

**obowiązujące od roku akad. 2018/2019**

**ZAGADNIENIA EGZAMINACYJNE  
DZIENNIKARSTWO I MEDIOZNAWSTWO**

**KATEDRA FOTOGRAFII I GENOLOGII DZIENNIKARSKIEJ**

**Cześć fotograficzna**

1. Omów zagadnienia podejmowane w fotografii autoportretowej, charakteryzując twórczość pięciu wybranych autorów.
2. Scharakteryzuj twórczość trzech wybranych współczesnych mistrzów fotoreportażu.
3. Cechy charakterystyczne fotografii „szkoły Becherów” i ruchu „Nowych topografów”, najważniejsi przedstawiciele i ich wybrane realizacje.
4. Kolor jako istotny środek wyrazu w fotografii na przykładach twórczości trzech wybranych autorów.
5. Na przykładzie twórczości pięciu fotografów portrecistów opisz cechy charakterystyczne dla ich stylów.
6. Najważniejsze światowe i krajowe konkursy fotografii prasowej, ich rola dawniej i dziś.
7. Omów co najmniej dwie szkoły fotografii pejzażu, wskaż głównych przedstawicieli oraz opisz cechy charakterystyczne ich warsztatu.
8. Wymień najważniejsze XIX-wieczne techniki rejestracji obrazu fotograficznego i cechy charakterystyczne uzyskiwanych obrazów.
9. Narodziny fotografii mody, jej prekursorzy, pierwsze czasopisma modowe.
10. Prasowy fotoreportaż lat 50. i 60. XX w. w Polsce i na świecie oraz jego mistrzowie.
11. Wyjaśnij pojęcia decydującego i niedecydującego momentu, z jakimi rodzajem fotografii i z którymi autorami kojarzone są te pojęcia?
12. Różnice i podobieństwa w twórczości fotografów związanych z surrealizmem i nową rzeczowością.
13. Fotografia otworkowa; zasada działania, cechy charakterystyczne obrazu, autorzy realizujący prace tą metodą, wybrane realizacje.
14. Wymień sposoby klasyfikacji obiektywów fotograficznych i typy obiektywów według tych kategoryzacji.
15. Opisz zasady działania zapisu i edycji barw w fotografii cyfrowej.
16. Wyjaśnij pojęcia: światło białe, temperatura barwowa, balans bieli; opisz sposoby dostosowywania narzędzia rejestracji obrazu do różnych temperatur barwowych.
17. Wyjaśnij pojęcie *dane EXIF* i wymień, co mogą one zawierać.
18. Formaty zapisu plików cyfrowych i obszary ich wykorzystania.
19. Metody i przyrządy do pomiaru światła, stosowane przez fotografów.
20. Opisz etapy procesu negatywowo-pozytywowego.
21. Wymień podstawowe parametry wpływające na jasność obrazu oraz omów dodatkowy wpływ tych parametrów na plastykę obrazu.
22. Wymień i scharakteryzuj najczęściej stosowane oprogramowanie do postprodukcji fotograficznej.
23. Fotografia bez aparatu fotograficznego – techniki i ich autorzy.

24. Wyjaśnij na przykładach pojęcia *perspektywa powietrzna* i *perspektywa linearna*.
25. Wymień cechy charakterystyczne kompozycji zamkniętej, otwartej, statycznej, dynamicznej.

### **Cześć genologiczna**

26. Cechy publicystyki na przykładzie artykułu publicystycznego.
27. Gatunki dziennikarskie oparte na dialogu – role dziennikarza.
28. Felieton a komentarz – różnice wzorca gatunkowego.
29. Gatunek dziennikarski a format na przykładzie wybranych programów telewizyjnych.
30. Reportaż dziennikarski i jego typologie formalne.
31. Doku-nowela i doku-drama jako różne formy przekazów dokumentalnych.
32. Wiadomość jako odmiana informacji – charakterystyka wzorca gatunkowego.
33. Istota synkretyzmu gatunkowego na przykładzie wybranych gatunków prasowych i programów telewizyjnych.
34. Formatowanie ramówek radiowych – skala zjawiska, przyczyny i konsekwencje.
35. Prawda i fikcja w reportażu.
36. Wybitni współcześni polscy reportażyści.
37. Kanon reportażu według M. Wańkowicza.
38. Felieton – geneza, ewolucja, cechy gatunkowe.
39. Techniki manipulowania informacją w mediach.
40. Gatunkowe typologie fotografii prasowej.

