

**Zestaw pytań do egzaminu magisterskiego na kierunku studiów:
dziennikarstwo i komunikacja społeczna/medioznawstwo
w Zakładzie Komunikacji Społecznej i Public Relations (2016 rok)**

1. Rola milczenia i przemilczenia w komunikacji.
2. Językowe aspekty tworzenia wizerunku publicznego.
3. Perspektywa dramaturgiczna w retoryce: najważniejsze założenia.
4. Mediatyzacja polityki – analiza pojęcia.
5. Sfery zastosowań reklamy komercyjnej, politycznej i społecznej
6. Omów różnice między zniewagą a pomówieniem .
7. Dostęp do informacji publicznej.
8. Krytyka podmiotowa i krytyka przedmiotowa
9. Zasada szczególnej staranności zawodowej dziennikarza.
10. Zasady legalności krytyki prasowej.
11. Bezpieczeństwo teleinformatyczne (zagrożenia, ochrona, identyfikacja, podpis elektroniczny).
12. Komeracja online.
13. Podstawowe funkcje i parametry sprzętu informatycznego i oprogramowania, które są wykorzystywane w codziennej pracy dziennikarza.
14. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (działalność prawodawcza, procesy koncesyjne na rynku radiowym i telewizyjnym, KRRiTV jako organ kontrolny)
15. Tabloidy – historia i współczesność – najważniejsze tytuły i cechy szczególne tabloidów.
16. Telewizja Polska S.A. - zmiany we władzach telewizji publicznej i spory polityczne wokół tychże, rola Rady Programowej, ewolucja programowa głównych „anten” TVP, sposób finansowanie telewizji publicznej.
17. Prasa lokalna i regionalna współcześnie – najważniejsze tytuły, funkcje, liderzy lokalnych i regionalnych rynków prasowych.
18. Koncentracja w mediach; amerykańskie i europejskie koncerny medialne o zasięgu światowym
19. Cechy dobrego komunikatu.
20. Definicja i rodzaje lobbingu.
21. Omów podstawowe cechy i umiejętności rzecznika prasowego.
22. Podział mediów masowych wg formy własności.
23. Społeczno- ekonomiczne uwarunkowania powstania kultury masowej.
24. Pojęcia "audytorium" i "publiczność"- definicje i różnice.
25. Kryteria obiektywnej informacji.
26. Periodyzacja dziejów wg Marshalla McLuhana (kryterium podziału i etapy).
27. Kryteria selekcji informacji w mediach wg Johana Galtunga i Marie Holmboe Ruge.
28. Omów negatywny i pozytywny wpływ reklamy na media z punktu widzenia interesu społecznego.
29. Społeczeństwo masowe- definicja i cechy.
30. Funkcje komunikacji niewerbalnej.
31. Marketing polityczny - zakres pojęcia.
32. Kryteria klasyfikacji gazet i czasopism.
33. Wpływ nowych mediów na funkcjonowanie mediów starszych.
34. Nowe i nowe-nowe media- kryteria podziału, chronologia i cechy.
35. Deformacja obrazu świata w mediach- teorie i hipotezy.
36. Pozytywne i negatywne strony obecności kapitału zagranicznego w mediach

37. Pojęcie wolności słowa i jej granice
38. Pojęcie i sposoby kształtowania wizerunku politycznego.
39. Techniki wywierania wpływu społecznego.
40. Dziennikarstwo obywatelskie i profesjonalne- ocena i tendencje.