

Dziennikarstwo i medioznawstwo

Egzamin pisemny

Egzamin pisemny na studia stacjonarne II stopnia na kierunku dziennikarstwo i medioznawstwo będzie miał charakter testu jednokrotnego wyboru.

Zagadnienia:

1. Główne kierunki transformacji systemu mediów po 1989 roku.
2. Zróżnicowanie stylistyczne języka mediów.
3. Potoczność w mediach.
4. Język i jego odmiany.
5. Rynek dzienników – charakterystyka danego rynku krajowego (najważniejsze tytuły, wg prestiżu, nakładu i zasięgu [Stany Zjednoczone, Wielka Brytania, Niemcy, Francja, Rosja])
6. Telewizyjni i radiowi nadawcy publiczni w USA i Europie [Wielka Brytania, Niemcy, Francja, Rosja].
7. Telewizyjni i radiowi nadawcy komercyjni w USA i Europie [Wielka Brytania, Niemcy, Francja, Rosja].
8. Bariery dla kapitału zagranicznego w mediach; przykłady (limity udziałów w rynku i inne warunki)
9. Rynek informacji: największe światowe agencje informacyjne; regionalizacja i specjalizacja
10. Media – definicje, klasyfikacje, funkcje, formy własności.
11. System prasowy i rynek prasowy – charakterystyka pojęcia.
12. Koncerny medialne na polskim rynku prasowym – główni gracze i charakterystyczne cechy ich działalności.
13. Tabloidy – historia i współczesność. Najważniejsze tytuły i cechy szczególne.
14. Dzienniki i tygodniki opinii – sytuacja na polskim rynku. Liderzy, główne tendencje i zmiany w ofercie, sposoby promowania, nowe formy reklamowe.
15. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (działalność prawodawcza, procesy koncesyjne na rynku radiowym i telewizyjnym, KRRiTV jako organ kontrolny).
16. Polski rynek radiofoniczny (Polskie Radio S. A. – charakterystyczne cechy i struktura gatunkowa programów, ogólnopolscy nadawcy prywatni, proces koncesyjny, zmiany własnościowa, ewolucja programowa nadawców ogólnokrajowych, grupy rozgłośni radiowych – proces koncentracji, Radio Maryja jako nadawca społeczny).
17. Retoryka reklamy
18. Schematy przekazywania treści w mediach.
19. Rodzaje interpretacji komunikatów medialnych.
20. Skutki oddziaływania mediów – główne koncepcje.

21. Mediatyzacja polityki – analiza pojęcia
22. Media masowe w systemie politycznym – doktryny medialne
23. Krytyka podmiotowa i krytyka przedmiotowa.
24. Charakterystyka reklamy komercyjnej, politycznej i społecznej.
25. Ochrona dóbr osobistych.
26. Prawo do informacji.
27. Ustawowe gwarancje wolności prasy
28. Odpowiedzialność dziennikarza wobec źródła informacji.
29. Przedmiot i podmiot prawa autorskiego.
30. Pojęcie plagiatu i jego postaci.
31. Strategia public relations.
32. Definicje public relations.
33. Rynek public relations w Polsce i na świecie.
34. Komunikacja dwukierunkowa (feedback, sprzężenie zwrotne) w PR.
35. Media społecznościowe w PR.
36. PR a reklama – podobieństwa i różnice.
37. Polityczne public relations a marketing polityczny.
38. Lobbying i public affairs.
39. Podstawowe techniki PR.
40. „Czarny PR” – cele i metody działania.
41. Rola badań w public relations.
42. Marketing, promocja, reklama – relacje wzajemne.
43. Public relations a marketing.
44. Najważniejsi przedstawiciele nurtów w fotografii XIX i XX wieku.
45. Najważniejsze ugrupowania i agencje fotograficzne XX wieku.
46. Współcześni wybitni przedstawiciele fotografii polskiej i światowej od 1990\
47. Najważniejsze europejskie konkursy, agencje, wystawy fotograficzne oraz wydawnictwa publikujące fotografię.
48. Wymień kilku znaczących reportażystów z międzywojnia, PRL i okresu po 89 roku.
49. Z jakimi przełomami w świecie mediów związałbyś powstanie pojęcia „dziennikarstwa obywatelskiego” .
50. Co to jest literatura lub teatr faktu? Jeśli znasz, wymień przedstawicieli.
51. Wymień znaczące polskie filmy dokumentalne, które zdobyły nagrody na festiwalach. Dlaczego uważasz je za znaczące?
52. Czy reportaż i film dokumentalny to to samo? Uzasadnij wypowiedź.

53. Jakie problemy uważasz za najważniejsze dla kondycji człowieka u progu XXI wieku?
54. Polskie festiwale filmowe: sytuacja na polskim rynku, główne tendencje, sposoby promowania.
55. Oral history: co można rozumieć przez to pojęcie, znaczenie w reportażu i filmie dokumentalnym.

Rozmowa kwalifikacyjna

Kandydaci którzy zaliczą egzamin pisemny otrzymają wiadomości w IRK lub e-mailowo o dokładnej godzinie i miejscu przeprowadzenia rozmowy kwalifikacyjnej. Nie ma możliwości zmiany terminu.

W trakcie rozmowy poddane zostanie pod ocenę predyspozycje i umiejętności dziennikarskie i artystyczne kandydata oraz jego portfolio. Oceniane także będą wiedza kandydatów oraz ich motywacja do podjęcia studiów na kierunku dziennikarstwo i medioznawstwo.

Przykładowymi zagadnieniami poruszonymi podczas rozmowy będą między innymi:

- dorobek kandydata (portfolio, wykształcenie, hobby, staże)
- znajomość aktualnych wydarzeń w Polsce i na Świecie
- wiedza z zakresu systemów medialnych (Polska, USA, Rosja, Niemcy, Francja, Wielka Brytania), etyki, gatunków dziennikarskich
- wiedza z zakresu teorii i praktyki PR, reklamy i marketingu, propagandy
- zagadnienia związane z historią i estetyką fotografii, podstawami fototechnicznymi oraz tematyką związaną ze współczesną fotografią
- zagadnienia związane z reportażem telewizyjnym oraz filmem dokumentalnym, jego historią oraz najnowszymi produkcjami, podstawowymi zagadnieniami technicznymi związanymi z przygotowaniem reportaży i filmów dokumentalnych

W skład portfolio mogą wchodzić:

- zaświadczenie z odbycia praktyk w redakcji lub wydawnictwie,
- opublikowane artykuły w prasie lub internecie (ksero gazety lub wydruk ze strony wraz ze źródłem),
- płyta z audycją radiową lub programem telewizyjnym, w którym kandydat brał udział,
- zaświadczenie z odbycia praktyk w agencji public relations lub instytucji public relations,
- opublikowane artykuły w prasie lub internecie o tematyce public relations (ksero gazety lub wydruk ze strony wraz ze źródłem),
- 30 zdjęć na nośniku cyfrowym, podpisane swoim imieniem i nazwiskiem oraz peselem. Prosimy przynieść płytę na egzamin pisemny. Zostanie ona oddana podczas rozmowy kwalifikacyjnej.

W przypadku braku portfolio komisja obniży ocenę końcową z rozmowy o jeden stopień.

Rozmowa będzie trwała ok. 10 minut.

Nieobecność na egzaminie pisemnym lub/oraz rozmowie kwalifikacyjnej dyskwalifikuje kandydata z całości postępowania rekrutacyjnego