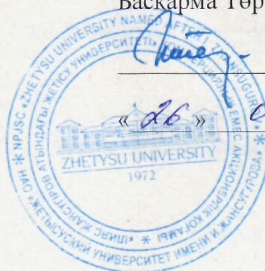


Бекітемін
Ілияс Жансүгіров атындағы
Жетісу университетінің
Басқарма Төрағасы – Ректор м.у.а.



Б.Таубаев

2024 ж.

Гуманитарлық ғылымдар жоғары мектебі

Кешенді емтихан

БАҒДАРЛАМАСЫ

Келесі пәндер бойынша:

1. Мультимедиялық журналистика
2. Телерадиожурналистика
3. Қоғаммен байланыстың қазіргі технологиялары

6В03201 – «Журналистика» ББ бойынша студенттерге арналған

2023-2024 оқу жылы

Талдықорған, 2024 ж.

Гуманитарлық ғылымдар жоғары мектебінің кеңесінде қаралды.

Хаттама № 5 « 18 » 01 2024 ж.

БББ жетекшісі Ж.Б. Есенбек Есенбек Ж.Б.

Келісілді:

Басқарма мүшесі-академиялық мәселелер
жөніндегі проректор

Б. Таубаев Б. Таубаев

Академиялық мәселелер жөніндегі
департамент директоры

Г. Кыдырбаева Г. Кыдырбаева

Жоғары мектеп деканы

А. Абызова А. Абызова

Университетінің Ғылыми кеңесінде бекітілген

« 26 » 02 2024 ж. № 7 хаттама

1 - модуль
«Мультимедиялық журналистика»
ТҮСІНІК ХАТ

Студент «Мультимедиялық журналистика» пәнінде тәжірибе жүзінде кең қолданылатын, әрі жан-жақты игерілген интернеттің қыр-сырын талдаудың негізгі әдістерін білуі қажет. Ғылыми ой-өрісті қалыптастыруда жаңа медиа тарихының ғылыми білім ретінде пайда болуы ерекше роль атқарады. Интернет журналистиканың жаңа медиа ғылымы ретінде теориялық және тәжірибелік құндылығы зор. Медианың түрлері, жаңа медиа, қазақ тіліндегі жаңа медианың мәселелерін, жаңа медианың заңдылықтарын, журналистердің жаңа медиамен жұмысы барысындағы жауапкершілігін түсінуге мүмкіндік береді. Қазақ журналистикасындағы жаңа медианың қалыптасуы мен дамуы, интернет, заманауи технологиялар, Қазнеттің артықшылықтары мен кемшіліктерін түсінуге көмектеседі.

«Мультимедиялық журналистика» курсының саясаты

Оқу процесінде студенттердің қатысымын білдіреді, яғни:

- сабақтарға қатысу;
- талқылау кезінде және топпен жұмыс кезінде белсенді болу;
- өз курстастарының оқуына ықпал ету.

Сабақ кезінде кез-келген тәртіп бұзушылық аудиториядан шығарып тастауға дейін жазаланады. Сабақты босатулар міндетті түрде қосымша өтелуі тиіс. Қосымша өткен тақырыптар бойынша сабақтар жазбаша түрде, сондай-ақ ауызша тапсырылады. Оқу процесінде қатысқандарын балдық-рейтингтік жүйеге сәйкес бағаланады:

- себепсіз сабақ босатқаны үшін 0 балл қойылады,
- оқу процесінде болғаны және қатысқаны үшін жеке балдар қойылады, олар апталық рейтингте қосылады.

Курстың мақсаты:

«Мультимедиялық журналистика» пәні оқу жоспарымен білім берудің мемлекеттік стандарттарына сәйкес «журналистика» мамандығы бойынша оқытылады. Сондықтан бұл пән университеттік журналистік жоғары білімнің алғашқы теориялық курсы болып табылады және болашақ тәжірибелік қызметте кәсібилікті жақсы меңгеру үшін қажетті әмбебап білім кешенін береді. Интернетуралы түсінік, бүкіләлемдік интернет торы, интернетпен жұмыс істеу, Интернеттің қажеттілігі, электронды газет-журналдардың маңыздылығы, жаңалықтар топтамасымен жұмыс туралы түсінік беру.

