

Kurzusleírás (tematika)

Kurzus címe: Társadalomtudományi és kommunikációs ismeretek II/1. Kommunikáció és média				
Kurzus oktató(k) neve és elérhetősége: Keszeg Anna, keszeg@mome.hu				
Kód: M-DM-203-1	Kapcsolódó tanterv (szak/szint): DMMA	A tantárgy helye a tantervben (szemeszter): 2	Kredit: 5 (előadás és szeminárium együtt)	Tanóraszám: 2 (heti) Egyéni hallgatói munkaóra: 51
Kapcsolt kódok:	Típus: előadás	Szab.vál-ként felvehető-e? Nem.	Szab.vál. esetén sajátos előfeltételek:	
A kurzus kapcsolatai (előfeltételek, párhuzamosságok): M-DM-203-2-vel együtt teljesíthető				
A kurzus célja és alapelvei: A tanegységet elvégző hallgató a médiaipar és az ehhez kapcsolódó médiakultúra történeti evolúcióját megismeri és kortárs tartalmi és tartalomfejlesztési, geopolitikai, médiagazdaságtani trendjeit megtanulja felismerni. Az ehhez kapcsolódó legfontosabb fogalmakat definiálni és kritikai-stratégiai környezetben azonosítani képes. Az órák problémacsomópontok köré szervezve dolgozzák fel a médiaipar és médiakultúra legfontosabb jelenségeit, valamint segítenek a hallgatóknak kijelölni és megérteni a művészet és dizájn szerepét ebben az összefüggésrendszerben. Az órákon kortárs iparági példák ismertetése és bevonása kulcsfontosságú.				
Tanulási eredmények (fejlesztendő szakmai és általános kompetenciák): interpretálás, koncipiálás; elméleti, történeti és kritikai reflexió. A tantárgyat elvégző hallgató: <i>Tudás:</i> Magabiztos tudással rendelkezik a design- és művészetmenedzsment területen alkalmazott, a piaci és a társadalmi igényeket is tükröző értelmezési módszerekről. Pontos ismeretei vannak a kultúra piacának specifikumairól, a profitorientált és a non-profit működés sajátosságairól, intézményi rendszeréről. <i>Képesség:</i> A design/művészeti koncepciókat összekapcsolja más szakterületek hasonló eszközeivel, stratégiai látásmódban. Komplex módon szemléli a kulturális piacot és kapcsolódó közegeit (önkormányzati, állami, civil szektor, az idegenforgalom, a városfejlesztés, a vizuális nevelés területén), azok trendjeit a művészeti színvonal és a társadalmi-gazdasági fenntarthatóság összetettségének jegyében, gyakran ellentétes voltokban. <i>Attitűd:</i> Érzékeny a kulturális piac iránti, változó társadalmi elvárásokra, egyensúlyra törekszik az igényeknek megfelelés és az igények befolyásolása között. <i>Autonómia és felelősségvállalás:</i> Saját értékrendszerét és interkulturális nyitottságát egyensúlyban kezeli.				

A kurzus keretében feldolgozandó témakörök, témák:

1. Médiaipar, médiakultúra – a médianapló módszertana – 2023. 02. 22.
2. Médiaipar, kreatívipar, *soft power* – 2023. 02. 29.
3. Geopolitikai perspektívák a médiaiparban – 2023. 03. 07.
4. A médiaipar és az urbanizáció – 2023. 03. 14
5. A globális médiatermék és a történetmesélés logikája – 2023. 03. 21.
6. A tömegsajtó és a bulvár – 2023. 03. 28.
7. A rádiós piac és a podcastek kultúrája – 2023. 04. 04.
8. A televíziós piac és az audiovizuális tartalomgyártás ökoszisztémája – 2023. 04. 11.
9. Szerkesztőséglátogatás – 2023. 04. 18.
10. A metaverzum mint médialogika – 2023. 04. 25.
11. Érzelmi kultúrák és médiaipar – 2023. 05. 02.
12. Médiatermék-tervezés és egymás koncepciójának értékelése – 2023. 05. 09.

Tanulásszervezés/folyamatszervezés sajátosságai: A kurzus menete, az egyes foglalkozások jellege és ütemezésük (több tanár esetén akár a tanári közreműködés megosztását is jelezzve):

Az első órán az azt követő tíz alkalomhoz kijelölünk egy-egy olyan médiaterméket, médiaipari jelenséget, amelyről az egyes órákon egy-egy rövid esettanulmány készül. Az esettanulmányokat a hallgatók mutatják be, mindenkinek a félév során kell vállalnia egy bemutatót (egyedül vagy társsal). Javasolt példák: podcastek, streaming-szolgáltatók, közösségi média platformok és azokon működtetett csatornák, médiatrösztök stb. Az első órán a hallgatók megkapják az esettanulmányok elkészítésének módszertanát. Az egyes bemutatók időpontját szintén az első órán jelöljük ki.

A kurzus menete, az egyes foglalkozások jellege és ütemezésük:

Az óra a hallgatók esettanulmány-bemutatójával kezdődik (20 perc), melyet rövid kiértékelő, majd 45-50 perces előadás követ.

1. Médiaipar, médiakultúra – a médianapló módszertana – 2023. 02. 22.
2. Médiaipar, kreatívipar, *soft power* - frontális előadás – nincs hallgatói bemutató - 2023. 02. 29.

Daniel Herbert, Amanda D. Lotz and Aswin Punathambekar: *Media Industry Studies*. Polity Press, 2020.

Introduction 12–33.

3. Geopolitikai perspektívák a médiaiparban – 2023. 03. 07. – 2 hallgatói bemutató – 20 perc

Daniel Herbert, Amanda D. Lotz and Aswin Punathambekar: *Media Industry Studies*. Polity Press, 2020. „Production cultures” 104–137.

