

## 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 belül prezentálja a szakdolgozatát, majd ezt követően maximum 5 percen belül megválaszolja a dolgozattal kapcsolatos bírálói kérdéseket, reflektál a helyben felmerülő és a bírálatokban megfogalmazott kérdésekre, véleményekre, kritikákra. A szakdolgozat bemutatásához prezentáció készítése kötelező, a diasor maximum 10 diát tartalmazhat, az alábbi formátumokban: Power Point, Pdf, Prezi vagy Emaze. A prezentáció javasolt tartalmi elemei a következők:

- a szakdolgozat lényegének 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;
- 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, de legfeljebb 10 perc lehet. A tételsor a tételcímekből, a kulcsfogalmakból, a kötelező és ajánlott irodalomból áll. A vizsgázó a záróvizsga során egy tételszámot húz, amelyet a tételek címét tartalmazó listáról azonosít. A záróvizsgán a kulcsfogalmakat és szakirodalmat nem tartalmazza a számozott tételsor.

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

### *Az MA záróvizsga tételsor tételei (részletesen ld. a következő oldalon):*

1. Kommunikációs stratégiák a marketingben
2. A meggyőzés kommunikációs, retorikai és pszichológiai aspektusai
3. Non-verbális kommunikáció
4. A közvetlen emberi kommunikáció leírása
5. Médiarendszerek, médiapolitikák
6. A mediatisztált társadalom kommunikációs tényezői
7. Az attitűd és az attitűdváltoztatás kommunikációs aspektusai
8. A médiakutatás elméletei, módszerei, eredményei
9. Társadalmi csoportok kommunikációs folyamatai
10. Az információs társadalom sajátosságai és kulturális hatásai
11. A kommunikáció kulturális keretei

## 1. TÉTEL: KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIÁK A MARKETINGBEN

### A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

A reklám fogalma, a reklám sajátosságai, marketingkommunikációs stratégia, marketingkommunikációs mix, kommunikációs célok a marketingkommunikációban, imázs, imázs és marketingkommunikáció kapcsolata, a kommunikáció célcsoportja, cégreklám

### KÖTELEZŐ IRODALOM:

BROCHAN, BERNARD – LENDREVIE, JACUES (2004): *A reklám alapkönyve*. KJK Kerszöv, Budapest. A következő fejezetek: I.1. fejezet: Előszó: Reklám definíciók (11-18. oldal); III.1. fejezet: A kommunikációs stratégia kidolgozása (113-139 oldal)

### AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

A reklámot és a marketingkommunikációs stratégiát bemutató fejezetek az alábbi tankönyvekben:

BAUER ANDRÁS – BERÁCS JÓZSEF (2006): *Marketing*. Aula Kiadó, Budapest.

KOTLER, P. – KELLER, K. L. (2006): *Marketing-menedzsment*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

ARENS, W. F. (2006): *Contemporary Advertising*. McGraw-Hill Irwin, 10th Edition.

## 2. TÉTEL: A MEGGYŐZÉS KOMMUNIKÁCIÓS, RETORIKAI ÉS PSZICHOLÓGIAI ASPEKTUSAI

### A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

A meggyőzés centrális és perifériás útja. Heurisztikák. Csalárd érvelés. Lehorgonyzás. Keretezés. A narratívum meggyőző hatása. A hangulat hatása a meggyőzésre. A kommunikátor 4 fő feladata a meggyőzésben. A meggyőzés taktikái – néhány példa.

### KÖTELEZŐ IRODALOM:

SÍKLAKI ISTVÁN (1994): *A meggyőzés pszichológiája*. Scientia Humana. 7-22. o. és 51-58. o. \*

### AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

SÍKLAKI ISTVÁN (szerk.) (2008): *Szóbeli befolyásolás I. / II.* Typotex, Budapest.

FORGÁCS JÓZSEF (1989): *A társas érintkezés pszichológiája*. Gondolat, Budapest. 295-316. o.

## 3. TÉTEL: NON-VERBÁLIS KOMMUNIKÁCIÓ

### A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

A non-verbális kommunikáció funkciói. A beszélgetés szinkronizálása. A tekintet és a szemkontaktus jelentősége. A gesztusok jelző funkciói. Non-verbális csatornák szerepe a metakommunikációban. A hazugság non-verbális jelenségei. A külső megjelenés szerepe. Az érzelmek kifejezése. Proxemika.

### KÖTELEZŐ IRODALOM:

BUDA BÉLA – LÁSZLÓ JÁNOS (1981): *Beszéd a szavak mögött*. Tömegkommunikációs Kutatóközpont, Budapest.

### AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

HALL, EDWARD T. (1980): *Rejtett dimenziók*. Gondolat, Budapest.

MORRIS, DESMOND (1990): *Testközelben*. Gondolat, Budapest.

EKMAN, PAUL (2011): *Beszédes hazugságok*. Kelly Kiadó Kft. Budapest.