Курстың негізгі міндеттері:

«Мультимедиялық журналистика» пәні журналистика бойынша өтілетін курстың бір бөлігі ретінде ақпараттық технологиялардың пайда болуы, қалыптасуы және даму сатыларын, жаңалықтар индустриясы технологиясымен таныстыра отырып әр елдегі ақпараттық технологиялардың қолданысынан, кәсіптік шеберлігінен, әдіс-тәсілдерінен жан-жақты мағлұмат беру. Осы пәнді жүргізу барысында студенттер телевидение, радио, Интернет, спутниктік байланыс, соңғы ақпараттық технологиялар туралы жалпы хабардар болады. Шетелдің ақпараттық тәжірибелері озық үлгілерімен танысып, қазіргі заманғы бұқаралық ақпарат құралдары туралы нақты мәліметтер ала отырып, олардың технологиялық механизмін түсіну қажет.

Курстың соңында студент мыналарды білуі керек:

- Интернет журналистика және жаңа медианың өзекті мәселелерін білу, алған білімдерін практикада қолдана білу;
- Жаңа медианың негізгі әдістерін меңгеру, теориялық талдау жасай алу;
- Қазақ журналистикасының тарихының даму және қалыптасу сатылары, бағыттары және концепция мәселелерін түсіну, -зіндік пікір айта алу;
- Негізделген және қалыптасқан теориялық білімдерін жинақтай білу.

1-модуль «Мультимедиялық журналистика»

1. Мультимедиялық журналистиканың қалыптасу тарихы

Жаһанданған ғалам дәстүрлі бағыттағы әр саланың бет бұрысына жаңа мүмкіндіктер жаратты. Технологиялық жеделдік журналистика саласының жоғарғы деңгейдегі құрылымын қалыптастырды әрі белгілі кеңістікпен кезеңдердің туындысы.

2. Интернет журналистиканың жанрларының ерекшеліктері. Журналистиканың классикалық үлгілеріндегі жанрлар бөлінісінің өзіндік табиғаты секілді, интернет журналистикада материалдық ұсынылым үйлесімділігін белгілі формаға сай жүзеге асырады.

3. Ақпараттық жанрлардың интернетте берілуі интернет – ақпараттардың қақтығыс алаңы, интернет – ақпарат қорының энциклопедиялық базасы.

4. Мультимедиялық материалды безендіру ережелері. Мультимедиа ақпаратты ұсынуда, медиа табиғатына сай бояулармен әрлендіреді. Ол өміршеңдіктің кепілі.

5. Интернеттегі кері байланыс ерекшеліктері. Ақпараттар мазмұны мен идеялық құрылымына байланысты, тұтынушылардың мәселеге байланысты пікір ұйымдастыру және хабарламалар қалдыру қызыметі.

6. Электронды БАҚ пәрменділігі мен тиімділігі. Электронды БАҚ қолданыс аясының кеңдігімен ерекшеленеді. Пәрменділігі – қол жетімділігі. Тйімділігі – уақыт шектемесіне ұшырамайтындығы.

7. Қазақстандағы рейтингі жоғары телеарна сайттары. белгілі принциптерді қолдана отырып, тұтынушыларының назарын аудару. Бағдарламалар дені, аудитория қажеттілігін табу қызыметіне бағытталған сайыттар.

8. «Арна Медиа» холдингінің БАҚ сайттары. «Арна Медиа» Ұлттық ақпараттық холдингті компаниясы тобына «Қазақстан телекоммуникациясы» АҚ (КАТЕЛКО), «Қазтелерадио», «Хабар» агенттігі», «Қазақстан» РТРК, «Егемен Қазақстан» және «Казахстанская правда» республикалық газеттері, «ҚазАқпарат» ҰК, «Жас өркен», «Қазақ газеттері» ЖШС енеді. Бұл әр облыстың жеке-жеке сайты. Яғни, белгілі бір аймаққа арналған барлық жаңалықтарды агенттік жеке-жеке орналастырады.

9. «Нұр Медиа» холдингінің басылымдары. «Нұр Медиа» холдингіне «Дала мен қала», «Страна и мир», «Айқын», «Литер», «Нұр Астана», «Түркістан», «Известия-Казахстан» басылымдары мен «Астана» телеарнасы, «Деловая волна» және «NS» радиостанциялары кіреді.

