

**ZAGADNIENIA EGZAMINACYJNE**  
**DZIENNIKARSTWO I MEDIOZNAWSTWO**  
**Obowiązujące od roku akad. 2020/2021**

**KATEDRA FOTOGRAFII I GENOLOGII DZIENNIKARSKIEJ**

**EGZAMIN LICENCJACKI**

**Część fotograficzna**

1. Fotografia otworkowa – zasada działania, cechy charakterystyczne obrazu, autorzy realizujący prace tą metodą, wybrane realizacje.
2. Wymień najważniejsze XIX-wieczne techniki rejestracji obrazu fotograficznego i cechy charakterystyczne uzyskiwanych obrazów. Wskaż cechy tych technik ważne do dziś. [L] [SEP]
3. Wymień sposoby klasyfikacji obiektów fotograficznych i typy obiektów według tych kategorizacji. Opisz różnice w odwzorowaniu planów zdjęciowych zależne od wybranego kąta widzenia obiektu.
4. Opisz zasady działania zapisu i edycji barw w fotografii cyfrowej.
5. Wyjaśnij pojęcia: światło białe, temperatura barwowa, balans bieli; opisz sposoby dostosowywania narzędzia rejestracji obrazu do różnych temperatur barwowych. [L] [SEP]
6. Wyjaśnij pojęcia dane EXIF i IPTC, wymień, co mogą one zawierać. [L] [SEP]
7. Formaty zapisu plików cyfrowych i obszary ich wykorzystania.
8. Wymień i scharakteryzuj najczęściej stosowane oprogramowanie do postprodukcji fotograficznej.
9. Metody i przyrządy do pomiaru światła, stosowane przez fotografów.
10. Opisz etapy procesu negatywowo-pozytywowego.
11. Wskaż czynniki, jakie należy uwzględnić ustalając czas naświetlania dla uzyskania nieporuszonego zdjęcia.
12. Wymień cechy charakterystyczne kompozycji zamkniętej, otwartej, statycznej, dynamicznej.
13. Scharakteryzuj twórczość pięciu wybranych współczesnych mistrzów fotoreportażu.
14. Najważniejsze światowe i krajowe konkursy fotografii prasowej, ich rola dawniej i dziś
15. Na przykładzie twórczości pięciu fotografów portrecistów opisz cechy charakterystyczne dla ich stylów.
16. Wymień i scharakteryzuj rodzaje źródeł światła stosowane w fotografii studyjnej.
17. Modyfikatory światła stosowane w fotografii studyjnej i charakterystyka uzyskiwanych za ich pomocą efektów.
18. Wymień sposoby klasyfikacji aparatów fotograficznych ze względu na budowę oraz omów wpływ wielkości matrycy na jakość/plastykę zdjęcia.

**Część genologiczna**

1. Gatunek dziennikarski a format na przykładzie wybranych programów telewizyjnych.
2. Informacja vs publicystyka – wyznaczniki rodzajowe.
3. Istota synkretyzmu gatunkowego na wybranych przykładach.
4. Wiadomość jako pełna informacja – charakterystyka wzorca gatunkowego.

5. Infografika jako gatunek informacyjny.
6. Recenzja jako gatunek dziennikarski.
7. Felieton a komentarz – różnice wzorca gatunkowego.
8. Rola dziennikarza w wywiadzie dziennikarskim.
9. Cele jawne i ukryte w wywiadzie dziennikarskim.
10. Talk show – struktura gatunkowa i funkcje.
11. Cechy gatunkowe reportażu dziennikarskiego.
12. Reportaż interwencyjny jako odmiana gatunkowa reportażu.
13. Cechy charakterystyczne paradokumentów.
14. Cechy wspólne reality show i talent show.
15. Techniki manipulowania informacją w mediach.

## **EGZAMIN MAGISTERSKI**

### **Część fotograficzna**

1. Omów zagadnienia podejmowane w fotografii autoportretowej, charakteryzując twórczość pięciu wybranych autorów. [1 SEP]
2. Cechy charakterystyczne fotografii „szkoły Becherów” i ruchu „Nowych topografów”, najważniejsi przedstawiciele i ich wybrane realizacje.
3. Kolor, jako istotny środek wyrazu w fotografii na przykładach twórczości trzech wybranych autorów. [1 SEP]
4. Omów, co najmniej dwie szkoły fotografii pejzażu, wskaż głównych przedstawicieli oraz opisz cechy charakterystyczne ich warsztatu.
5. Narodziny fotografii mody, jej prekursorzy, pierwsze czasopisma modowe. [1 SEP]
6. Prasowy fotoreportaż lat 50. i 60. XX w. w Polsce i na świecie oraz jego mistrzowie.
7. Wyjaśnij pojęcia decydującego i niedecydującego momentu, z jakimi rodzajem fotografii i z którymi autorami kojarzone są te pojęcia?
8. Różnice i podobieństwa w twórczości fotografów związanych z surrealizmem i nową rzeczowością.
9. Wymień podstawowe parametry wpływające na jasność obrazu oraz omów dodatkowy wpływ tych parametrów na plastykę obrazu. [1 SEP]
10. Fotografia bez aparatu fotograficznego – techniki i ich autorzy.
11. „Zapis socjologiczny” - opisz część dorobku Zofii Rydet znaną pod tym tytułem oraz trzy inne, wybrane, długoterminowe projekty fotograficzne.
12. Opisz zależność pomiędzy wielkością i odległością źródła a charakterem oświetlenia.
13. Wymień i scharakteryzuj twórczość trzech autorów, którzy traktowali tekst, jako integralną część obrazu fotograficznego w swoich znaczących realizacjach. [1 SEP]
14. Wyjaśnij na przykładach pojęcia perspektywa powietrzna i perspektywa linearna.
15. Wymień i scharakteryzuj twórczość trzech wybranych autorów, którzy w swoich znaczących realizacjach używali bardzo długich czasów naświetlania lub wielokrotnej ekspozycji.
16. Wymień pięciu twórców posługujących się fotografią wielkoformatową. Omów wpływ tego narzędzia na formę końcową ich projektów (aspekty techniczne i estetyczne).
17. Omów trzy wybrane przykłady sytuacji, w których fotografia wpłynęła na zmianę prawa lub postaw społecznych.
18. Opisz budowę reportażu fotograficznego posługując się trzema wybranymi przykładami.

