

TANTÁRGY ADATLAPJA

A tömegkommunikáció szocioantropológiája

Egyetemi tanév 2025/2026

1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	Babeş-Bolyai Tudományegyetem
1.2 Kar	Szociológia és Szociális Munkásképző Kar
1.3 Intézet	Magyar Szociológia és Szociális Munka Intézet
1.4 Szakterület	Szociológia
1.5 Képzési szint	Alapképzés
1.6 Szak / Képesítés	Antropológia
1.7 Képzési forma	Nappali/látogatásos

2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	A tömegkommunikáció szocioantropológiája		A tantárgy kódja ALM1602				
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	Dr Magyarai Tivadar, egyetemi docens						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	Dr Magyarai Tivadar, egyetemi docens						
2.4 Tanulmányi év	2	2.5 Félév	3	2.6. Értékelés módja	F. Vizsga	2.7 Tantárgy típusa	DF

3. Teljes becsült idő (az oktatási tevékenység féléves óraszama)

3.1 Heti óraszám	4	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor	2
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	56	melyből: 3.5 előadás	28	3.6 szeminárium/labor	28
A tanulmányi idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					30
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					23
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					30
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					5
Vizsgák					6
Más tevékenységek: adatgyűjtés					0
3.7 Egyéni munka össz-óraszama				94	
3.8 A félév össz-óraszama				150	
3.9 Kreditszám				6	

4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	nincsenek
4.2 Kompetenciabeli	nincsenek

5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	Számítógéppel és vetítővel felszerelt előadóterem
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	Számítógéppel és vetítővel felszerelt tanterem

6.1 Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	A tömegkommunikáció területén végzett szociológiai kutatások megtervezése és megvalósítása (társadalmi adatok gyűjtése, feldolgozása és elemzése) szervezetekben és közösségekben; kulturális kutatások, piackutatások stb. Az antropológiai szemlélet, valamint a szakterületre jellemző etika és gyakorlat adekvát alkalmazása. Szakmai tanulmányok elkészítése. Etnográfiai adatok gyűjtése és feldolgozása
Transzverzális kompetenciák	A szorgalmas, hatékony, pontos munkavégzésre irányuló stratégiák alkalmazása, valamint a személyes felelősségvállalás az eredményekért, a szakmai etikai kódex elveinek, normáinak és értékeinek alapján; A csoportos kapcsolattartás technikáinak alkalmazása, empatikus interperszonális kommunikációs képességek és a csapatmunkában megkívánt szerepek vállalása; Az információforrások és a szakmai képzést támogató kommunikációs eszközök (internetes portálok, szakterületi szoftveralkalmazások, adatbázisok, online kurzusok stb.) hatékony használata román nyelven és egy nemzetközi forgalomban lévő idegen nyelven egyaránt; Egy nemzetközi forgalomban lévő idegen nyelv használata a szakirodalom tanulmányozásához, tudományos szövegek megírásához és a kutatási eredmények nemzetközi közönség előtti bemutatásához.

6.2. Tanulási eredmények

Ismeretek	C1. A hallgató/végzett hallgató ismeri, megfogalmazza és leírja a tömegmédiakutatásban használt fogalmakat, elméleteket és paradigmákat az egyének, csoportok, szervezetek, intézmények, társadalmi kategóriák és közösségek szintjén; továbbá elemzi ezek kapcsolatait, valamint a társadalmi struktúra, folyamatok és dinamika vizsgálatában alkalmazott módszertanokat. C2. A hallgató/végzett hallgató meghatározza, osztályozza és kiválasztja a tömegkommunikációhoz kapcsolódó társadalmi problémák kutatásában és megoldásában alkalmazott módszereket, technikákat és eljárásokat.
Képességek	A1. A hallgató/végzett hallgató speciális szoftveralkalmazásokat és programokat használ a társadalmi, gazdasági és kulturális mutatókat tartalmazó adatbázisok kezelésére és az ezekhez kapcsolódó problémák megoldására. A2. A hallgató/végzett hallgató képes azonosítani a társadalmi jelenségek kutatásához és az empirikus adatok gyűjtéséhez szükséges megfelelő módszereket, technikákat, eljárásokat és eszközöket.
Felelősség és önállóság	R1. A hallgató/végzett hallgató képes társadalmi diagnózisokat készíteni és értelmezni az egyéneket, csoportokat, közösségeket vagy szervezeteket érintő társadalmi problémák vonatkozásában. R2. A hallgató/végzett hallgató képes társadalmi, gazdasági és kulturális mutatókból felépített adatbázisokat kezelni speciális szoftveres eljárások és alkalmazások segítségével.

7. A tantárgy célkitűzései (az elsajátítandó jellemző kompetenciák alapján)

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	A cél az, hogy világos megértést adjon arról, miként működik a tömegmédiá társadalmi intézményként, illetve a jelentések társadalmi előállításának, terjesztésének és legitimálásának mechanizmusaként.
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	A kurzus azt magyarázza el, hogyan épülnek fel az üzenetek és a nyilvános napirendek, miként alakulnak és változnak a közönség véleményei, attitűdjei és viselkedései, valamint milyen szerepet játszik a hatalom, a gazdasági érdekek és a kulturális normák az információ kiválasztásában és bemutatásában. Ezzel párhuzamosan célja a médiatartalmak és hatásaik kritikai elemzési képességének fejlesztése – a digitális platformok, az algoritmusok és a dezinformáció mai összefüggéseiben is –, hogy a résztvevők szilárd szociológiai fogalmakra és módszerekre támaszkodva értékelni tudják a forrásokat, a befolyásolási stratégiákat és a tömegkommunikáció társadalmi következményeit.

