

Zestaw zagadnień na egzamin dyplomowy na kierunku dziennikarstwo i kultura mediów – studia I stopnia

1. System medialny w Polsce.
2. Wybrane modele systemów medialnych na świecie.
3. Wybrane teorie komunikowania masowego.
4. Pojęcie i specyfika współczesnego dyskursu medialnego.
5. Etyka w zawodzie dziennikarza.
6. Cechy dziennikarstwa internetowego
7. Podstawowe zasady etyki komunikacji.
8. Metody badania tekstów medialnych.
9. Główne czynniki polityczno-społeczne, kulturowe wpływające na przemianę języka mediów po 1989 roku.
10. Dziennikarskie gatunki publicystyczne.
11. Dziennikarskie gatunki informacyjne.
12. Gatunki dziennikarstwa internetowego.
13. Infotainment – termin, przejawy w wypowiedziach dziennikarskich.
14. Największe i najpopularniejsze portale społecznościowe: YouTube, Instagram, Facebook, Twitter (aspekt socjologiczny i psychologiczny).
15. Blog i jego typologie. Blog w praktyce dziennikarskiej.
16. Główne tendencje w języku współczesnych mediów
17. Zjawisko potoczności języka w mediach.
18. Tytuł/ nagłówek tekstu prasowego i internetowego - definicje, cechy, rodzaje.
19. Lid – definicja, rodzaje lidów, funkcje.
20. Wyróżniki prasy opiniotwórczej.
21. Wyróżniki prasy tabloidowej. Zjawisko tabloidyacji w mediach.
22. Agenda setting, ramowanie (framing) – definicja pojęć, wpływ na kształtowanie przekazu medialnego
23. Perswazja, manipulacja, wartościowanie i ich przejawy w tekstach medialnych.
24. Stereotypy w komunikacji medialnej – wybrane przykłady.
25. Nieetyczne zachowania komunikacyjne w mediach (agresja językowa, mowa nienawiści, etykietowanie, stygmatyzacja itp.).

26. Nieetyczne zachowania w komunikacji internetowej (hejt, mowa nienawiści itp.).
27. Cechy, funkcje i formy kultury popularnej.
28. Cechy i typy komunikacji językowej w Internecie i ich cechy.
29. Zjawisko cyberkultury XXI wieku.
30. Struktura i funkcjonowanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.
31. Metody budowania wizerunku w mediach.
32. Cele, formy i funkcje komunikacji interpersonalnej.

Zestaw zagadnień na egzamin dyplomowy na kierunku dziennikarstwo i kultura mediów – studia II stopnia

1. Dyskurs: różne aspekty i sposoby rozumienia dyskursu w praktyce komunikacyjno-społecznej.
2. Specyfika dyskursu medialnego i jego definicje.
3. Zasady etyki języka w komunikacji medialnej.
4. Wartości i wartościowanie w komunikacji medialnej (sposoby i funkcje wartościowania, językowe sposoby i środki wyrażania wartości).
5. Podstawy aksjolingwistyki: założenia, główne zasady etyki słowa/komunikacji.
6. Socjolingwistyczne uwarunkowania komunikacji medialnej (kontekst, sytuacja komunikacyjna, medium i uczestnicy).
7. Formy transferu informacji i obiegi informacji w ujęciu historycznym.
8. Wybrane typologie gatunków medialnych/ dziennikarskich.
9. Gatunki dziennikarskie, gatunki medialne. Gatunek a format medialny.
10. Wybrane metody badań tekstów medialnych (komunikacji medialnej) w perspektywie lingwistycznej (np. metody dyskursywne, badania multimodalne, onomastyka medialna, analiza zawartości).
11. Zjawiska komunikacyjno-stylistyczne w wypowiedziach dziennikarskich i medialnych (np. eklektyczność, potocyzacja, kolokwializacja, wulgaryzacja/ dewulgaryzacja, interakcyjność, profesjonalizacja).
12. Zewnętrzny językowe przyczyny przemian języka polskiego po 1989 roku, tendencje rozwojowe w polszczyźnie po 1990 roku.

13. Najważniejsze tendencje rozwojowe w najnowszej polszczyźnie, w tym w polszczyźnie w mediach.
16. Prasa przed rokiem 1989 w Polsce.
17. Radio i telewizja przed rokiem 1989 w Polsce (sytuacja prawna, zasady funkcjonowania).
18. Media a cenzura w Polsce przed 1989 roku. Zmiany na rynku medialnym w Polsce po 1989 roku.
19. Typologia źródeł informacji dziennikarskiej.
20. Interpretacja tekstu literackiego w tekstach dziennikarskich.
21. Tekst kultury – zakres i znaczenie terminu.
22. Techniki narracyjne we współczesnym reportażu.
23. Reportaż – definicja gatunku, poetyka. Analiza wybranych przykładów.
24. Felietony literackie – charakterystyka gatunku i współczesne przykłady.
25. Performans, teatralizacja, widowiskowość, estetyzacja życia codziennego – zakres i znaczenie terminów.
26. Teatralizacja w kulturze i mediach.
27. Sztuka audiowizualna jako nośnik ideologii.
28. Instytucje kultury w Polsce – zasady funkcjonowania.
29. Strategie marketingowe i public relations w instytucji kultury.
30. Radio a literatura – gatunki literatury audialnej.
31. Liternet – definicja i charakterystyka zjawiska.
32. Kultura masowa – definicje, teksty i praktyki kulturowe.
33. Zasady etyki dziennikarskiej.
34. Akty prawne regulujące pracę dziennikarza w Polsce.
35. „Logos”, „patos”, „etos” w retoryce: omów pojęcia, odwołując się do wybranych tekstów współczesnej kultury.
36. Interdyscyplinarność retoryki.
37. Dawna i współczesna retoryka wobec prawdy i etyki (norm etycznych).
38. Znaczenie komunikowania pozawerbalnego i retoryki wizualnej (wizualności).