#### 4. TÉTEL: A KÖZVETLEN EMBERI KOMMUNIKÁCIÓ LEÍRÁSA

##### A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

A közvetlen emberi kommunikáció tényezői és jellemzői, megközelítésének, elemzésének lehetőségei. Kommunikátor, kapcsolat, interakció, jelentés, kontextus fogalmai és összefüggései, dinamikái a közvetlen kommunikációban. Tudományági megközelítések.

##### KÖTELEZŐ IRODALOM:

ROSENGREN, ERIK (2004): *Kommunikáció*. Typotex, Budapest. 91-121.

##### AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

BAXTER, LESLIE A. – BRAITHWAITE, DAWN O. (eds.) (2008): *Engaging in Interpersonal Communication. Multiple Perspectives*. Sage, Thousand Oaks, CA.

HORÁNYI ÖZSÉB (szerk.) (2003): *Kommunikáció I-II*. General Press, Budapest. I. kötet: 213-255. o. / II. kötet: 13-153. o.

LITTLEJOHN, STEPHEN W. – FOSS, KAREN A. (eds.) (2008): *Theories of Human Communication*. Thomson-Wadsworth, Belmont, CA.

#### 5. TÉTEL: MÉDIARENSZEREK, MÉDIAPOLITIKÁK

##### A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

A Hallin-Mancini modellek csoportképző ismérvei; a mediterrán vagy polarizált pluralista modell; az észak-európai vagy demokratikus korporatista modell; az észak-atlanti vagy liberális modell; instrumentalizmus a médiában; a „hitvalló újságírás” hagyománya; az újságírói objektivitás elve; a racionális-legális uralom hatásai a médiarendszerekre; a „belső sajtószabadság”

##### KÖTELEZŐ IRODALOM:

HALLIN, D. C. – MANCINI, P. (2008): *Médiarendszerek*. AKTI – Gondolat Kiadó, Budapest. 37-60. és 82-91. old.

##### AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

POLYÁK GÁBOR (szerk.) (2010): *Médiapolitikai szöveggyűjtemény*. AKTI – Gondolat Kiadó, Budapest.

#### 6. TÉTEL: A MEDIATIZÁLT TÁRSADALOM KOMMUNIKÁCIÓS TÉNYEZŐI

##### A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

Virtuális valóság, digitalizáció, mindennapi használat, tudományos távlatok, külső – belső világ, nyitottság

##### KÖTELEZŐ IRODALOM:

FEHÉR KATALIN: *A virtuális valóság és az új média generációja*. Médiakutató, 2008 tavasz. 9. évf. 1. szám, 83-94. o. Online: [http://www.mediakutato.hu/cikk/2008\\_01\\_tavasz/06\\_virtualis\\_valosag\\_uj\\_media](http://www.mediakutato.hu/cikk/2008_01_tavasz/06_virtualis_valosag_uj_media)

ROPOLYI LÁSZLÓ: *A virtuális valóság természetéről*. In: PLÉH CSABA – KAMPIS GYÖRGY – CSÁNYI VILMOS (szerk.): *Az észleléstől a nyelvig*. Gondolat, Budapest, 2004. 30-55. o. Online: [http://www.academia.edu/1449120/A\\_virtualis\\_valosag\\_termeszeterol](http://www.academia.edu/1449120/A_virtualis_valosag_termeszeterol)

##### AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

FEHÉR KATALIN: *A virtuális valóság metaforái*. Médiakutató, 2006 nyár. 7. évf. 2. szám. Online: [http://www.mediakutato.hu/cikk/2006\\_02\\_nyar/06\\_virtualis\\_valosag\\_metaforai](http://www.mediakutato.hu/cikk/2006_02_nyar/06_virtualis_valosag_metaforai)

## 7. TÉTEL: AZ ATTITŰD ÉS AZ ATTITŰDVÁLTOZTATÁS KOMMUNIKÁCIÓS ASPEKTUSAI

### A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

Az attitűdváltoztatás pszichoanalitikus, behaviorista és kognitív pszichológiai technikái. Az attitűd funkciói és a befolyásolás technikái. A meggyőzés centrális és perifériális útjai. A reaktancia és a paradox intervenció jelensége. A szubliminális ingerlés, valamint a technikát igazoló és cáfoló adatok. A befolyásolás szintjei. A meggyőzés kognitív folyamatmodellje.

### KÖTELEZŐ IRODALOM:

FORGÁCS ATTILA (2009 valamint 2011): *Az attitűdök jelentősége az üzleti világban*. In: FORGÁCS ATTILA – KOVÁCS ZOLTÁN – BODNÁR ÉVA – SASS JUDIT (szerk.): *Alkalmazott pszichológia. Szociálpszichológia, Munka- és szervezetpszichológia*. Aula Kiadó, Budapest. 26-34. o. valamint 59-84. o.

### AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

PACKARD, VANCE (1971): *A rejtett rábeszélők*. In: PACKARD, VANCE: *Feltörekvés, reklám szexualitás Amerikában*. Gondolat, Budapest. 123-204.o.

PRATKANIS, ANTHONY R. – ARONSON, ELLIOT (2001): *A rábeszélőgépj*. Ab Ovo Kiadó, Budapest.