## **KATEDRA ANTROPOLOGII MEDIÓW**

### **EGZAMIN LICENCJACKI**

1. Na czym polega figura wroga? Jak działa w polityce?
2. Retoryka a logika. Czym się różni retoryka od logiki?
3. Kluczowe cechy mówcy, mające wpływ na jego perswazyjność.
4. Cechy stylistyczne języka reklamy.
5. Figury retoryczne i tropy. Działanie perswazyjne.
6. Słowa kluczowe. Jak funkcjonują? Na co wskazują?
7. Argumenty uczciwe i nieuczciwe w dyskusji.
8. Czym są toposy? Jak się je wykorzystuje perswazyjnie?
9. Manipulacja, perswazja, propaganda – jakie są pomiędzy nimi różnice?
10. Mowa nienawiści a etyka języka i prawa do dyskusji publicznej.

### **EGZAMIN MAGISTERSKI**

1. Mediatyzacja jako problem epistemologiczny.
2. Media w kształtowaniu symulakrycznej kultury audiowizualnej.
3. Społeczne i kulturowe skutki wynalezienia alfabetu fonetycznego.
4. Historia społecznego rozwoju mediów.
5. Kultura w mediach. Media w kulturze.

6. Odbiorca sztuki współczesnej – zdystansowany obserwator czy aktywny egzegeta?
7. Psychologizm w literaturze a emocjonalizacja przekazu medialnego.
8. Mit dzisiaj. Relacja między znakiem współczesnym, naturą a historią w kontekście myśli Rolanda Barthes'a.
9. Interpretacja tekstu literackiego. Metody, teorie, perspektywy.
10. Rola i znaczenie czasopism w Awangardzie.
11. Oddziaływanie mediów w świetle wybranych teorii komunikowania społecznego.
12. Charakterystyka czynników wspomagających oraz hamujących zamierzone skutki oddziaływania mediów.
13. Dysfunkcyjne skutki działania mediów masowych.
14. Metafory ekranu i znaczenie monitora w kulturze. Wieloekranowość.
15. Telewizja jako forma kultury.
16. Społeczeństwo informacyjne – warunki funkcjonowania (korzyści i zagrożenia).
17. Warunki funkcjonowania i krytyczna ocena społeczeństwa masowego.
18. Gdzie jesteśmy – dokąd zmierzamy: wikinomia, netokracja, kultura uczestnictwa?
19. Czy Internet niszczy kulturę?
20. Multimedialność/intermedialność współczesnego teatru.
21. Transmisyjność jako nowy model kultury.
22. Media sztuki *versus* sztuka mediów.
23. Media i komunikacja społeczna jako temat/tworzywo i/lub wzorzec gatunkowy dzieła artystycznego. Na przykład: literacki „taniec z mediami”.

## **Katedra Języka Mediów**

### **EGZAMIN LICENCJACKI**

W czasie ustalania zestawu pytań na konkretny egzamin niniejsze zagadnienia mogą być zawężane i modyfikowane.

1. Norma i błąd językowy.
2. Style współczesnej polszczyzny.
3. Gatunek w komunikacji.
4. Sytuacja komunikacyjna w mediach – poziomy i uwarunkowania.
5. Wartościowanie w języku i komunikacji medialnej.
6. Informacja i perswazja w komunikacji medialnej – gatunki, zabiegi językowe.
7. Etykieta językowa we współczesnej komunikacji.
8. Językowe i medialne obrazy świata.
9. Tabloidy i tabloidyżacja na polskim rynku medialnym.
10. Oficjalność i potoczność w mediach.
11. Frazeologia we współczesnej polszczyźnie i komunikacji medialnej.
12. Metafora w myśleniu, języku i komunikacji medialnej.
13. Moda językowa – istota zjawiska i jego funkcje w komunikacji medialnej.
14. Komunikowanie o sobie w mediach – autoprezentacja i autopromocja.
15. Rozrywka w komunikacji medialnej – gatunki, zabiegi językowe.
16. Zapożyczenia – typy i funkcje.
17. Podstawowe tendencje rozwojowe współczesnej polszczyzny.
18. Perswazja i manipulacja – podstawowe techniki, wykładniki językowe.
19. Różnice między wymową a pismem .

20. Style wymowy.
21. Norma fonetyczna i jej poziomy.
22. Tendencje rozwojowe polskiej wymowy.
23. Norma akcentowa w języku polskim a/i błędy w akcentowaniu.
24. Prozodia języka polskiego.
25. Charakterystyka języka mediów w odniesieniu do różnych gatunków, zakresów i segmentów środków masowego przekazu.