4. A médiaipar és az urbanizáció – 2023. 03. 14. – 2 hallgatói bemutató – 20 perc

Daniel Herbert, Amanda D. Lotz and Aswin Punathambekar: *Media Industry Studies*. Polity Press, 2020. „The Macro View” 204–234.

5. A globális médiatermék és a történetmesélés logikája – 2023. 03. 21. – 3 hallgatói bemutató – 30 perc

Daniel Herbert, Amanda D. Lotz and Aswin Punathambekar: *Media Industry Studies*. Polity Press, 2020. „Individuals and Roles” 68–104.

6. A tömegsajtó és a bulvár – 2023. 03. 28. – 3 hallgatói bemutató – 30 perc

Daniel Herbert, Amanda D. Lotz and Aswin Punathambekar: *Media Industry Studies*. Polity Press, 2020.

„Organizations” 137–168.

7. A rádiós piac és a podcastek kultúrája – 2023. 04. 04. – 3 hallgatói bemutató – 30 perc

Daniel Herbert, Amanda D. Lotz and Aswin Punathambekar: *Media Industry Studies*. Polity Press, 2020. „Industries and Practices” 168–204.

8. A televíziós piac és az audiovizuális tartalomgyártás ökoszisztémája – 2023. 04. 11. – meghívott előadó, Takács Dániel, Free Monkeys Production

9. Szerkesztőséglátogatás – 2023. 04. 18. - 3 hallgatói bemutató – 30 perc

10. A metaverzum mint médialogika – 2023. 04. 25. - 2 hallgatói bemutató – 30 perc

Deng, R., & Matthes, J. (2023). Utopian or dystopian? The portrayal of the metaverse in popular news on social media. *Heliyon*, 9(4).

11. Érzelmi kultúrák és médiaipar – 2023. 05. 02. Feladatleírás megbeszélése a 2023. 05. 09-i alkalomra. - 2 hallgatói bemutató – 30 perc

Daniel Herbert, Amanda D. Lotz and Aswin Punathambekar: *Media Industry Studies*. Polity Press, 2020. „Future Directions for Media Industry Studies” 234–250.

12. Médiatermék-tervezés és egymás koncepciójának értékelése – 2023. 05. 09. – hallgatói prezentációk – esetlegesen hosszabb időtartamú órakeret – 10x10 perc – 100 perc – egy szünettel – 20 perc közös értékelés.

A hallgatók tennivalói, feladatai: az esettanulmányok előkészítése, órai jegyzetelés, a szakirodalom feldolgozása (vizsgára), illetve az utolsó órai kreatív feladat benyújtása a vizsgaidőszakra (kettes csoportokban).

A tanulás környezete: tanterem

A tárgy MS Teams felülettel rendelkezik. A felületen minden hallgató saját mappával rendelkezik. A prezentációkat a bemutatás előtt kötelező a mappába feltölteni, hogy ne veszítsünk időt a tartalmak szinkronizálásával.

Értékelés: (Több oktató és oktatónként külön értékelés esetén oktatónként megbontva)

Teljesítendő követelmények: 1 prezentáció, 1 írásbeli vizsga, 1 kreatív feladat

Értékelés módja: (milyen módszerekkel zajlik az értékelés {teszt, szóbeli felelet, gyakorlati demonstráció stb.})
gyakorlati prezentációx2, teszt (vizsgaidőszakban).

Az értékelés szempontjai (mi mindent veszünk figyelembe az értékelésben): lexikális ismeretek, forrásgyűjtés és egyéni tájékozódás, innovativitás.

Az érdemjegy kiszámítása (az egyes értékelt követelmények eredménye hogyan jelenik meg a végső érdemjegyben? {pl. arányok, pontok, súlyok}):

esettanulmány – max. 2 pont - 40%

teszt – max. 1,5 pont - 30%

kreatív tartalomfejlesztési gyakorlat – 1,5 pont – 30%

A szeminárium és az előadás értékelése együttesen zajlik. A tantárgy teljesítéséhez mindkét részből érvényes elégtelentől különböző osztályzattal kell rendelkeznie a hallgatónak. Amennyiben a hallgató a tantárgy bármely részéből elégtelen osztályzatot szerez, vagy egyik részét nem teljesíti az egész tantárgy ismétlése szükséges. A tantárgy végső érdemjegyének megállapítása a szemináriumi jegy és az előadásra kapott jegy egyszerű, számtani átlagolásával történik.

Kötelező irodalom:

Daniel Herbert, Amanda D. Lotz and Aswin Punathambekar: *Media Industry Studies*. Polity Press, 2020. (A teljes kötet – szétosztva az alkalmak között).

Deng, R., & Matthes, J. (2023). Utopian or dystopian? The portrayal of the metaverse in popular news on social media. *Heliyon*, 9(4).

Ajánlott irodalom:

Aswin Punathambekar: *From Bombay to Bollywood. The Making of a Global Media Industry*. New York University Press, New York-London, 2013. 1-51.

John Allen Hendricks: *The Twenty First Century Media Industry. Economic and Managerial Implications in the Age of New Media*. Lanham-Plymouth, Lexington Books, 2010. 1-81.

Egyéb információk:

Máshol/korábban szerzett tudás elismerése/ validációs elv:

Felmentés adható egyes kompetenciák megszerzése, feladatok teljesítése alól.

Tanórán kívüli konzultációs időpontok és helyszín:

fogadóóra – kedd: 13.00-15.00, Elméleti Intézet, emailés egyeztetés: keszeg.anna@mome.hu