10. Мазмұндық ерекшеліктері бойынша блогтардың түрлері. Мазмұндық ерекшеліктеріне сәйкес контенттік блог – бастапқы авторлық контентті баспаға шығаратын блог. Мониторингтік (сілтемелік) блог – негізгі контенті басқа сайттарға коментариден өткен сілтемелер болып табылатын блонгтарды қамтиды.

11. «Электронды үкімет» құрудың мақсаты. Электрондық үкіметпен ақпарат алмасу арқылы индивид түсінігін қалыптастыру.

12. Жаңалық порталдарының басты мақсаты. Ақпарат тарату, нақты фактілерге сүйену, дін мәселелерін қамту және жеке компаниялардың мүддесін қорғау, ақпаратты дәл уақытында тарату жаһандық және мемлекеттік жаңалықтарға шолу

13. Қоғаммен байланыстағы арнаулы оқиғалар және шаралар. Презентацилар,баспасөз-конференцилар, көрмелер, қабылдаулар. Интернет

журналистикада нақтылық пен жинақылықты қамтамасыздандыратын құрылымдық тұтастық

14. Қоғамдық пікір қалыптастыруға қатысты жаңа медиа мүмкіндіктері. Жаңа медиа қоғамның барлық саласын бір орталыққа шоғырландыру мүмкіндігіне ие әрі қоғамдық пікірді өндіруші.

15. Конвергенция форматындағы жаңа медианың дамуы, ерекшеліктері. Медиа саласының әр түрлі қырларын бір ғана продуктіде қолдану. Ақпараттық және комуникативтік технологиялардың ортақ ақпараттық ресурсқа құйылып, интеграциялануы.

16. Жаңа медиа, БАҚ және бұқара қарым-қатынасындағы процестердің шоғырлануы, дамуы. Қазіргі замандағы әлеуметтік қатынасты реттеудің мүмкіндіктерін ұсынуда, жаңа медиа бұқаралық сана әрекетін бақылау мен бағыттауға қабілетті

17. Сандық журналистиканы дамытудағы қазіргі ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың рөлі. Ақпараттың таралымы мен сақталымын кепілдендірарқылы оны қауыпсіздендіреді.

18. Мультимедиа журналисіне қойылар талаптар. Мультимедиа көптеген бөлшектерден жасақталатын мозаикалық үлгіде болатындықтан, журналистке қойылатын талап деңгейі де салмақты болады.

19. Қазіргі медиахолдингтердің сипаты мен әлеуметтік рөлі. Бұл кең ауқымды қамтитындықтан мазмұны бай әрі күрделі болып келеді. Сипаты жағынан медиахолдингтің ұстаным мен бағдары айқын болады.

20. PR маманының атқаратын қызметтері. Ақпараттық кеңістікте объектінің рөлін ерекше сәулендіру, коммуникациялық байланыста бедділікті арттыру қызыметіне құрылады.

21. Электронды басылымдар, интернет басылымдар, электронды сайттар, газеттің электронды нұсқалары. Графикалық, тексттік, цифрлік, тілдік, музыкалық, видео, фото және ақпараттар, сонымен қатар қолданушының басылымдық құжаттар жиынтығын қамтиды.

22. Әлеуметтік медиа сипаттары және блогосфера. Әлеуметтік медиа барлық бағыттар бойымен ақпарат таратудың тәсілі. Сөздерден, суреттерден, видеолар мен аудиолардан тұратын технологияларды және әлеуметтік өзара әрекеттесуді біріктіреді. Ал блогосфера Ғаламтордағы барлық блогтар жиынтығы.

23. Сандық журналистиканың бүгіні мен келешегі. Спутниктік қабылдау тиімділігі – ақпаратты қабылдаудың арзанға түсетіндігі. Жаңа технология түрлі қалаларда орналасқан студиялық жабдықтарды қашықтан басқаруға мүмкіндік береді.

24. Баспасөз хатшысының атқаратын қызметтері. Баспасөз имиджін қалыптастыру да, барлық ішкі және сыртқы байланыстарды ретке келтіріп отыру да ресми өкілеттілік немесе арнайы ұйымдастырылған брифингтер өткізу. БАҚ-тың сұраныстарын қанағаттандыру т.б. жұмыстарды қамтиды

25.Баспасөз қызметінің құрылымы, функциялары. Баспасөз қалыптасуы мен дамуы барысында жинақталған теориялық және практикалық қорытынды. Баспасөз қызыметінің нәтижелілігін қалыптастырушы құрылым.

