

KOMMUNIKÁCIÓ- ÉS MÉDIATUDOMÁNY MA ZÁRÓVIZSGA TÉTELSOR ÉS TÁJÉKOZTATÓ A ZÁRÓVIZSGÁRÓL

A hallgató tanulmányait lezáró mesterszakos záróvizsgára minden félévben a záróvizsga-időszakban kerül sor. A záróvizsga két részből áll: a (1) szakdolgozat megvédéséből és a (2) szóbeli záróvizsgából.

1. A szakdolgozati védés követelményei és javasolt menete

A szakdolgozati védés során a diplomázó hallgató a záróvizsga-bizottság előtt összesen maximum 10 percen prezentálja a szakdolgozatát (beleértve az opponensi kérdésekre adott válaszokat is), reflektál a helyben felmerülő kérdésekre, véleményekre, kritikákra. A szakdolgozat bemutatásához prezentáció készítése kötelező, a diasor maximum 10 diát tartalmazhat, az alábbi formátumokban: MS PowerPoint, PDF, Prezi. A prezentáció javasolt tartalmi elemei a következők:

- a szakdolgozat témafelvetésének szakszerű bemutatása, a vizsgált kérdés/probléma lényegre törő ismertetése;
- annak bemutatása, hogy miként járul hozzá a dolgozat a kommunikáció- és médiatudomány területén korábban végzett kutatásokhoz, illetve aktuális kérdéseikhez;
- az elvégzett kutatás és eredményeinek szakszerű és tömör bemutatása;
- a diplomamunka tanulságainak, fő üzeneteinek, értékeinek és korlátainak bemutatása;
- szakmai önreflexió az elvégzett munkával kapcsolatban.

Fontos, hogy a szóbeli összefoglaló a dolgozat saját hozzáadott értékére és újdonságaira koncentráljon: a hallgató által elvégzett kutatáshoz/elemzéshez kapcsolódó módszertanra és a saját eredményekre, és ne az ezekhez szükséges háttérismeretekre (tehát ne a szakirodalmi vagy történeti háttérre, vizsgált szervezet/cég stb. ismertetésére).

2. A záróvizsga menete

A Kommunikáció- és médiatudomány MA záróvizsga tételsort 10 tétel alkotja. A záróvizsgán a hallgató egy tételt húz. A szóbeli felelet időtartama legalább 5, legfeljebb 10 perc lehet. A tételsor a tételcímekből, a kulcsfogalmakból, a kötelező és ajánlott irodalomból áll. A vizsgázó a záróvizsga során egy, a tételnek csupán a sorszámát és címét tartalmazó tételcédulát húz. (A kulcsfogalmakat és a szakirodalmat tehát nem tartalmazza a számozott tételcédula.)

A tételek leírásában a felkészüléshez szükséges a megjelölt kulcsfogalmak, a kötelező szakirodalom áttekintése. Az ajánlott szakirodalom segíti a felkészülést. A tételek egyúttal kapcsolódnak a mesterképzés szakmai törzs- illetve szakirányos anyagához, így ezek jegyzetei, olvasmányai ugyancsak hozzájárulhatnak a záróvizsgára való felkészüléshez.

Az MA záróvizsga tételsor tételei (részletesen ld. a következő oldalakon):

1. A kommunikáció- és médiakutatás módszertana
2. A kommunikáció kulturális keretei
3. A kommunikáció szociálpszichológiája
4. A kommunikáció elméletei, a kommunikációkutatás nézőpontjai
5. Médiakommunikáció
6. Szervezetek kommunikációja
7. Közéleti írás
8. Kreatív vizualitás
9. Retorika, érvelés, meggyőzés
10. Pragmatika
11. Az újmédia kommunikációja
12. PR és marketingkommunikációs tervezés

1. TÉTEL: A KOMMUNIKÁCIÓ- ÉS MÉDIAKUTATÁS MÓDSZERTANA

A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

Kutatásmódszertani alapfogalmak (kutatási kérdés, hipotézis, minőségi és mennyiségi változók, összefüggések és okság, elemzési egység, alapsokaság, minta), a tartalomelemzés alkalmazási köre, a tartalomelemzéses kutatási folyamat fázisai, a tartalomelemzéses kutatások típusai (leíró és integratív tartalomelemzés, példák), mintavételi módszerek és reprezentativitás, változók fogalmi és műveleti definíciója: operacionalizálás, mérések érvényessége és megbízhatósága, a kódkönyv és a kódolási ív fejlesztése, a kipróbálás és az előkutatás jelentősége, a kódolás folyamata, a megbízhatóság mérése (a társ kódoló szerepe, megbízhatósági mutatók), teendők alacsony megbízhatóság esetén, elemzési eljárások, az eredmények közzététele

KÖTELEZŐ IRODALOM:

KOVÁCS, GÁBOR (2017). *Hogyan végezzünk tartalomelemzést? Segédanyag A kommunikáció- és médiakutatás módszertana kurzushoz.*

AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

BERGER, ARTHUR A. (2011) *Media Analysis Techniques* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

KRIPPENDORF, KLAUS (1995). *A tartalomelemzés módszertanának alapjai.* Budapest: Balassi Kiadó.

