

Oktató neve	Meghirdetett témái	Vállalt hallgatók száma
Bagyura Márton	(1) Városi, városkörnyéki és vidéki terek: a városi és vidéki életmód médiabeli reprezentációi; térbeli mobilitás ábrázolása a médiában; közösségi terek használata és megjelenítése. (2) Politikai részvétel és aktivizmus: lakossági részvétel helyi ügyekben; önkormányzati kommunikáció a lakosság bevonására; online és offline politikai aktivizmus; a közösségi média szerepe a részvételi folyamatokban. (3) Idősödő társadalom: digitális technológiák használata; digitális írástudás; idősek ábrázolása a médiában. (4) LMBTQIA+ emberek, média és politika: LMBTQIA+ emberek ábrázolása a médiában; a közösség reprezentációja a politikai kommunikációban; Pride-események. (5) Kutatásmódszertani kísérletek: hagyományos és digitális kutatási módszerek ötvözése; kvantitatív és kvalitatív módszerek összehangolása; mérőeszközök tesztelése; mesterséges intelligencia a kutatásban.	6
Feischmidt Margit	Kisebbségek társadalmi részvétele és média reprezentációja; Civil társadalom, politikai részvétel és kommunikáció: lokális esettanulmányok	3
Glózer Rita	(1) Részvételi kultúra. A részvételi kultúra jelenségeinek vizsgálata elsősorban a közösségi médiában, de azon túl is, például a részvételi kutatás, részvételi pedagógia, részvételi színház stb. témáiban. (2) Szervezeti kommunikáció, szervezeti kultúra. A szervezeti kommunikáció aktuális trendjeinek, jelenségeinek elemzése (vezetés és szervezés, PR-trendek, munkáltatói márkaépítés, gamifikáció a szervezetekben stb.) A szervezeti kultúra empirikus, kritikai vizsgálata. (3) Médiakonvergencia, műfaji hibridizáció: a televízió és a közösségi média konvergenciája, a TV kiterjedése az online, főként a közösségi média terekbe. (4) Politikai kommunikáció: a politikai kommunikáció aktuális trendjeinek, jelenségeinek elemzése, politikai és média-aktivizmus, ellenségképzés, politikai diskurzusok vizsgálata (különösen a hálózati médiában).	5
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.	5
Havasréti József	(1) A magyar popzenei újságírás története (újságírók, életművek, magazinok, diskurzusok) (2) Rajongói újságírás, fanzine irodalom (zenei, művészeti, irodalmi alternatív kiadványok) (3) A populáris zene kulturális emlékezete (múzeumok, kiállítások, emlékhelyek, archívumok) (4) Offline és online rajongói kultuszok (popzenei turizmus, poprelíkiák gyűjtése, popzenei fan fiction irodalom) (5) A Nők Lapja az államszocializmusban: munka, szabadidő, utazás, egészségügy, család, reklámkultúra a Kádár-korszak legnépszerűbb hetilapjában	5
Maksa Gyula	(1) A média geopolitikája, populáris geopolitika (médiavárosok, médiakulturális puha hatalom, médiatérképek, reprezentációk...) (2) A képregénymédia kutatása (termelés, terjesztés, hordozók és műfajok, hibridizációk, reprezentációk és elbeszélések, közönségek, szubkultúrák, transzkulturális áramlatok, a képregény mediatisztika szétterjedése, képregényes jelenlét különféle médiaközvetítőben...) (3) Tudománykommunikáció és tudományos ismeretterjesztés (hagyományosnak tekinthető és újabb közeg, fesztiválok, kiállítások, "közösségek" nevezett média...) (4) Transzkulturalitás/transznacionalizmus és média (a médiaműfajok és -közvetítők kulturális változatai, elsajátítások, ötvöződések, használatok...) (5) Divatmédia (divatvárosok, divathetek, reprezentációk és elbeszélések...)(6) Magyar nyelvű média Magyarország határain kívül (kínálat, kontextusok, intézmények, közönségek, használatok, műfajok...)	6