26. «Спичрайтинг» дегеніміз не? Жұртшылық алдында оқылуға немесе айтылуға тиісті мәтінді, баяндаманы, сөзді дайындау үдерісі.

27. Қазақстандағы қоғаммен байланыс қызметінің қалыптасуы, дамуы. Қоғамның әр салалы коммуникациялық байланыстарын ретке келтіре отырып, топтар мен таптар арасындағы қарым-қатынас үйлесімділігін арттыру.

28. Сілтемелер, дайджестер мен веб-шолулар қажеттілігі.Интернет-журналистиканың дәстүрлі журналистикадан айырмашылықтары. Жаңа ауқымды технология мен мүмкіндіктерді кеңінен пайдалану.

29. PR қызметінің қалыптасу тарихы, көрнекті өкілдері.WWW бірқатар ерекше қасиеттерге ие, олардың арасынан маңыздыларын атаңыз

Репортерлік тапсырмалар, жобалар және тергеу тақырыптарын компьютерде ұрланудың алдын алу шаралары. Чилиднгі, Мексикадағы және басқада елдердегі журналистер ақпарат көздерінің мәліметтері, репортерлік тапсырмалар, мекен-жайлар тізімі, жобалар және тергеу тақырыптары құпия әрі құнды мәліметтерді жоғалтты. Бұның алдын алу шаралары аталған.

30. Ақпараттық ресурстар. Мультимедианың ерекшеліктері мен қызыметтері. әлеуметтік мәні бар және қоғамдық іс-тәжірибеде пайдаланылатын ақпараттық материалдардың (ақпараттық құжаттардың, ақпараттың), сондай-ақ ғылыми-техникалық ақпараттың жиынтығы.

2 - модуль

Телерадиожурналистика

ТҮСІНІК ХАТ

Ақпарат құралдарының ішінде теледидар мен радио көркемдік бейнелеу құралдарының ауқымдылығы жағынан өлшеушіз мүмкіндікке ие. Ол адамды адамзатпен жүздестіретін, әлемнің бір қырынан оқиғаларды үйінің төрінен көре алатын ғажайып құрал. Дыбыс толқыны мен көгілдір экрандағы фильмдер, театр спектакльдері, концерттер, сұхбаттар мен тікелей эфир, жаңалықтар, той-думан, жарнама т.б. сан миллиондаған көрермендердің рухани дүниесін байытуға қызмет жасауда. Теле-радио жұртшылыққа күнбе-күн саяси, мәдени, эстетикалық тәрбие беруде жаңа мүмкіндіктерді іздестіруде. Ел мен елді байланыстыратын халыққа ақпарат таратудың көзі болып отырған теле-радионың пайда болуы және қалыптасуы көп жылдарды қажет етті.

Пәннің қысқаша сипаттамасы. Телевизиялық және радиожурналистика-бұқаралық ақпарат құралдарының бір саласы, соның ішіндегі орасан зор мүмкіндіктерді иеленетін жүйе, XX-ғасырдың адамзат иілігіне ұсынған ұлы жаңалығы, адамзаттың ой-санасына, көзқарасына тікелей әсер ететін идеологиялық құрал, рухани нәр мен эстетикалық әсер беретін өнердің өзгеше бір түрі, өркениетті әлемдегі саясат алаңы, аудиторияны зерттеумен айналысатын арнайы әлеуметтік институт, ақпарат таратуды бейнелік сипатта жүзеге асыратын шығармашылық қызмет.

Пәннің мақсат - міндеттері:

Тележурналистиканың әлеуметтік институт, қоғамдық саяси қызметтің бір саласы болып табылатын ілім екендігіне тұжырым жасау, студенттердің тележурналистикаға тән принциптер мен заңдылықтарды теориялық негізде меңгеріп шығуларын жүзеге асыру.

- Телевизиялық және радиожурналистиканың табиғаты мен өзіне тән ерекшеліктері, құрылымдық сипаты мен бейнелеуші құралдары жайлы толық мәлімет ұсыну
- әлемдік және қазақстандық телерадиожурналистиканың тарихи кезеңдерін, қазіргі заманғы даму тенденцияларын баяндау, келешегі туралы тұжырым жасау
- сөйлеу техникасы мен режиссураны меңгерулеріне жол ашу
- телехабар сценарийін жазуды, оны жоспарлауды, беттеуді, эфирден қалай беруді үйрету
- телевизиялық және радиожурналистиканың жанрлары мен пішіндерін жеке-жеке талдап түсіндіру
- аудитория және оны зерттеу, телехабардың сапалық белгілерін айқындау принциптерін оқыту

Пәнді оқу нәтижесінде студент:

- Қазақ журналистикасының тарихын;
- Телерадиожурналистика жанрлары мен пішіндерін;
- Телерадиожурналистиканың өзіндік ерекшеліктерін;
- Телерадиожурналистика теориясы мен функцияларын;
- Телехабар, радиохабар жасау тәсілдерін.

