

## **A kommunikáció- és médiatudomány BA képzés és a szabad bölcsészet BA képzés kommunikáció szakirányának szakdolgozat javaslatai**

### **Bódi Jenő**

(1) Tájak és terek kulturális reprezentációi a turizmusban.

A témában írott szakdolgozatok különböző dokumentumok, elemzések (sajtó, turisztikai anyagok esetleg filmek) során bemutatják egy adott tájhoz, térhez kötődő nyilvános jelentések létrejöttét és azok változását.

(2) Átalakuló vidék, változó helyi társadalmak, lokális konfliktusok.

A rendszerváltás óta a vidéki, azaz rurális terek felértékelődését tapasztalhatjuk meg. Olyan új csoportok jelennek meg (turizmus, fesztiválok, környezetvédők, városi kiköltözők), akik nemcsak a hely új olvasatait hozzák létre, hanem helyi konfliktusokat is generálnak. A szakdolgozatok az ilyen eseteket dolgozhatják fel interjúk, terepmunka, dokumentumok elemzése segítségével.

(3) Turistahelyek performatív gyakorlatai

Egy adott turisztikai látványosság helyszínén végzett terepmunka során a dolgozat az oda látogató turisták csoportjainak eltérő cselekvéseit, a helyről szóló előzetes ismereteit, és az ott kialakult értelmezéseket vizsgálja.

(4) Helyi médiumok története

Az elmúlt évtizedek a helyi médiumok kialakulásával sajátos lokális nyilvánosságok kialakulását eredményezték. Ezek formáinak vizsgálata a szereplőkkel készített interjúk, korabeli dokumentumok, esetleg műsorok elemzése segítségével.

### **Doboviczki Attila**

(1) Társadalmi jelenségek vizsgálata a vizuális kommunikációban: képelméleti, képtudományi megközelítések a hétköznapi képhasználatban.

(Lehetséges kiindulópontok: reprezentációelméletek, a gondolkodás képelmélete, visual studies, képi fordulat, képantropológia)

(2) Kulturális reprezentációk az antropológiában: kisebbségek, szubkultúrák, identitásábrázolások

(Vizuális sztereotípiák az ábrázolásban, a normatív képhasználat konfliktusai: tabusértések, etnikumok ábrázolása, szubkultúrák ábrázolása, elbeszélésmódok és befogadói attitűdök vizsgálata. Normasértő és ideologikus ábrázolások.

(3) Online és offline média: jelenségek, események, megközelítések, képhasználatok a hálózati médiában.

(Új képfajták és képtípusok, közösségi képhasználatok, számítógépes játékok, valós és fiktív képek, terek, reprezentációk)

(4) A képhasználat új módozatai a kortárs kultúrában: képzőművészet, public art, médiaművészet.

(Kortárs művészeti jelenségek – művek, projektek, konfliktusok – elemzése, képelméleti-kritikai megközelítések)

(5) A képtől a multimédiáig: a posztfotografikus képvizsgálat - esettanulmányok, elemzések.

(Új média elméletek, a fotó utáni reprezentáció, szimuláció egyes típusainak, jelenségeinek, alkotásainak, alkotóinak vizsgálata a kortárs kultúrában)

## **Feischmidt Margit**

- (1) Kisebbségek és emlékezet: romák, németek, zsidók közösségi identitása szempontjából fontos emlékei és a hozzájuk való többségi viszony a társadalmi emlékezetben (helyi példák).
- (2) Átalakuló nemi szerepek a társadalomban: az emancipáció hatásai a mindennapi életben és a nemek közötti strukturális viszonyban.
- (3) A boldogulás lehetőségei és a méltóság visszanyerése periférikus helyzetekben: a munka, az iskola, a család, civil szervezetek, pozitív példák szerepe.
- (4) Másság (gender, etnikus, szociális) a médiában és a társadalomban, különös tekintettel a konfliktusok mediatizált képére és azok hatására.
- (5) „Skacok” – fiatalok a társadalom periferiáján, a szembeszegülés és az elkülönöződés módjai és viszonyuk a többségi vagy a kisebbségi helyzethez.