## **EGZAMIN MAGISTERSKI**

W czasie ustalania zestawu pytań na konkretny egzamin niniejsze zagadnienia mogą być zawężane i modyfikowane.

1. Słownictwo jako reprezentacja świata.
2. Nominatywna i ekspresywna charakterystyka języka mediów.
3. Zróżnicowanie stylistyczne języka mediów.
4. Potoczność w mediach.
5. Kryteria poprawności językowej w środkach masowego przekazu.
6. Frazeologia i innowacje frazeologiczne w języku mediów.
7. Język mediów i jego odmiany.
8. Wartościowanie w języku mediów.
9. Metafora w tekstach dziennikarskich.
10. Szablon językowy. Wyrazy modne.
11. Język sportu.
12. Propaganda i manipulacja w języku mediów.
13. Grzeczność językowa w kontaktach społecznych i mediach.
14. Norma fonetyczna współczesnej polszczyzny a język dziennikarzy.
15. Zapożyczenia z języków obcych we współczesnych polskich mediach.
16. Język mediów – cechy charakterystyczne poszczególnych gatunków dziennikarskich.
17. Socjolekty, profesjolekty i biolekty w mediach.
18. Tabloidyżacja w języku współczesnych mediów polskich.
19. Pragmatyczne uwarunkowanie językowe w różnych sytuacjach medialnych.
20. Komunikacja medialna a rozrywka.
21. Norma językowa i błąd językowy we współczesnych mediach.
22. Różnice między mową a pismem i obrazem w komunikacji medialnej.
23. Językowe cechy charakterystyczne dla poszczególnych segmentów medialnych (np. prasa kobieca, język polityki, media społecznościowe).
24. Tendencje rozwojowe współczesnej polszczyzny medialnej (w różnych jej odmianach i zakresach).
25. Wykorzystanie środków poetyckich i retorycznych w języku mediów.

## **Katedra Prawa Mediów**

### **EGZAMIN LICENCJACKI**

1. Konstytucja jako podstawowe źródło prawa.
2. Trójpodział władzy i jego znaczenie w ustroju demokratycznym.
3. Zasada praworządności – istota i gwarancje.
4. Wolność słowa w Konstytucji RP – istota i granice.

5. Wolność prasy jako zasada ustrojowa. Znaczenie wolnej prasy w systemach demokratycznych.
6. Standardy wolności słowa i prasy w orzecznictwie Europejskiego Trybunału Praw Człowieka.
7. Dobra osobiste i ich ochrona w prawie cywilnym.
8. Istota i granice prawa do prywatności.
9. Ochrona czci w prawie cywilnym.
10. Przesłębstwo zniesławienia i zniewagi.
11. Granice krytyki dziennikarskiej.
12. Zasada szczególnej staranności i rzetelności dziennikarskiej – istota i znaczenie.
13. Ochrona wizerunku.
14. Zasady przygotowywania relacji procesowych.
15. Prawo do informacji.
16. Dostęp do informacji publicznej.
17. Ochrona dziennikarskich źródeł informacji.
18. Granice prawne prowokacji dziennikarskiej.
19. Autoryzacja.
20. Sprostowanie.
21. Rejestracja dzienników i czasopism w Polsce.
22. Organizacje medialne i ich kodeksy etyczne.
23. Scharakteryzuj pojęcie etyki normatywnej.
24. Zawód dziennikarza w systemach aksjologicznych.
25. Rodzaje, typy i systemy odpowiedzialności dziennikarskiej.

## **EGZAMIN MAGISTERSKI**

1. Przedmiot ochrony prawa autorskiego.
2. Stadia powstawania utworu.
3. Struktura formalna i merytoryczna utworu.
4. Podmiot prawa autorskiego.
5. Na czym polega domniemanie autorstwa utworu.
6. Kiedy można być współautorem utworu.
7. Omów dualistyczną koncepcję ochrony praw autorskich.
8. Omów autorskie prawa majątkowe.
9. Omów autorskie prawa osobiste.
10. Czym się różni prawo do korzystania z utworu od prawa przeniesienia prawa do utworu.
11. Co to jest dozwolony użytek osobisty.
12. Omów zakres przedmiotowy dozwolonego użytku publicznego.
13. Omów prawo do cytatu.
14. Omów zasady przejścia autorskich praw majątkowych w drodze dziedziczenia lub na podstawie umowy.
15. Co to jest umowa licencyjna i jakie są jej rodzaje.
16. Co to jest utwór pracowniczy.
17. Kiedy dziennikarz może wykorzystać wizerunek bez zezwolenia przedstawionej na nim osoby.
18. Co to jest integralność utworu.
19. Plagiat i jego postacie.
20. Ochrona autorskich praw osobistych.
21. Co to są pola eksploatacji.
22. Kim są osoby powszechnie znane.