Оқытудың нәтижелері, жалпы құзыреттілігі:

құралдық: электронды БАҚ ұғымы туралы жалпы кең ауқымды екенін түсіндіре отырып радио мен телевизияның жұмысы шығармашылық топтан тұратындығы туралы түсінік беріледі.

тұлғааралық: ойлай білу қабілетті және журналистің өзін кадрде және кадр сыртында ұстай білу, телевизия және радио эфирлерінде тосыннан болатын жағдайларға психологиялық тұрғыдан дайын болуы.

2-модуль

1. Телевизиялық журналистиканың қалыптасу тарихы

XX ғасырдың адамзат игілігіне ұсынған ұлы жаңалығы. Тележурналистиканың қалыптасуы мен тарихы 1930-1940 жылдардағы экспериментальдық телехабарлардың пайда болуымен қарастыруға болады.

2. Теледидардың пайда болуының техникалық алғышарттары

Теледидар – терең өрнектеулердің табалдырығында адам ойлап шығарған коммуникациялардың қуатты құралы. Теледидардың техникалық алғышарттары Еуропа, АҚШ елдерінен бастау алады. Шамамен XIX ғасырдың 30-жылдарын құрайды.

3. Әлемдік телеарналардың ақпарат беру ерекшеліктері

Олар хабарларды жан-жақты, толық қамтиды, сонымен қатар мәліметтері, берген ақпараттары шынайы, әрі цензурасы жақсы дамыған. Шет елдегі ақпараттық агенттіктердің сөз бостандығы теледидар мен газеттерде көп қолданылады.

4. Мемлекеттік, қоғамдық, коммерциялық телеарналар

Облыс орталықтары мен Астана және Алматы қалалары бойынша РТС «үлкен» (екі жиілікті арналар) сандық телехабар тарату мультиплексі баламалы 30 SD арналарын алып жатыр. Бізде қоғамдық телеарна жоқ. Мемлекеттік және жекеменшік телеарналар ғана бар. Мемлекеттік: Қазақстан, Балапан, Хабар, Astana TV, 24 kz т.б.

КТК «Коммерциялық телевизиялық арна» АҚ - тұңғыш қазақ тіліндегі ақпараттық бағдарлама «Бір күн» деген атпен 1998 жылдың тамыз айында өз жұмысын бастады. Т.с.с

5. Телевизиялық журналистиканың бейнелеуші құралдары

Олар: бейне, дыбыс, сөз, музыка, монтаж. Тележурналистиканың бейнелеуші құралдарын оқыту үшін ең алдымен, олардың экран тілінің элементтері ретіндегі функцияларын түсіндірген абзал. Тележурналистикадағы бейнелі ақпарат камераға түсіру арқылы жүзеге асырыллады.

6. Телебағдарламалардың құрылымдық ерекшеліктері

Бағдарлама – хабардың жанрлық-тақырыптық құрылымы. Теледидарлық бағдарламалардың жасалу процесі, бағдарлама кезеңдері: болжау, перспективалы және календарлық жоспарлау, беттеу және эфирге шығару.

7. Тележурналистика жанрлары

Тележурналистика жанрлары: ақпараттық, сараптамалық және көркем – публицистикалық деген үш үлкен топқа жіктеледі.

Ақпараттық жанрға жаңа нәрсені хабарлау тән. Талдамалы жанрлар индукция және дедукция, яғни талдау мен бөлшектеу әдісіне негізделген. Көркем-публицистикалық жанрда деректің құжаттылығы мен нақтылығы екінші орынға шығады.

8. Телекөрермен аудиториясының құрылымдық ерекшеліктері

Теледидар мен көрермен арасында үлкен байланыс болады. Өйткені халық бағдарламаларды көрген сайын телеарналардың рейтингісімен аудиториясы кеңейеді. Оның ерекшеліктері: халыққа қалай хабар жеткізуінде және ақпараттың шынайылығында.

9. Қазіргі қоғамдағы радиохабар таратудың рөлі мен орны

Радиохабарларын таратудың міндеттері (функциясы) дегенде бұқаралық ақпарат құралдарына ортақ ұстанымдар туралы сөз болады. «Функция» сөзін сөздіктер міндеттері, қызметтік мақсаты мен шеңбері деп түсіндіреді. Осы ұғымды басшылыққа ала отырып радиохабарын таратудың міндеттерін айқындайтын болсақ, оның ауқымы кең екендігіне және қоғамдық сипаты басым екендігіне назар аударамыз.

10. Радиожурналистиканың бейнелеуші құралдары

Радионың өзі – дыбыс өнері. Бейнелеуші құралы оның өмір шындығын, көркем образдарды естірту арқылы бейнелейді.

11. Аудиотехника және радиохабарлардың технологиясы

Радиохабар таратудың басты мақсат-мұраты аудиторияның ортақ құндылықтарын қалыптастыру, яғни әр маманның атқаратын рөлі маңызды. Аудиотехникамен

радиохабарларды тарататын құралдардың жұмыс істеуіне үлкен жауапкершілікпен қарау. Радиода отырған әрбір маман халыққа жаңалықты жеткізу және хабар берушілер. Радиохабар технологиясын жүзеге асыруда оператордың рөлі маңызды.

12. Қазақстандағы радиохабар тарату ісінің тарихы

Форт-Александровск радиостанциясы – Қазақстандағы алғашқы радиостанция. Түркістан өлкесі үшін Ташкент радиостанциясының мәні зор.

Қазақ халқының мәдениеті мен тілін, діні мен тарихын т.б. ұлттық құндылықтарын ғасырдан-ғасырға жеткізіп отырған радиохабарларының алар орны ерекше. Журналистиканың басқа түрлері сияқты радионың тарихи қалыптасу кезеңдері бар. Тәуелсіздік алған тұсқа дейінгі қоғамдық дамуымыз Ресеймен байланысты болғандықтан, әрі радионың отаны да сол мемлекет екендігі ескеріліп, қазақ радиохабарының дамуын төмендегідей кезеңдерге бөліп қарастырамыз:

1. Қазақ жеріндегі радиоландыру ісі 1921-1927 жж.
2. Радиохабарының жаппай дамуы 1927- 1941 жж.
3. Отан соғысы жылдарындағы кеңестік радио 1941-1945 жж.
4. Соғыстан кейінгі жылдардағы радио 1946-1950 жж.
5. Тоталитарлық мемлекет тұсындағы радио 1950-1985 жж.
6. Қайта құру және жариялылық радиосы 1985-1991 жж.
7. Жаңа кезең радиосы 1991- 2009 жж.

13. Радиожурналистикадағы «пішін» мен «жанр» ұғымы

Радиожурналистикадағы «пішін» - жанр синтезі болып есептеледі. Ал, жанр қазіргі кезде жоба, идея, әдіс деген ұғымдармен байланысады.

14. Қазіргі форматтық радиохабар тарату

Қазіргі кезеңдегі радиохабар тарату қызметінің негізгі әдістері мен пішіндері: Ресейлік радиохабар тарату тәжірибесі. Қазіргі форматтық радиохабар таратудың мынадай түрлері бар: Ақпараттық радиохабар тарату; Ақпараттық-музыкалық радиохабар тарату; Музыкалық-ақпараттық радиохабар тарату; Музыкалық радиохабар тарату.

15. Радиожурналистиканың ақпараттық жанрлары

Ақпараттық хабардың жанрлық ерекшелігі – оқиғалығы, жеделдігі мен шынайылығы, ақпараттық хабар мәтінінің ішкі құрылымы мен үйлесімінде. Ақпаратқа қойылатын маңызды талаптар – жеделдік, айқындылық, нақтылық, қысқалық, жүйелілік, объективтілік.

16. Радиодағы талдамалы жанрлар

Журналистік талдау – оқиғаға қатысты жедел пікір білдіру. Талдау талдамалы жанр ретінде танымал. Ақпараттық хабарды дамыту, оған қатысты әртүрлі көзқарастарды жинақтау, жедел және проблемалық талдаудың айырмашылықтары, талдаудағы субъективтілік, дерекке немесе оқиғаға қатысты болжамдар айту.