CIALDINI, ROBERT (1999): *A befolyásolás lélektana. A meggyőzés pszichológiája*. Corvinus, Budapest.

## 8. TÉTEL: A MÉDIAKUTATÁS ELMÉLETEI, MÓDSZEREI, EREDMÉNYEI

### A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

Média kutatás, módszertan, kvalitatív és kvantitatív médiaelemzések, közönségkutatás, intézményi kutatás, médiaszöveg-elemzés, adatelemzés, fókuszcsoporth, interjú, tartalomelemzés, résztvevő megfigyelés.

### KÖTELEZŐ IRODALOM:

STOKES, JANE (2008): *A média- és kultúrakutatás gyakorlata*. Gondolat Kiadó, Budapest. 66-107. o.

### AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

BABBIE, EARL (2006) *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest.

BERGER, ARTHUR ASA (2012) *Media Analysis Techniques*. Sage, San Francisco, 4th ed.

VICSEK LILLA (2006) *Fókuszcsoporth*. Osiris Kiadó, Budapest.

## 9. TÉTEL: TÁRSADALMI CSOPORTOK KOMMUNIKÁCIÓS FOLYAMATAI

### A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

Egyén, csoport, szervezet, csoportdinamika, szociogram, véleményáramlat, nyilvánosság, közérdek, hír, tematizáció, társadalmi hálózat.

### KÖTELEZŐ IRODALOM:

CHRISTAKIS, NICHOLAS A. – FOWLER, JAMES H. (2010): *Kapcsolatok hálójában*. Typotex Kiadó, Budapest. 19-49. o.

### AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

ANHEIER, HELMUT – GLASIUS, MARLIES – KALDOR, MARY (2004): *A globális civil társadalom bemutatása*. In: ANHEIER, HELMUT – GLASIUS, MARLIES – KALDOR, MARY (szerk.): *Globális Civil Társadalom I*. Typotex Kiadó, Budapest. 17-45. o.

BOURDIEU, PIERRE (1978): *Az értelmiségi hagyomány és a társadalmi rend megőrzése*. In: *Társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése: tanulmányok*. Gondolat Könyvkiadó, Budapest.

CHANDHOLE, NEERA (2004): *A globális civil társadalom határai*. In: ANHEIER, HELMUT – GLASIUS, MARLIES – KALDOR, MARY (szerk.) *A globális civil társadalom II*. Typotex Kiadó, Budapest. 59-84. o.

MÉREI FERENC (2004): *Közösségek rejtett hálózata*. Osiris Kiadó, Budapest.

PICHARDO, NELSON A. (1997): *New Social Movements: A Critical Review*. In: *Annual Review of Sociology*, 23. 411-430. o.

TURNER, VICTOR (2002): *Liminalitás és communitas*. In: TURNER, VICTOR: *A rituális folyamat*. Osiris Kiadó, Budapest. 145-180. o.

## 10. TÉTEL: AZ INFORMÁCIÓS TÁRSADALOM SAJÁTÓSÁGAI ÉS KULTURÁLIS HATÁSAI

### A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

Új média, információs társadalom, digitális kultúra, interaktivitás, virtualitás, web 1.0, 2.0, 3.0, CMC (KMK), hálózati társadalom, technooptimizmus-technopesszimizmus.

### KÖTELEZŐ IRODALOM:

B. BERNÁT ISTVÁN – PAIS KÁROLYNÉ – RÉTFALVI GYÖRGYI – SZILÁGYI ERZSÉBET – TURI LÁSZLÓ (2012): *Média, Kultúra, kommunikáció*. Libri, Budapest. IV. fejezet, RÉTFALVI GYÖRGYI: *Új média*.

### AJÁNLOTT SZAKIRODALOM:

MILLER, VINCENT (2011): *Understanding Digital Culture*. Sage, London.

ROPOLYI LÁSZLÓ (2006): *Az internet természete*. Typotex, Budapest. 233-275. o.

SPARKS, COLIN (2007): *Az internet és a globális közzsféra*. In: ANGELUSZ RÓBERT–TARDOS RÓBERT – TERESTYÉNI TAMÁS (szerk.): *Média, nyilvánosság, közvélemény*. Budapest: Gondolat. 1007-1026. o.

TAPSCOTT, DON – WILLIAMS, ANTHONY (2007): *Wikinómia*. HVG Kiadó, Budapest. 17–45. o.

## 11. TÉTEL: A KOMMUNIKÁCIÓ KULTURÁLIS KERETEI

### A TÉTEL FŐ PONTJAI, KULCSFOGALMAI:

Fogalmi keret definíciója és annak fő tulajdonságai, megfelelés, fogalmi metonímia és metafora, metonímia és metafora nyelvi és azon kívüli megnyilvánulásai, kulturális modellek, sztereotípiák.

### KÖTELEZŐ IRODALOM:

KÖVECSES ZOLTÁN – BENCZES RÉKA (2010): *Kognitív nyelvészet*. Budapest, Akadémiai Kiadó. 4, 5, 6. fejezet.

### AJÁNLOTT IRODALOM:

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

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