23. Co to jest przedruk prasowy.
24. Jakie są przesłanki bezprawności w plagiacie.
25. Jakie przesłanki powinien spełniać utwór, aby podlegał ochronie prawno-autorskiej.

## **Katedra Systemów Medialnych**

### **EGZAMIN MAGISTERSKI**

#### **I. Zagraniczne systemy medialne (USA, Wielka Brytania, Niemcy, Francja, Rosja, Włochy, Hiszpania, Japonia)**

1. Główne dzienniki w największych krajach Europy (wg prestiżu, nakładu i zasięgu).
2. Światowe tygodniki opinii: ich profil, krąg odbiorców i afiliacje polityczne.
3. Najważniejsze dzienniki i tygodniki o profilu ekonomicznym (w Europie i na świecie).
4. Problemy wydawców (kryzys?) prasy drukowanej w USA i w Europie (przyczyny, przejawy, proponowane środki zaradcze).
5. Główne problemy radiofonii i telewizji w krajach europejskich – dualizm systemu, liberalizacja, komercjalizacja, deregulacja.
6. Media publiczne w USA – historia powstania oraz pozycja na rynku.
7. Nadawcy publiczni i komercyjni w Europie: sposób określania zadań mediów publicznych (tzw. misji) oraz systemy finansowania, rywalizacja z mediami komercyjnymi.
8. Wolność słowa (mediów) i sposoby jej pomiaru w różnych krajach.
9. Regulatory rynku mediów w USA i Europie: tryb powoływania oraz kompetencje i zadania.
10. Rynek informacji: największe światowe agencje informacyjne – ich regionalizacja i specjalizacja.
11. Typy własności na światowym rynku medialnym.
12. Rada Europy a media.
13. Trzy modele systemów medialnych (Hallin i Mancini).
14. Pojęcie i wymiary pluralizmu na światowym rynku medialnym.
15. Europa Środkowa i Wschodnia w badaniach porównawczych nad systemami medialnymi.

#### **II. Polski system medialny**

1. Media – definicja, klasyfikacje, funkcje, formy własności.
2. System medialny – pojęcie, struktura, ewolucja.
3. Prasa codzienna – definicja, struktura, zasięg, funkcje społeczne.
4. Magazyny – klasyfikacja według formuły wydawniczej i kręgu odbiorców.
5. Współczesna prasa lokalna – najważniejsze tytuły, funkcje, liderzy lokalnych rynków prasowych.
6. Koncerny medialne na polskim rynku prasowym – główni gracze i charakterystyczne cechy ich działalności.
7. Prasa wyznaniowa – struktura i funkcje społeczne; różnice między prasą religijną, wyznaniową i kościelną.
8. Tabloidy na polskim rynku prasowym – ich formuła wydawnicza i funkcje społeczne.

9. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji – miejsce i rola w systemie medialnym.
10. Polski rynek radiofoniczny (Polskie Radio SA – charakterystyczne cechy i struktura gatunkowa programów PR; ogólnopolscy nadawcy prywatni, proces koncesyjny, zmiany własnościowe, ewolucja programowa nadawców ogólnokrajowych; grupy rozgłośni radiowych – proces koncentracji, Radio Maryja jako nadawca społeczny).
11. Polski rynek telewizyjny: Telewizja Polska S.A. (zmiany we władzach telewizji publicznej i spory polityczne wokół tychże, rola Rady Programowej, ewolucja programowa głównych „anten” TVP, sposób finansowania telewizji publicznej); telewizyjni nadawcy prywatni.
12. Etapy transformacji rynku prasowego w Polsce po roku 1989.
13. Strategie rozwojowe telewizyjnych nadawców komercyjnych: Polsat i TVN (podobieństwa i różnice).
14. Etapy transformacji rynku internetu w Polsce.
15. Największe grupy medialne w Polsce (Agora SA, ZPR Media, Bauer Media, Ringier Axel Springer) – struktura własności, portfolio i strategie rozwojowe.