NEUENDORF, KIMBERLY A. (2001). *The Content Analysis Guidebook.* Thousand Oaks, CA: Sage.

STOKES, JANE (2008) *A média- és kultúrakutatás gyakorlata.* Budapest: Gondolat Kiadó.

2. TÉTEL: A KOMMUNIKÁCIÓ KULTURÁLIS KERETEI

A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

fogalmi keret, fogalmi metonímia, fogalmi metafora, megfelelés, kulturális modellek, sztereotípiák, idealizált kognitív modell (IKM), elemi és komplex metafora, metaforikus implikáció

KÖTELEZŐ IRODALOM:

KÖVECSES ZOLTÁN – BENCZES RÉKA (2010): *Kognitív nyelvészet.* Budapest: Akadémiai Kiadó. 4-6. fejezetek. 51-94. o.

AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

KÖVECSES ZOLTÁN (2004): *A metafora.* Budapest: Typotex Kiadó.

SZAMARASZ VERA ZOÉ (2014): *Metafora.* In: PLÉH CSABA – LUKÁCS ÁGNES (szerk.): *Pszicholingvisztika 2.* Budapest: Akadémiai Kiadó. 777-811. o.

3. TÉTEL: A KOMMUNIKÁCIÓ SZOCIÁLPSZICHOLÓGIÁJA

A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

a személyes és társas identitás kommunikációs vonatkozásai: énfogalom, önbemutató, önmonitorozás, önszabályozás (szabályozási fókusz), társas identitás, kisebbségi és többségi befolyás, konszenzus, konformitás, többszörös tudatlanság, csoportgondolkodás

KÖTELEZŐ IRODALOM:

SMITH, ELIOT R. – MACKIE, DIANE M. – CLAYPOOL, HEATHER M. (2016): *Szociálpszichológia*. Budapest: ELTE Eötvös Kiadó. 178-192. o. és 461-480. o.

AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

FISKE, SUSAN T. (2005): *A self: az alapjaiban is társas én*. In: *Társas alapmotívumok*. Budapest: Osiris Kiadó. 239-295. o.

FISKE, SUSAN T. (2005): *Kisebbségi befolyás*. In: *Társas alapmotívumok*. Budapest: Osiris Kiadó. 12. (620-623. o.) és 13. fejezet (645-648. o.).

4. TÉTEL: A KOMMUNIKÁCIÓ ELMÉLETEI, A KOMMUNIKÁCIÓKUTATÁS NÉZŐPONTJAI

A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

elméleti megközelítések, elméletek és modellek, a kapcsolathoz, a kommunikátorhoz és a diskurzushoz köthető elméletek (példák, szerzők, alapelvek), kutatási módszerek, a kommunikációs dinamika

KÖTELEZŐ IRODALOM:

BUDA BÉLA (1994): *A közvetlen emberi kommunikáció szabályszerűségei*. Budapest: Animula. 105-128. o.

ROSENGREN, KARL ERIK (2004): *Kommunikáció*. Budapest: Typotex, 28-33. o.,
illetve a *Kommunikációelméletek* c. előadás tananyaga

AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

LITTLEJOHN, STEPHEN – FOSS, KAREN (eds.) (2009): *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage: Thousand Oaks, CA.

5. TÉTEL: MÉDIAKOMMUNIKÁCIÓ

A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

tömegmédiá, médiaelmélet, médiaszöveg, médiaközönség, médiainstítmény, médiáhatás, direkt hatás, kétlépcsős hatás, narratíva, reprezentáció, kultiváció, rituális médiamodell

KÖTELEZŐ IRODALOM:

ACZÉL PETRA – ANDOK MONIKA – BOKOR TAMÁS (2015): *Műveljük a médiát!* Budapest: Wolters-Kluwer, 15-39. o.

AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

BRIGGS, ASA – BURKE, PETER (2012): *A média társadalomtörténete. Gutenbergtől az internetig.* Budapest: Napvilág Kiadó. 287-335. o.

POTTER, JAMES W. (2016): *Media Literacy* (8th ed.). New York: SAGE.

SILVERSTONE, ROGER (2008): *Miért van szükség a média tanulmányozására?* Budapest: Akadémiai Kiadó.

6. TÉTEL: SZERVEZETEK KOMMUNIKÁCIÓJA

A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

szervezetek megközelítései (szervezetmodellek), szervezeti kommunikáció típusai, szerveződési és kulturális szükségletek, szervezeti kultúra (típusai és kifejeződése), szervezeti szocializáció

KÖTELEZŐ IRODALOM:

ROSENGREN, KARL ERIK (2004): *Kommunikáció.* Budapest: Typotex. 127-145, 148-152. o.

TERESTYÉNI, TAMÁS (2006): *Kommunikációelmélet.* Budapest: Typotex. 241-247. o.

illetve a *Kommunikáló szervezetek* c. előadás tananyaga

AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

EISENBERG, E. M. – GOODALL, H. L. – TRETHERWEY, A. (2010): *Organizational Communication: Balancing Creativity and Constraint.* New York: Bedford/St. Martin's.

7. TÉTEL: KÖZÉLETI ÍRÁS

A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

Az arculat elemei, arculati kézikönyv, projektmenedzsment (feladat- és időmenedzsment, Gantt-diagram), sajtóközlemény, brief, kommunikációs kampány tervezése, interjútechnikák, az írásos konfliktus- és panaszkezelés alapszabályai (PPRR-módszer, Mars emphasis technique, primácia-recencia hatás, konfliktus a közösségi médiában)

KÖTELEZŐ IRODALOM:

BARLAI RÓBERT – KÖVÁGÓ GYÖRGY (2004): *Krízismenedzsment, kríziskommunikáció*. Budapest: Századvég Kiadó. 5. fejezet: *A válság kommunikációs megoldásai*.

NYÁRÁDY GÁBORNÉ – SZELES PÉTER (2011): *Public Relations*. Budapest: Perfekt. Sajtókapcsolattal foglalkozó fejezet (264-315. o.).

AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

BARÁK PÉTER (szerk.) (2008): *Arculat és identitás. Magyar arculattervezés esettanulmányokban*. Budapest: Activium Kiadó.

BERNE, ERIC (1987): *Emberi játszmák*. Budapest: Gondolat Kiadó.

FISHER, ROGER – URY, WILLIAM – PATTON, BRUCE (1997): *A sikeres tárgyalás alapjai*. Budapest: Bagolyvár Kiadó.

RUBIN, J. Z. – PRUITT, D. E. – KIM, S. H. (1994): *Social conflict: escalation, stalemate, and settlement* (2nd ed.). New York: McGraw Hill.

SAS ISTVÁN (2018): *Reklám és pszichológia a webkorszakban. Upgrade 4.0. A kiegyezés kora*. Kommunikációs Akadémia Könyvtár. Különösen az arculattal és imázssal foglalkozó fejezet.

SZELES PÉTER (2001): *A hírnév ereje. Arculatelmélet*. Budapest: Alapítvány a public relations fejlesztéséért.

VESZELSZKI ÁGNES – FALYUNA NÓRA – FODORNÉ TÓTH KRISZTINA – TÓTH ALIZ (2017): *Az internetbiztonság kommunikáció- és nyelvtudományi aspektusából*. In: HÜLBER LÁSZLÓ (szerk.): *A digitális oktatási kultúra módszertana*. Eger: Eszterházy Károly Egyetem. 163-207. o.

8. TÉTEL: KREATÍV VIZUALITÁS

A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

Fénykép – objektívek, mélységélesség, expozíció, színek, fények, formák; mozgókép – mozgásábrázolás, tér és idő, montázs fajtái és stílusai; történetmesélés – karakterfejlődés, konfliktus, tranzíció.

KÖTELEZŐ IRODALOM:

PRÁKAL, DAVID (2010): *Expozíció (A fotográfia alapjai)*. Budapest: Scolar Kiadó. 56-87. o.

SZABÓ, GÁBOR (2002): *Filmeskönyv. Hogyan kommunikál a film?* Budapest: Kaloprint. 16-28., 29-34., 50-57., 97-133. o.

AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

Kép, fénykép:

MARIEN, WARNER M. (2011): *A fotográfia nagykönyve. A fényképezés kultúrtörténete*. 2. kiadás. Budapest: Typotex Kiadó, 19-53. o.

PRÁKAL, DAVID (2010): *Világosítás*. Budapest: Scolar Kiadó. 12-50., 144-162. o.

PRÁKAL, DAVID (2010): *Kompozíció*. Budapest: Scolar Kiadó. 10-28., 38-80., 136-150. o.

Film, mozgókép:

BÍRÓ YVETTE (2003): *A hetedik művészet*. Budapest: Osiris Kiadó. 25-34., 82-130., 232-257. o.

KOVÁCS ANDRÁS BÁLINT (2009): *Mozgóképelemzés*. Budapest: Palatinus Kiadó. 34-98. o.

MONACO, JAMES (1981): *How to Read a Film: The Art, Technology, Language, History, and Theory of Film and Media*. Oxford University Press. 47-115. o.