Mester Tibor	(1) Online szerveződő közösségek vizsgálata - online szerveződő interakciós mintázatai - az online kooperáció és kollaboráció formái - tudás- és alkotóközösségek, a gyakorlat közösségei virtuális környezetben - korai internetes közösségek története és öröksége (2) Valós és virtuális terek viszonya - a városi térhasználat átalakulása, a digitalizáció hatásai a városlakók mindennapi életére - a lokalitás konstrukciójának módjai a digitális térben - az online kommunikáció jelentősége a helyi társadalomban és nyilvánosságban (3) Populáris műfajok fogyasztásának elemzése közönségvizsgálat segítségével - sorozatfogyasztás, televíziónézési szokások változásai - a részvételi kultúra szerepe az online rajongói közösségekben - új disztribúciós csatornák (streaming és filecsere) megjelenésének hatása a kulturális piacokra - peer-to-peer értékelő rendszerek és laikus kritikai aktivitás hatása a médiafogyasztásra (4) Technológia változások és társadalmi intézményrendszerek viszonya - a digitális archívumok szervezési lehetőségei, működési módjai - közösségi archívumok szerepe helyi/társadalmi emlékezet konstrukciójában - mesterséges intelligencia hatása a kreatív szakmákra és az alkotóművészetekre	5
Pólya Tamás	1) Offline és online személyközi kommunikáció - közvetlen és közvetett személyközi kommunikációs helyzetek elemzése pragmatikai szempontból: beszédaktusok; következtetési formák, sugallatok/implikáció; a szándéktulajdonítás problémái; - jelentés és értelmezés a verbális kommunikációban: a megértés/félreértés, eltérő kommunikációs normák és elvárások, udvariasság kultúrák közti kommunikációs helyzetekben - interakciós dramaturgia, szerepjáték (Goffman) online és offline környezetben 2) Videojáték-kutatás - a videojátékok mint médiaszövegek és kulturális termékek - szórakoztató, komoly, művészi, terápiás, e-sport videojátékok - a videojátékok pozitív és káros hatásai, proszociális és antiszociális jellege, társadalmi jelentősége - a videojátékok mint történetmesélő szerkezetek: narratíva, hangneme és stílus, látványvilág, dramaturgia, erkölcsi és ideológiai értelmezések, érték-kultiváció, aktív közönség, aktív olvasatok, esztétikai jegyek - az aktív közönség, a médiaszövegek (pl. videojáték) használata, értelmezése (pl. kooperatív és kompetitív játéktípusok) - videojátékok és társaság: egyszemélyes és többszemélyes játék, klánélet, streaming, közösségi és egyéni fogyasztás, egyes játéktípusok rajongói közösségei - játékhaználtati szokások, választások és értelmezésük a játékosok részéről, használati motivációk - a videojáték mint esztétikai tárgy: a VG mint művészeti ág, narratívátípusok, narratíva és irányítás viszonya, médiumspecifikus esztétikai jegyek 3) Mozgóképes 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. ünnepegyesség, komikum, ironia, paródia, szatíra) használata 4) Új média, digitális média elmélete és filozófiája - a digitális/virtuális médium elméletei, analóg vs. digitális médiumok, a virtuális/reális filozófia megközelítései	5
Radosnai Levente	(1) Popkulturális médiatartalmak (filmek, sorozatok, videojátékok, online tartalmak) műfaji, narratív, szemiotikai elemzése (Transzmediális történetmesélés) (2) Vizuális kommunikáció (kulturális ábrázolások; identitás ábrázolások, MI képzőművészet) (3) Online deviancia (a trollkodás és a mémek kulturális elemzése) (4) Tudománykommunikáció (a tudás terjesztése az online környezetben; tudomány a közösségi média platformokon; kutatók a közösségi platformokon; demarkációs-problémák; alternatív mérőszámok)	5
Szijártó Zsolt	Városkutatás: kulturális intézmények és politikák; Sokszerű médiavilágok - a nyilvánosság új mediális terei; A hely hatalma: lokális és regionális konfliktusok kultúrátudományos kutatása; Kortárs művészeti projektek a társadalmi térben; A kulturális örökség és az új mediális környezet	4
Torbó Annamária	(1) Popkulturális médiaszövegek elemzése: elsősorban filmek és televíziós műsorok (műfaj, narrativitás stb.); transzmediális történetmesélés és transzmediális franchise-ok vizsgálata; a kisebbségek (a gender, a szexualitás és a faj/etnikai hovatartozás alapján) reprezentációja a kortárs filmekben és tévésorozatokban (2) A populáris kultúra rajongói: rajongói közösségek tanulmányozása; a részvételi kultúrához kapcsolódó rajongói aktivitások; a részvételi politikával összefüggő rajongói aktivizmus (3) Újságírás etikai szempontból: a digitális újságírók etikai kihívásai (pl. az álhírek és a dezinformáció jelensége, forrásvédelem); médiumműveltséggel összefüggő készségek az újságírásban	3

Varga Éva	1.) Az online és offline újságírás jelenségei (az írott, elektronikus és digitális újságírás jelenségei; politikai kommunikáció és újságírás; a közszolgálatosság változásai; a magyar sajtó és újságírás változásai és jelenkori sajátosságai; az újságírói-szerkesztőségi munka etikai aspektusai és annak változásai a digitális média korában; a propagandasajtó történeti és kulturális aspektusai; speciális témák az újságírásban) 2.) Médiaszövegek elemzése (fikciós és dokumentumfilmek, sorozatok, reklámok): szemiotikai-narratív és/vagy képi-filmnyelvi fókuszú elemzés; műfajok és stílusok; irodalmi szövegek mozgóképes adaptációi; rendezői életművek elemzése; az intertextualitás jelensége a médiában) 3.) Storytelling a médiában (a storytelling felhasználási területei: életút-interjúk, videóinterjúk. vizuális és interaktív elbeszélések; közösségi média, marketing, PR...; a storytelling helye és szerepe az identitásépítésben; a digitális és interaktív történetmesélés eszközei, stratégiai és felhasználási módjai) 4.) Személyközi kommunikáció (asszertív / erőszakmentes kommunikáció; a verbalitás-nonverbalitás szerepének vizsgálata; női és férfi kommunikáció; a hierarchia és a partnerség megnyilvánulásai; konfliktushelyzetek és kezelésük; üzleti kommunikáció és tárgyalástechnika) 5.) Szervezeti kultúra és kommunikáció (forprofit és nonprofit szervezetek kultúrája; látható és láthatatlan értékek a szervezetben; kommunikációs értékek és standard-ek, belső és külső kommunikációs csatornák; kommunikációs stratégia-vizsgálat; konfliktushelyzetek és megoldási módjaik, lehetőségeik a szervezetben) (6) Marketing- és/vagy PR-kommunikáció a szervezetekben (kommunikációs stratégia a szervezetekben; hatékony marketingkommunikáció; digitális és közösségi marketingkommunikáció; a márkaépítés folyamata és a márkaérték alakítása-fejlesztése; fogyasztói magatartás-vizsgálat; a PR gyakorlata egy szervezetben; szervezetek CSR-tevékenysége; válságkommunikáció)	5
-----------	---	---