## **Katedra Komunikacji Społecznej i Public Relations**

### **EGZAMIN LICENCJACKI**

#### **SPECJALNOŚĆ PUBLIC RELATIONS I MARKETING MEDIALNY**

##### **Wiedza ogólnodziennikarska**

1. Wartościowanie w języku mediów.
2. Prasa codzienna i czasopisma w Polsce – liderzy, odbiorcy, cykl wydawniczy, tematyka, sposoby promowania.
3. Polska prasa lokalna i regionalna współcześnie – najważniejsze tytuły, funkcje, liderzy lokalnych i regionalnych rynków prasowych.
4. Koncerny medialne na polskim rynku – główni gracze i charakterystyczne cechy działalności, tytuły, stacje TV, radiowe, Internet.
5. Retoryka reklamy.
6. Językowe aspekty tworzenia wizerunku publicznego.
7. Uwarunkowania użycia języka w przekazach medialnych: gatunki, publiczności, autoprezentacje, perswazja.
8. Mediatyzacja polityki – analiza pojęcia.
9. Propaganda jako dziedzina perswazyjna (znaczenie pojęcia i zastosowanie).
10. Odpowiedzialność dziennikarza wobec źródła informacji.

##### **Wiedza public relations**

11. Definicje i strategie public relations.
12. CSR i PR – wzajemne związki.
13. Społeczny wymiar działań public relations.
14. Elementy teorii zarządzania PR (Management Theory of Public Relations).
15. Modele PR.
16. Skutki oddziaływania mediów.
17. Cechy sytuacji kryzysowej.
18. Etapy zarządzania sytuacją kryzysową.
19. Zasady RACE i ROSIE.
20. Pojęcia publiczności i organizacji w PR.

21. Najczęściej spotykane publiczności w praktyce PR.
22. Community relations.
23. PR a propaganda.
24. PR a reklama.
25. Branding, marka, wizerunek.
26. Marketing, promocja i reklama – relacje wzajemne.
27. Sfery zastosowań reklamy komercyjnej, politycznej i społecznej.
28. Rola publicity w PR.
29. Cechy efektywnych relacji z mediami (media relations).
30. Zastosowanie public relations w polityce.
31. Publiczności aktywistów i publiczności „niezainteresowanych”.
32. Etapy kształtowania się publiczności z punktu widzenia praktyka PR.
33. Techniki i narzędzia PR.
34. Dziedziny public relations.
35. Pojęcie tzw. „czarnego PR”.
36. Rola i miejsce badań w PR.
37. Etyka w public relations.
38. Znaczenie komunikacji wewnętrznej w PR.
39. Marketing medialny a media relations.
40. Media społecznościowe w public relations.

## **EGZAMIN MAGISTERSKI**

### **SPECJALNOŚĆ PUBLIC RELATIONS I MARKETING MEDIALNY**

1. Omów przejawy tabloidyzowania się dzienników i czasopism.
2. Najważniejsze dzienniki i tygodniki (polskie i zagraniczne).
3. Wartościowanie w języku mediów.
4. Funkcje komunikowania.
5. Propaganda jako dziedzina perswazyjna (znaczenie pojęcia i zastosowanie).
6. Omów kryteria poprawności językowej.
7. Medialne koncerty prasowe na rynku polskim – wymień tytuły, omów cechy charakterystyczne ich działalności.
8. Media – definicje, klasyfikacje, funkcje, normy.
9. Polskie tygodniki opinii – tytuły, funkcje, profile tematyczne.
10. Omów (min. 3) modele komunikowania masowego.
11. Mediatyzacja polityki – analiza pojęcia.
12. Kompetencja komunikacyjna – definicja i elementy składowe.
13. Komunikacja niewerbalna – cechy charakterystyczne.
14. Poziomy komunikowania w systemie społecznym (piramida komunikowania).
15. Uwarunkowania użycia języka w przekazach medialnych – gatunki, publiczność, autoprezentacja, perswazja.
16. Gwarancje prawne wolności słowa w Polsce.
17. Ochrona dóbr osobistych.
18. Różnice między zniewagą a pomówieniem.
19. Sprostowanie i odpowiedź (przedmiot ochrony, zasady udzielania i publikacji).
20. Odpowiedzialność dziennikarza wobec źródła informacji.
21. Media a reklama – wzajemne relacje
22. Perswazyjna rola reklamy
23. Retoryka reklamy – podstawowe pojęcia
24. Media społecznościowe – cechy charakterystyczne
25. Internet – silne i słabe strony.
26. Ochrona dóbr osobistych w polskich rozwiązaniach prawnych.