19. Wymień trzy ważne agencje fotograficzne, opisz ich specyfikę, wymień założycieli, wybitnych przedstawicieli i przedstaw krótko ich historię.
20. Wymień i krótko omów pięć wybranych wystaw fotograficznych i pięć albumów.

### **Część genologiczna**

1. Bezgatunkowość mediów we współczesnym dyskursie medialnym.
2. Serwisy informacyjne jako megagatunkowa wypowiedź medialna.
3. Zasady konstrukcji informacji.
4. Cechy publicystyki na przykładzie artykułu publicystycznego.
5. Tweet jako gatunek w komunikowaniu politycznym.
6. Gatunki dziennikarskie oparte na dialogu – role dziennikarza.
7. Wywiad proporcjonalny, parafrazujący, autorytarny i stresujący – relacja władzy w wywiadzie.
8. Prawda i fikcja w reportażu.
9. Wybitni współcześni polscy reportażyści.
10. Felieton – geneza, ewolucja, cechy gatunkowe.
11. Charakterystyczne cechy paradokumentów na przykładzie scripted reality.
12. Doku-nowela i doku-drama jako różne formy przekazów dokumentalnych.

## **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 tabloidyzacja 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. Tabloidyzacja 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. Przestępstwo 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 prawnoautorskiej.

### **KATEDRA SYSTEMÓW MEDIALNYCH**

#### **EGZAMIN LICENCJACKI**

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.
16. System medialny –pojęcie, struktura, ewolucja.
17. Prasa codzienna –definicja, struktura, zasięg, funkcje społeczne.
18. Magazyny –klasyfikacja według formuły wydawniczej i kręgu odbiorców.
19. Współczesna prasa lokalna –najważniejsze tytuły, funkcje, liderzy lokalnych rynków prasowych
20. Koncerny medialne na polskim rynku prasowym –główni gracze i charakterystyczne cechy ich działalności.
21. Prasa wyznaniowa –struktura i funkcje społeczne; różnice między prasą religijną, wyznaniową i kościelną.
22. Tabloidy na polskim rynku prasowym –ich formuła wydawnicza i funkcje społeczne.
23. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji –miejsce i rola w systemie medialnym.
24. 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).
25. 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.

### **EGZAMIN MAGISTERSKI**

1. Wyjaśnij pojęcie „mediamorfoza”
2. Wyjaśnij na czym polega zjawisko fragmentacji popytu na media
3. Co oznacza określenie, że media są dobrem podwójnego rynku?
4. Wyjaśnij co to jest koncentracja mediów i w jaki sposób można ją zmierzyć?
5. Podaj, przynajmniej dwa, przykłady klasyfikacji rynków mediowych.
6. Gwarancje prawne wolności słowa w systemie Rady Europy i Unii Europejskiej
7. KRRiT – status, funkcje, kompetencje
8. Kategorie analizy systemów medialnych wg D. Hallina i P. Manciniego
9. Ewolucja prasy jako medium informacyjnego w epoce cyfrowej
10. Regulacja platform internetowych – wybrane przykłady polityki medialnej [np. UE

lub wybranego kraju europejskiego]

11. Etapy reformy mediów i demokratyzacji w Polsce po 1989 r.
12. Dywersyfikacja horyzontalna, wertykalna i multimedialna na przykładach firm medialnych w Polsce
13. Odrodzenie prasy w Polsce po 1989 r. – główne skutki
14. Konwergencja mediów, etapy ewolucji internetu oraz główne elementy nowych mediów.
15. Pluralizm w polityce Unii Europejskiej
16. Rankingi wolności słowa i mediów: Freedom House, Reporterzy Bez Granic, IREX, Media Pluralism Monitor
17. Definicja i poziomy analizy smart city.
18. Pojęcie i rola technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT) w procesach komunikacyjnych w mieście.
19. Infrastruktura mediów i typy komunikacji w smart city.
20. Miasto jako platforma komunikacyjna – definicja, cechy i narzędzia.

## **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.