

még nem regisztrált települések települési statisztikái között. Melyek azok a közösségek, akik lemaradónak számítanak az új technológiák használatában.

A továbbiakban, a felhasználói profilok publikus adatainak vizsgálatával mutattuk ki, hogy melyek azok a társadalmi csoportok, akik újítként, elsőként használják az új lehetőséget, egy új szolgáltatást. Szintén fontos kérdés, hogy az újítók honnan kapják az információt, vagyis a diffúzió területileg honnan érkezett az adott településre.

Totosy, Steven de Zepetnek¹⁵⁵, PhD

Education, Interculturalism, and the New Europe (Pedagógia, interkulturalizmus és az új Európa)

In his paper "Education, Interculturalism, and the New Europe," Steven Tötös de Zepetnek discusses how intermediality may influence negotiations of culture and education, and how, in turn, cultural and educational practices can employ new media with the result of an increase in social impact and significance. While along other notions and practices, work towards interculturalism with new media against exclusion and away from cultural essentialisms represents a small part for the development of a Europe of inclusion, it nevertheless offers significant potential. Intermediality refers to the blurring of generic and formal boundaries among different forms of new media practices and it means the employment of theoretical presuppositions in application for the betterment of society against essentialisms and towards inclusion and interculturalism. Thus, the notion and potential of intermediality is associated with the incorporation of digital media in a wide variety of loci and spaces of representation and production in the transfer of information, the creation of knowledge, and the implementation of inclusive social practices and policy in education. The trajectories of intermedial spaces between new media and the proliferation of texts, intertexts, hypertexts, and similar acts of remediation, transmediality, multimediality, hypermediality, etc., reveal and offer possibilities about how culture can be negotiated in the context of social and technological change towards a new Europe.

Urbán Zoltán¹⁵⁶

Szervezeti kommunikáció a digitális korban (Corporate communication in the digital era)

A szervezeti kommunikáció számos lehetséges fajtája közül – szervezeten belüli, szervezetek közötti, szervezet és célcsoportjai közötti, szervezet és média közötti – az előadás elsősorban ez utóbbival kíván részletesen foglalkozni. A médiával, annak képviselőivel folytatott nem reklámcélú kommunikáció alapvetően azt a célt szolgálja, hogy a szervezetek közleményei, sajtótájékoztatói és egyéb sajtórendezvényei révén a médiát néző/olvasó csoportok számára a szervezeti üzenetek eljussanak, és a címzettekben elérjék a megfelelő hatást (pl.: bizalom a szervezet iránt, a szervezeti innováció bemutatása, tájékoztatás a szervezet életében végbemenő (pozitív) változásokról). A gyakorlati példákat felvonultató előadás rámutat arra, hogy a szervezetek milyen módon tudják hatékonyan szervezni a különböző médiacsoportokat, hogyan, milyen eszközökkel tudják üzeneteiket dinamikus szegmentálni,

¹⁵⁵ National Sun Yat-sen University, Taiwan University of Halle-Wittenberg, Germany

¹⁵⁶ *INCOSYS Kft. – informatikai igazgató*

illetve milyen eszközeik vannak arra, hogy a médiát az eddiginél hatékonyabban használják fel stakeholdereikkel történő kommunikációra.

— **Utasi Ágnes¹⁵⁷, DSc**

Bizalomvesztés és kapcsolathány a poszt-szocialista országokban (Integrating relationships in international comparison)

A rendszerváltást követő társadalmi-gazdasági átalakulással járó veszteségek sorában a nemzetközi empirikus kutatások következtetései szerint is szembevetendő a bizalomvesztés. A bizalomhiány hatására többnyire gyengül az emberek közötti kötelékek építésének esélye, a kölcsönös segítségnyújtás, a gazdaságos együttműködés esélye, lazulnak vagy megszakadnak az emberi kötelékek, eliminálódnak közösségek. Az előadás bemutatja a bizalom európai országokra jellemző különbségeit és az egyes kapcsolati dimenziókban megjelenő kötelékek jellemzőit. Az eltérő kapcsolati dimenziókat szintetizálva vázolja az egyes országokra, különösképpen a poszt-szocialista országokra jellemző kapcsolati integráció trendjét. Az előadás következtetéseihez és elemzéseihez az ESS (European Social Survey) 2005-ös adatbázisára (24 ország, N= 37720) épít.

Vedres Balázs¹⁵⁸, PhD

Átpolitizált üzleti kapcsolatháló Magyarországon, 1987-2001 (Politicized business networks in Hungary, 1987-2001)

Az előadás a poszt-szocialista bő évtized gazdaságának átpolitizáltságáról szól. Az alapkérdés az, hogy a vállalatok politikai kapcsolatai miként befolyásolták egymáshoz való kötődésüket. Az eredményeink szerint a nagyvállalati kapcsolatok párt holdudvarokká álltak össze, stabil politikai-üzleti csoportokká, ahol azonos politikai színezetű vállalatok nagyobb valószínűséggel kötődnek egymáshoz, és kisebb valószínűséggel létesítenek kapcsolatot az ellentábor cégeivel. A nagyvállalatok eltérő politikai kötődése elszakított, illetve blokkolt gazdaságilag racionális vállalatközi kapcsolatokat. A nagyvállalatok és a politika kapcsolódását egy történeti adatbázis segítségével vizsgáljuk, amely az 1987-2001-es időszakot öleli fel. A nagyvállalatok és a politikai testületek köréből archív (cégbírói, választási bizottsági) adatokat gyűjtöttünk, illetve interjúkat készítettünk számos vállalati és politikai vezetővel.

Velencei Attila¹⁵⁹ – Kovács Árpád – Szabó Attila – Szabó Tamás

Társadalmi esélyek egy államilag támogatott sportprogramban részt vevők között (Social chance among the participants of a state-sponsored programme)

A társadalomtudományban továbbra is az egyik legkiemelkedőbb kutatási területnek számít az esélyek meglétének vizsgálata, mind a nemzetközi, mind a hazai szakirodalom bővelkedik ilyen jellegű publikációkban (Blau és Duncan 1967, Bokor 1985, Ferge 1986, Kolosi 1987,

¹⁵⁷ Szegedi Tudományegyetem

¹⁵⁸ Central European University

¹⁵⁹ Nemzeti Utánpótlás-nevelési és Sportszolgáltató Intézet Utánpótlás-nevelési Igazgatóság