## **Glózer Rita**

- (1) A civil szervezetek, civil szektor jelenségei  
(Civil szervezetek szervezetszociológiai, kommunikációs vagy menedzsmentszemponitú elemzése. A hazai civil szféra jellegzetességeinek bemutatása az alábbi témák valamelyikéhez kapcsolódva: a civil szervezeti működés nehézségei, morális problémák, szervezeti változások és konfliktusok, a szektorra jellemző civil identitás, a munkatársak kiválasztódásának sajátosságai, szerepvállalás a lokális nyilvánosságban, civilek a helyi politikában, közügyekben)
- (2) Új kommunikációs és kampánytechnikák a hazai politikában  
(A közelmúlt és a jelen hazai politikai kommunikációjának jellemzése az új kampánytechnikák vizsgálata alapján: politikai blogok szerepe a kampányokban, politikai videók az interneten, politikai reklámok és hirdetések, politikai retorika és politikai imázs napjainkban)
- (3) A szimbolikus politizálás valamely esetének elemzése  
(Valamely politikai szereplő vagy csoport, párt szimbólumhasználatának, szimbolikus politikai gesztusainak, akcióinak, performanszainak, retorikájának, rituális cselekvésének elemzése esettanulmány formájában)
- (4) Aktuális társadalmi, közéleti diskurzusok elemzése  
(a társadalom nagyobb csoportjait, a szélesebb nyilvánosságot foglalkoztató közügyekről, közérdekű kérdésekről folytatott diskurzusok vizsgálata, például sajtócikk, szakmai publikációk, publicisztikák vagy egyéb médiaanyagok elemzése útján)
- (5) Kommunikáció, kultúra a szervezetekben  
(vállalkozások, cégek, oktatási, egészségügyi, hivatali vagy bármilyen szervezetek, testületek kommunikációs működésének, sajátos belső kultúrájának, szervezeti változásainak, belső konfliktusainak elemzése esettanulmány formájában).

## **Guld Ádám**

- (1) Erőszak a médiában: a média és az erőszak problematikája, a tévéerőszak és a populáris kultúra összefüggései
- (2) Média és társadalom: média és kultúra kapcsolatai a szociológia kontextusában.  
(Láthatóság, társadalmi rétegződés, kisebbségek reprezentációja, szimbolikus ceremóniák és rítusok a médiában)
- (3) Média és identitás összefüggései: identitáselméletek, identitásformálás, identitásreprezentáció a médiában  
(Egyéni- és csoportidentitás kérdései, férfi és női szerepek, etnikai, nemzeti, vallási stb. identitás a média kulturális tanulmányozásának tükrében).

(4) A médiatársadalom populáris műfajai: krimik, sorozatok, talk-show-k, rajzfilmek és társaik.

(5) A zenés videók műfajai: a videoklip, mint a populáris média jelensége.

### **Havasréti József**

(1) Mindennapi élet, életmód a szocialista Magyarországon

(kiemelt témák ezen belül: populáris zene, fogyasztás, szubkultúrák).

(2) Alternatív média: szubkulturális magazinok, művészújságok, popzenei kiadványok a szocializmusban és a rendszerváltás után

(3) Irodalom a hálózaton

(Kiemelt témák ezen belül: irodalmi intézmények a hálózaton, irodalmi folyóiratok a weben, a kritikai élet átalakulása a hálózat térhódításának köszönhetően, rajongói csoportok, blogok működése, az irodalmi blog műfajai)

(4) Szubkultúra-kutatás

(Kiemelt témák: zenei irányzatok a sajtóban, popsztárok médiareprezentációja, rajongói csoportok működése, kommunikációja). Figyelem: a képregénnyel, szerepjáttékkal, extrém sporttal, játékfilmekkel, vallási csoportokkal, valamint devianciákkal (drogok, játékfüggés, politikai szélsőségek stb.) kapcsolatos témákkal más kollégákat keressenek meg.

### **Maksa Gyula**

(1) A média geopolitikája

(médiavárosok, médiakulturális puha hatalom, Twitter-diplomácia, médiatérképek...)

(2) A képregénymédia kutatása (termelés, terjesztés, hordozók és műfajok, hibridizációk, reprezentációk és elbeszélések, közönségek, szubkultúrák, transzkulturális áramlatok, a képregény mediatisztikus szétterjedése, képregényes jelenlét különféle médiaközegekben...)

(3) Tudománykommunikáció és tudományos ismeretterjesztés (hagyományosnak tekinthető és újabb közegek, fesztiválok, kiállítások, "közösséginek" nevezett média...)

(4) Transzkulturalitás és média (a médiaműfajok és -közegek kulturális változatai, elsajátítások, ötvöződések, használatok...)

(5) Magyar nyelvű média Magyarország határain kívül (kínálat, kontextusok, intézmények, közönségek, használatok, műfajok...)

### **Mester Tibor**

(1) Online szerveződő közösségek etnográfiaja

(egyes közösségek (rajongói, alkotó-, tudásközösségek) bemutatása, tipikusnak tűnő példákon keresztül).

(2) Az információs társadalom kialakulásának hazai tapasztalatai, digitális egyenlőtlenségek, alakuló társadalmi intézmények

(az esélyegyenlőség, az e-kormányzat, az e-demokrácia és e-kultúra területén születő programtervek, illetve megvalósult projektek elemzése)

(3) Új média, társadalmi nyilvánosság, politikai kommunikáció

(a társadalmi nyilvánosság átalakulásával kapcsolatos kérdések vizsgálata konkrét események, szervezetek, kampányok elemzésén keresztül)

(4) Médiakonvergencia, online közösségi média, médiahasználati szokások

(korosztályos és csoportvizsgálatok, illetve egyes médiumok, műfajok, médiatermékek elemzése)

(5) Városantropológia, mentális térképés, virtuális város koncepció

(a városi tér és térhasználat átalakulásához kapcsolódó empirikus kutatások, valamint e folyamat teoretikus elemzése)

## **Pólya Tamás**

### (1) Videojáték-kutatás

- a videojátékok mint médiaszövegek és kulturális termékek; szórakoztató, komoly, művészi, terápiás, esport videojátékok; a videojátékok pozitív és ártó hatásai, proszociális és antiszociális jellege, társadalmi jelentősége; a videojátékok mint történetmesélő szerkezetek: narratíva, hangnem és stílus, látványvilág, dramaturgia, erkölcsi és ideológiai értelmezések, érték kultiváció, aktív olvasatok, esztétikai jegyek; videojátékok és társasság: egyszemélyes és többszemélyes játék, klánélet, streaming, közösségi és egyéni fogyasztás, egyes játéktípusok rajongói közösségei; játékhasználati szokások, választások és értelmezésük a játékosok részéről, használati motivációk

### (2) Médiaszöveg-elemzés

- mozi- és animációs filmek, zenei videók, reklámok mint médiaszövegek szemiotikai és/vagy mozgóképes szempontok alapján történő elemzése, például: konnotációk, metaforizációk és egyéb szemiotikai-narratív jelenségek; filmnyelvi megoldások; értékrendszer-kifejezés és kultiváció; látványosság (spektákulum) és rejtett vagy nyílt ideológia-megjelenítés; szimuláció és hiperrealitás; a különféle hangnemek (pl. ünnepélyesség, komikum, ironia, paródia, satíra) használata

### (3) Új média, digitális média

- a digitális/virtuális médium elméletei, régi vs. új média, a virtuális/reális filozófia megközelítései; médiumelméleti megfontolások, a technológiai determinizmus kritikája; az új médiahasználat evolúciós gyökerei; általános és kulturspecifikus jelenségei; a digitális személyközi kommunikáció: új mediális megnyilvánulási formák, udvariasság és durvaság a netes kommunikációban, közösségi hálózati önmegjelenítés és önkifejezés, szelfihasználat, interakciós dramaturgia, a számítógéppel közvetített kommunikáció (CMC) elméletei

### (4) Szemtől-szembeni személyközi kommunikáció

- A közvetlen személyközi kommunikációs helyzetek elemzése pragmatikai és/vagy nemverbális szempontból: beszédaktusok; következtetési formák, sugallatok/implikátúra; szándék tulajdonítás; jelentés és értelmezés a verbális kommunikációban; a megértés/félreértés, eltérő kommunikációs normák és elvárások (szub)kulturális helyzetekben

## **Polyák Gábor**

(1) A digitális véleményszabadság határai: keresőszolgáltatások, közösségi média, „szivárogtatás”, kommentek, digitális magánélet

(2) Gyűlöletbeszéd: miben áll ez a társadalmi jelenség, és milyen válaszokat adhat a jog, az oktatás, a vállalatok, a társadalmi szervezetek

(3) Álhírek, szűrőbuborékok, a média hitelességének új problémái: a közösségi média hatása a nyilvánosságra, a hagyományos médiában működő kontroll-mechanismusok, populizmus és társadalmi nyilvánosság, az algoritmusok befolyása a tájékozódásra és a sokszínű médiakínálatra

(4) Ki az újságíró: újságírói szerepek a 21. században, bloggerek, youtuberek és influencerek a társadalmi nyilvánosságban, a wikileaks-jelenség

(5) Cenzúra a 21. században: internet-blokkolás, piacbefolyásolás és „lágy cenzúra”, az újságírók megfélemlítése, öncenzúra, a politikai befolyásolás új formái

### **Szijártó Zsolt**

(1) A társadalmi tiltakozás szimbolikus formái: tüntetések, házfoglalások, médiahekkek stb. (különböző tiltakozó akciók elemzése, média-reprezentáció vizsgálata, a csoportok által használt szimbólumok elemzése)

(2) A későmodern városi kultúra átalakulása

(a városról alkotott kép-repertoárok átalakulása, a városi fesztiválok vizsgálata, a városi elitcsoportok tevékenysége, a városi kultúra új helyszíneinek kutatása)

(3) Képek és képzetek a rurális térben: őslakosok és betelepedők, turisták és külföldiek eltérő stratégiái

(4) A városi terek átalakulása: a muzealizálódástól a virtualizációig

(a városi környezet szemiotikai elemzése, szimbólumhasználat nyilvános térben, a tereket használó csoportok kommunikációja, az új városi terek megjelenése a médiumokban)

(5) Konfliktus-elemzések: társadalmi viták a környezeti értékek körül (konkrét esettanulmányok)

(a környezetvédő csoportok kommunikációja, szimbólumhasználata, a konfliktusok különböző mediális vonatkozásai, szakértőkkel folytatott kommunikáció)