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. A modern tömegmédiá kialakulása: a nyilvánosság, a tömegkommunikáció és a mediatizáció; szociológia: modernitás és tömegkultúra.	alkalmazások bemutatása és előadás; ezt kiegészíti az előadások azonos tartalmú videós változata	A kurzus egyes témái nem kötelezőek, kiegészítik a többi. Ezeket bármelyik

<ol style="list-style-type: none"> 2. Az írott sajtó a 19. századtól: tömegsajtó, professzionalizáció, bulvársajtó; szociológia: társadalmi rétegződés és intézményi szerep. 3. Az írott sajtó a 20. századtól az internetig: koncentráció, digitalizáció, platformosodás; szociológia: fragmentáció és bizalom. 4. A rádiózás szakaszai: közszolgálati–kereskedelmi–online/podcast; mai szerep: sajtómárkák audiokiterjesztése. 5. A televíziózás: a csoportos nézéstől a streamingig és az individualizációig; szociológia: háztartás, időmérleg, generációk. 6. Médiaelméletek I.: hatáselméletek, agenda-setting, framing, kultiváció; szociológia: normák és integráció. 7. Médiaelméletek II.: kritikai elméletek, hegemonia, kulturális tanulmányok, mediatizáció; szociológia: hatalom és reprezentáció. 8. A mai médiarendszer: konvergencia, hibrid fogyasztás, dezinformáció; szociológia: identitás, polarizáció, bizalom. 9. A média logikája és intézmények: kapuórzés (gatekeeping), hírérték, szerkesztőségi rutinok 10. Nyilvánosságelméletek: Habermas, ellen-nyilvánosságok, pluralizmus, közszolgálatosság; szociológia: részvétel és egyenlőtlenség. 11. Technológia és társadalom: McLuhan, SCOT, konvergencia és platformosodás; szociológia: használati normák és gyakorlatok. 12. Algoritmikus nyilvánosság: figyelemgazdaság, ajánlórendszerek, „buborék” viták 		<p>hallgató alaposan tanulmányozza, hogy 7-nél magasabb osztályzatot kapjon. A hallgatók pontosan a félév elején kapnak tájékoztatást minden részletről.</p>
<p>Könyvészet Magyari Tivadar, Adatfelvételi módszerek a társadalomkutatásban. Presa Universitara Clujena 2005</p> <p>Freedman, D, Pisani, R, Statistics, Norton Inc and Co, 1998, WDC</p> <p>Babbie Earl, A társadalomtudományi kutatás gyakorlata, Balassi Kiadó, Budapest, 1995</p> <p>Héra Gábor, Ligeti György, Módszertan, Osiris Kiadó, Budapest, 2005</p>		
<p>8.2 Szeminárium / Labor</p> <p>A tömegmédia születése Tömegsajtó Digitális fordulat A rádió ma TV és individualizáció Médiahatások Kritikai nézőpontok Konvergencia Hírgyártás Nyilvánosságok Technika és társadalom Algoritmusok és figyelem</p>	<p>Didaktikai módszerek</p> <p>csoportmunka szemléletés</p>	<p>Megjegyzések</p>

Könyvészet

McQuail Dennis, A Tömegkommunikáció elmélete, Osiris 2003

Bryman, Alan (1988) *Quantity and Quality in Social Research* London: Unwin Hyman

Dane, Francis, C. (1990) *Research Methods* Pacific Grove, California: Brooks/Cole

Denzin N.K., Lincoln Y. S. (szerk.) (1994) *Handbook of Qualitative Research* London: Sage
Jankowskim N. W., Wester F. (1991) „The qualitative tradition in social science inquire in Jensen K. B. , Jankowski, H. W. (szerk) *Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research* London: Routledge

Kaplan, Abraham (1964) *The Conduct of Inquiry* San Francisco: *Methodology for Behavioral Science* Pennsylvania: Scranton Chandler









9. Az episztemikus közösségek képviselői, a szakmai egyesületek és a szakterület reprezentatív munkáltatói elvárásainak összhangba hozása a tantárgy tartalmával.

A plágiumellenes szabályok megismerése és alkalmazása.

10. Értékelés

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
10.1. Előadás	folyamatos értékelés; vizsga, írásbeli, a projektek és szöveges kidolgozások szóbeli megvédésével; parciális vizsgák lehetősége		50%
10.2. Szeminárium / Labor	vizsga, írásbeli, a projektek és szöveges kidolgozások szóbeli megvédésével		50%
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei:			
alapszintű ismeretek; plágium esetén kizárás			

11. SDG ikonok (Fenntartható fejlődési célok/ Sustainable Development Goals)¹

Kitöltés dátuma

2025.04.28.

Előadás felelőse

Magyari Tivadar

Szeminárium felelőse

Magyari Tivadar

Az intézeti jóváhagyás dátuma

Intézetigazgató

¹ Csak azokat az ikonokat tartsa meg, amelyek az [SDG-ikonoknak az egyetemi folyamatban](#) történő alkalmazására vonatkozó eljárás szerint illeszkednek az adott tantárgyhoz, és törölje a többit, beleértve a fenntartható fejlődés általános ikonját is – amennyiben nem alkalmazható. Ha egyik ikon sem illik a tantárgyra, törölje az összeset, és írja rá, hogy „Nem alkalmazható”.