat a társadalomban, alkalmazkodnak azokhoz a véleményekhez és álláspontokhoz, amelyeket uralkodónak érznek. Valójában, a valós többségi véleményt elhallgatják és egy többséginek gondolt vélemény kering a médiában/közösségekben.
- „Mikroklíma” kérdése – helyi választáskor.



A tananyagról



- A tananyagban felhasznált képek online megtalálhatók és szabadon hozzáférhetők.
- A tananyag kizárólag oktatási célból készült.
- A tananyag a Szerző saját szellemi terméke, forrásként az adott tárgyhoz megjelölt kötelező és ajánlott irodalmi források kerültek felhasználásra.



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

SZÉCHENYI  2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE