|  |  |
| --- | --- |
| **Tantárgy neve: Közéleti kommunikáció I.****Tantárgy kódja: NBB\_SB144K3** | **Kreditszáma: 3** |
| A tanóra típusa[[1]](#footnote-1): **előadás** és száma: **heti 2 óra** |
| A számonkérés módja (koll./gyj./egyéb[[2]](#footnote-2)): **kollokvium** |
| A tantárgy tantervi helye (hányadik félév): **IV.** |
| Előtanulmányi feltételek *(ha vannak)*: *–* |
| **Tantárgyleírás**:A társadalom mint kommunikációs aréna megragadásával a nyilvános kommunikáció szociális-strukturális gyökereit tárgyalja. Kitér a közéleti kommunikáció és a közvélemény alakításának kapcsolatára, a sajátos kommunikációs formák leírására. A közéletben felmerülő konfliktusok kommunikációs megjelenését és megoldásait tárgyalja, elemzésekkel mutatja be a közéleti kommunikáció sajátos területeit: a politikai és kampánykommunikációt. Ismerteti a társadalmi változásokból (globalizálódás) következő nyelvi-kommunikációs változásokat, a nagyobb struktúrákkal járó, megváltozott közéletiséget.A tantárgy célja, hogy a hallgató megismerje a közéleti kommunikáció helyét a kommunikáción belüli részdiciplinák között, viszonyát a kommunikációs szintekhez, a társadalmi kommunikációhoz.Ismerje fel a közéleti kommunikáció folyamatait, jelenségeit. Ismerje meg a közéleti kommunikáció színtereit, konfliktusait, tervezési módszereit, elemzési lehetőségeit. Azonosítani tudja a közéleti kommunikáció kompetenciájához tartozó társaslélektani, szociológia-elméleti, politikai jelenségeket és folyamatokat.**Tematika:**1. A közélet meghatározása. A közéleti kommunikáció mint tudástermelő folyamat.
2. A közéleti kommunikáció diszciplináris kerete és módszerei.
3. A nyilvánosság és közélet fogalmi kapcsolata; meghatározások. A közélet színterei.
4. A közélet ’kultúrája’. A polgári erény és a közéletivé válás
5. A hatalom kommunikációja; a hatalom meghatározásai és a kritikai diskurzuselemzés módszerei
6. Társadalmi deliberáció. Politikai tanácskozás és retorika.
7. A politikai mező. A politika szimbolikus nyelve. Morális politika, érték-retorika.
8. A közélet mint a kommunikációs tervezés (stratégia) közege. A stratégiai kommunikáció folyamatai, a tervezés szempontjai.
9. A tömeg és a propaganda. Elvek, technikák, jellemzők és típusok
10. A politikai marketing. A kampány: feltételei, modelljei, technikái. Az új politikusi személyiség és a celeb-kultúra.
11. A politikai tematizáció. Részvétel a közéletben: médiakór és fásultság
12. Közélet és újmédia. Az internet szerepe a közéleti kommunikációban
13. Kormányzati kommunikáció és a civil nyilvánosság. E-government és e-aktivizmus
14. Meggyőzés és manipuláció a közéleti kommunikációban.
15. Összefoglalás
 |
| **Kötelező olvasmányok:**Aczél Petra 2009. Új retorika. Közélet, kommunikáció, kampány. Pozsony: Kalligram. 105-175. Dieckmann, Walther 2000. A politikai kommunikáció stílusai. In: Szabó Márton – Kiss Balázs – Boda Zsolt (szerk.): Nyelv szimbólum, retorika, diskurzus. 79-114. Budapest: Universitas-Nemzeti Tankönyvkiadó.Hauser, Gerard A. 2000. Civil társadalom és nyilvánosság. In: Szabó Márton – Kiss Balázs – Boda Zsolt (szerk.): Nyelv szimbólum, retorika, diskurzus. Budapest: Universitas-Nemzeti Tankönyvkiadó.478-500.Horányi Özséb 2001. A közéleti kommunikációról. In: Buda Béla-Sárközy Erika (szerk): Közéleti kommunikáció. Budapest: Akadémiai Kiadó. 13-27.Kiss Balázs 2003. Kampány és tabloidizáció. A perszonalizáció jelensége. In: Sárközy Erika – Schleicher Nóra (szerk.): Kampánykommunikáció. Budapest: Akadémiai. 9-41.Kiss Balázs 2006. Missziótól a marketingig. Médiakutató, 2006 tavasz. http://www.mediakutato.hu/cikk/2006\_01\_tavasz/01\_missziotol\_marketingig/07.htmlMazzoleni, Gianpietro 2002. Politikai kommunikáció. Budapest: Osiris. 13-73, 123-144.**Ajánlott irodalom:**Bajomi-Lázár Péter 2006. Média és társadalom. Budapest: Antenna Könyvek 90-123.Bennett, W. Lance 2003. Lifestyle Politics and Citizen-Consumers. Identity, Communication and Political Action in Late Modern Society. In. Corner, J – Pels, D. 2003. Media and the Restyling of Politics. London: Sage. 137-151.Breton, Philippe 2000. A manipulált beszéd. Budapest: Helikon. 15-61.Charteris-Black, Jonathan. 2005. Politicians and Rhetoric. The Persuasive Power of Metaphor. Houndmills: Palgrave-Macmillan. 142-169.Dijk, T. A. van 2006. Discourse and Manipulation. Discourse & Society, 17/ 3. 359-383.Kiss Balázs – Boda Zsolt 2005. Politika az interneten. 65-108., 144-181.Kiss Balázs (szerk.) 2000. Politikai kommunikáció. Szgy. Budapest: Rejtjel Kiadó. 103-117.Lakoff, G. 2002. Moral Politics. Chicago: University of Chicago Press. 24-37., 144-176.Newman. Bruce I. 1999. Politikai marketing mint kampánystratégia. Budapest: Bagolyvár. Norris, Pippa 2001. Angyali kör? A politikai kommunikáció hatása a posztindusztriális demokráciákra. Médiakutató 2001/3. http://www.mediakutato.hu/cikk/2001\_03\_osz/01\_angyali\_kor/05.html?q=Pippa+Norris#Pippa+NorrisNótári Tamás 2006. Quintus Tullius Cicero és műve, A hivatalra pályázók kézikönyve. In: Nótári Tamás (ford., jegyzeteket, előszót, utótanulmányt írta): Hogyan nyerjük meg a választásokat? Quintus Tullius Cicero: A hivatalra pályázók kézikönyve. Szeged: Lectum Kiadó. 59-125. |
| **Tantárgy felelőse** (*név, beosztás, tud. fokozat*)**:** Dr. P. Eőry Vilma CSc főiskolai tanár |
| **Tantárgy oktatásába bevont oktató(k),** ha vannak(*név, beosztás, tud. fokozat*)**:** Dr. Aczél Petra egyetemi docens |

1. **Ftv. 147. §**  *tanóra:* a tantervben meghatározott tanulmányi követelmények teljesítéséhez oktató személyes közreműködését igénylő foglalkozás (előadás, szeminárium, gyakorlat, konzultáció) [↑](#footnote-ref-1)
2. pl. évközi beszámoló [↑](#footnote-ref-2)