17. Радио аудиториясы және радиохабар таратудың экономикалық негізі

Оған аудиторияның құрылымы және оларды қызықтыратын жайлар, мотивтер, электронды БАҚ пәрменділігі мен тиімділігі; Аудиторияны типтеу мәселелері, аудиторияны ғылыми зерттеудің ғылыми негіздері, ақпаратты қабылдаудың психологиялық ерекшеліктері жатады. Аудиторияны зерттеу әдістері – сұрау салулар, бақылау, құжаттарды талдау, эксперимент. Телефонмен хабарласу, электронды почта, Интернет арқылы аудитория талап-тілектерін білу. Байқаулар, лотерея ойнату, сыйарту арқылы аудиторияны кеңітудің мүмкіндіктері.

18. Әлемдегі және Қазақстандағы радиохабар тарату үрдістері

Радиоландыру ісінің қазақ жеріндегі бір көрінісі – граммофон мен пластинкаларды тарату. Жалпы радиоландыру ісі қазақ жерінде 1921-1927жж. дамыды. Радиохабарлар тек байланыс үшін қолданылып желілі телеграфты қайталады. Шет елдегі армяндар үшін армян, араб тілдерінде арнаулы радиохабар беріледі. Шет ел мен Қазақстанның радиохабар тарату үрдістері бір-біріне ұқсас, себебі олар ақпаратты жан-жақты зерттеп халыққа жеткізеді.

19. Журналист шығармашылығын зерттеудің әдістері мен формалары

Журналист газет-журнал немесе радио мен теледидар жұмысын атқарып, шығармашылық қызмет жасайды. Ол редакция жұмысында бірінші - ұйымдастырушылық, екінші - әдеби өңдеу, үшінші - шығармашылықпен айналысады.

20. Сұхбат. Сұрақ қою өнері. Сұхбат алу қағидалары

Сұхбат әдісі – әлеуметтік психологияны зерттеу әдістерінің бірі. Мұнда зерттеуші (сұхбаттасушы) сыналушымен (респондент) әңгімелеседі, жол-жөнекей оның сөз саптауына, түрлі реакцияларына, ілтипатына зер салып отырады. Әңгіме белгілі сұрақтың айналасында, зерттеуші көздеген мақсатқа орай, арнаулы жоспар бойынша жүргізіледі.

21. Жанрлар «королі» – репортаж

Репортаж- журналистік іс-әрекеттің бір түрі. Оқиға орнынан баспа, радио, теледидар арқылы берілетін, ішкі және халықаралық өмір оқиғалары туралы ақпарат әңгіме. Репортаж оқиға болған жердің топырағында туады. Сондықтан да репортаж дегеніміз- оқиғаның өзі.

22. Мәтін мен оны оқу әдістері

Мәтін – бұл жалпы тақырып төңірегіндегі біріккен, сабақтастық пен тұтастық тән, ақпаратты жеткізетін, мазмұнды сөйлемдердің тізбегі. Мәтін элементтерінің арасындағы байланыс қайталанып, өзгеріп отыратын бірліктер мотивтер ретінде айқындалады.

23. Жарнама – ақпарат беру құралы

Жарнама – тауарлардың, қызмет көрсетудің тұтынушылық қасиеті туралы ақпарат беру және оған деген сұранысты көбейту мақсатында таратылатын хабарлама. Көпшілік ақпарат құралдары: теледидар, радио, газет, интернет, проспектілер, плакаттар және т.б

24. Қазақстан телеарналарындағы PR-дың қолданысы

Қазіргі кезде PR бөлек ғылым түрі ретінде жоғарғы оқу орындарында оқытылады. Қазақстанда әйгілі «клубпиаршы» элитті клубы жұмысын жалғастыруда пиар маманы қазіргі телеарналарда ең престижді және сәтті мамандығы болып танылады.

25. Дерек пен дәйектің ақпарат жеткізудегі рөлі

Дерек пен дәйектің ақпарат жеткізудегі рөлі зор. Себебі, журналистік дерек дегеніміз нақты фактіге сүйенеді. Дәйек – автордың ойын беделді пікірлермен тиянақтау үшін, біреудің пікіріне сын айту үшін, құнды дерек ретінде пайдалану үшін қолданылады. Дәйек сөздер ғылым еңбектерде пайдаланғанда, сол еңбекте айтылатын оймен логикалық тұрғыдан қабысып, жарасым табуы тиіс. Айтылмақ ойды одан әрі дамытып, жаңа деректермен толықтырып тұру керек. Сонда ғана ол өз міндетін атқарады.

