

## **Zestaw pytań kierunkowych na egzamin dyplomowy dla kierunku Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna**

### **Gatunki dziennikarskie**

1. Małe gatunki informacyjne,
2. Gatunki publicystyczne.
3. Telewizyjny talk-show.
4. Cechy charakterystyczne dziennikarstwa internetowego.

### **Polski system medialny**

1. Elementy liberalnej doktryny medialnej w polskim systemie medialnym.
2. Podstawy prawne funkcjonowania polskiego systemu medialnego.
3. Telewizja publiczna w polskim systemie medialnym.
4. Komercyjne stacje telewizyjne w polskim systemie medialnym.

### **Dziennikarskie źródła informacji**

1. Zasoby informacji w kraju i na świecie.
2. Rzecznicy prasowi i eksperci jako formalne źródło informacji.
3. Dokumenty jako źródło informacji z uwzględnieniem najbardziej wiarygodnych.
4. Sposoby dotarcia do informacji czyli research. Kolejne fazy zbierania informacji.
5. Dziennikarstwo śledcze.

### **Kultura języka**

1. Sprawność językowa i sposoby jej osiągania.
2. Norma a uzus językowy
3. Rodzaje błędów językowych.
4. Tendencje rozwojowe współczesnej polszczyzny.

### **Prawo mediów**

1. Wolność prasy w Konstytucji RP.
2. Ograniczenia wolności prasy o charakterze prawnym.
3. Prawa dziennikarzy w świetle ustawy Prawo prasowe z 1984 r.
4. Znaczenie ustawy z 6 września 2001 o dostępie do informacji publicznej.
5. Obowiązki dziennikarzy w świetle ustawy Prawo prasowe z 1984 r.

### **Etyka dziennikarska**

1. Wizerunek współczesnego dziennikarza w świetle Kodeksu Etyki Dziennikarskiej.
2. Podstawowe zasady etyki dziennikarskiej w świetle Karty Etyki Mediów z 1995 roku.
3. Etyczne dylematy tabloidyzacji w praktyce dziennikarskiej na podstawie wybranych przykładów.
4. Manipulacja dziennikarska a rozwój technologii medialnych.

### **PR i reklama medialna**

1. Wyjaśnij czym jest reklama oraz przybliż etymologię pojęcia reklama.
2. Wyjaśnij czym są modele oddziaływania reklamy oraz przedstaw i scharakteryzuj model AIDA.
3. Wyjaśnij, czym jest wizerunek i wskaż, czym różni się on od tożsamości.
4. Przedstaw kategorie celów w public relations.