CASSETTI, FRANCESCO (1998): *Filmelméletek 1945-1990*. Budapest: Osiris Kiadó. 57-75., 126-148. o.

<https://www.bhphotovideo.com/explora/video/tips-and-solutions/filmmaking-101-camera-shot-types>

<http://www.fotoamator.hu/fotózás/fotózás-alapok/6-a-fenykepezes-technikai-alapjai>

<http://www.bykyny.hu/fenykepezes-alapfogalmak.shtml>

9. TÉTEL: RETORIKA, MEGGYŐZÉS, ÉRVELÉS

A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

A retorika kritikája, a retorikai magatartás, a retorika kulcsfogalmai, a téma és az állítás típusai, az érvelési hibák, a retorikai műfajok, a szöveg részei, a meggyőzés lépései

KÖTELEZŐ IRODALOM:

ADAMIK TAMÁS, A. JÁSZÓ ANNA, ACZÉL PETRA (2004): *Retorika*. Budapest: Osiris Kiadó. 349-367, 396-403.

URL: https://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/2011_0001_520_retorika/pr01.html

ACZÉL PETRA (2017): *Neked van igazad? Érvelés és meggyőzés a gyakorlatban*. Budapest: Tinta Kiadó. 13-36. o. (A feladatok, hosszabb példák értelemszerűen, kimaradnak.),

illetve a *Meggyőző kommunikáció, retorika* c. előadás tananyaga.

AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

BILLIG, MICHAEL (1999): *Arguing and Thinking. A Rhetorical Approach to Social Psychology*. New York: Cambridge University Press.

10. TÉTEL: PRAGMATIKA

A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

szemantika, pragmatika, formális szemantika, kontextus, beszédaktus, pragmatikai jelentés, implikátúra, együttműködési elv, társalgási maximák

KÖTELEZŐ IRODALOM:

SZILI KATALIN (2013): *Tetté vált szavak: A beszédaktusok elmélete és gyakorlata*. Budapest: Tinta Kiadó. 2. fejezet (39-64. o.).

AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

SÍKLAZI ISTVÁN (szerk.) (2008): *Szóbeli befolyásolás: I. Nyelv, gondolkodás, kultúra*. Budapest: Typotex Kiadó.

SZILI KATALIN (2013): *Tetté vált szavak: A beszédaktusok elmélete és gyakorlata*. Budapest: Tinta Kiadó.

TÁTRAI SZILÁRD (2011): *Bevezetés a pragmatikába*. Budapest: Tinta Kiadó.

11. TÉTEL: AZ ÚJMÉDIA KOMMUNIKÁCIÓJA

A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

a digitális (új) média jellemzői, az információs társadalom, az „új” problémája, a médiakonvergencia, az újmédia „közönsége” és résztvevői, az újmédia használatának és befogadásának jellemzői

KÖTELEZŐ IRODALOM:

ACZÉL PETRA – ANDOK MONIKA – BOKOR TAMÁS (2015): *Műveljük a médiát!* Budapest: NMHH-Büvösvölgy. 139-160, 179-187. o. URL:

http://buvosvolgy.hu/dokumentum/108/aczel_muveljuk_a_mediat.pdf

illetve az *Újmédia-kommunikáció* c. előadás tananyaga

AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

ANDOK MÓNICA (2016): *Digitális média és mindennapi élet*. Budapest: L'Harmattan. 19-37. o.

FEHÉR KATALIN (2016): *Digitalizáció és új média*. Budapest: Akadémiai Kiadó. 19-47, 95-117. o.

12. TÉTEL: PR ÉS MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓS TERVEZÉS

A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

Reklám vs. marketing, branding vs. employer branding, tartalommarketing, érzelemvezérelt marketing, újmédia-marketing, marketing 4.0, influencer marketing, gerillamarketing, a PR alapelvei és eszköztrendszere, a PR-interjú, a PR-cikk, a CSR, kríziskommunikáció

KÖTELEZŐ IRODALOM:

KOTLER, PHILIP – KELLER, KEVIN LANE (14. vagy 15. kiadás): *Marketing management*. Pearson. A marketingtervezéssel foglalkozó fejezet: a 14. kiadásban a 2. fejezet, 33-56. o.

NYÁRÁDY GÁBORNÉ – SZELES PÉTER (2011): *Public Relations I-II*. Budapest: Perfekt Kiadó. Tervezéssel foglalkozó fejezet: 337-382. o.

AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

BARLAI RÓBERT – KÖVÁGÓ GYÖRGY (2004): *Krízismenedzsment, kríziskommunikáció*. Budapest: Századvég Kiadó.

HEALEY, MATTHEW (2009): *Mi az a branding?* Budapest: Scolar Kiadó.

SÓS PÉTER JÁNOS (2011): *Mindennapi PR-ünk. Gyakorlati Public Relations*. Budapest: B. Swan Partners.