26. Телебағдарламаларға қойылатын көркемдік талаптар

Телебағдарламаларға қойылатын талап орсан зор. Ең алдымен журналистің тіл байлығы, сөйлеу мәнері, сценарий, журналистің имиджі, қозғалып отырған тақырыбы жүйелі әрі түсінікті болуы қажет. Сонда ғана көркемдік талаптар орындалады.

27. Телеарнадағы дизайн мен газет-журнал дизайнының айырмашылықтары

Телеарнадағы дизайн әртүрлі түстерді пайдаланады. Сонымен қатар жарық түстер жиі қолданылады. Адамды бірден өзіне баурап алады. Ал, газет-журналдардың дизайны өкінішке орай адамдарды онша тарта бермейді. Себебі, ондағы кейбір түстер үйлеспей жатады.

28. Қазіргі заманғы теле-коммуникациялық технологиялар

Қазіргі кездегі телекоммуникациялық жабдықтар деректерді сақтау, шығару, тасымалдау және өзгертуге арналған технология, яғни ақпараттық технологиялар. Алғаш рет 1958 жылы бұл термин пайда болды. Ол ақпаратты өңдеу үшін пайдаланылатын технологиялық элемент.

29. Кадрдағы бейнелеуші элементтердің өзара үйлесімділігі

Кадр – бейнетүсірілімге жазылатын журналистік өнім. Ол таңдалынған тақырыпқа байланысты, сондай-ақ кадр сыртындағы мәтін экрандағы бейнемен сәйкестендіріп жазылады, сондықтан мәтін мен бейне арасындағы байланысты айқындай түсу үшін сюжеттің әр секундтың, әр мезетін қалт жібермей қадағалап отырып жазылады.

30. Экрандағы түстің рөлі және оның көрерменге психологиялық әсері

Экрандағы түстер дисплей экранындағы кескіндерді бейнелеуге мүмкіндік беретін түстердің әдетте бір мезетте көрінетін түстер санынан көбірек. Адам психологиясына бірде жақсы жағынан, бірде жаман жағынан әсер етеді.

3-модуль

Қоғаммен байланыстың қазіргі технологиялары

ТҮСІНІК ХАТ

«Қоғаммен байланыс» мамандығы бойынша бакалавр мамандар:

- БАҚ –пен, мемлекеттік және қоғамдық құрылымдармен, партиялармен, қозғалыстармен қажетті байланыс жасауды, орнатуды біледі;
- ақпараттық стратегияларды қалай дайындауды біледі;
- қоғамдық коммуникациялар саласындағы өзгерістерге шолу жасап, хал-ақуалын талдайды;
- PR құралдарын пайдаланады (мақалалар, пресс-релиздер жазады, блог жүргізеді және т.б.)
- әлеуметтік және маркетингтік зерттеулер жүргізу дағдыларын меңгереді;
- кей жарнамалық технологияларды қолдануда қажеттілікті көрсететін немесе артықшылық беретін тарих тәлімдеріне талдау жасау дағдыларын меңгерген;
- коммерциялық құрылымдарда, экономика, бизнес, өндіріс, сауда салаларында кәсіби міндеттерін іске асыруға қабілетті; ұйымның стратегиясын іске асыру барысында корпоративті әлеуметтік аспектілерді ескеруге қабілетті;

Негізгі білім беру траекториялары: *Digital PR*. Бұл траектория онлайн-жарнама мен email-жылжытудан бастап SMM мен контент-маркетингке дейінгі digital-құралдардың барлық жиынтығын ілгері деңгейде меңгертін болашақ мамандарды даярлайды. Жұмыс нақты міндеттері, үйренеді құруға және продюсировать контент үшін цифрлық тасушы, сондай-ақ жоспарлау және өткізу науқаны онлайн-жылжыту.

- ***Creative PR*.** Бұл траектория қазіргі заманғы өнер мен шоу – бизнестен гуманитарлық және әлеуметтік жобаларға дейін әртүрлі салаларда сұранысқа ие мәдениет пен өнер саласындағы жобаларды ілгерілеті алатын болашақ мамандарды дайындайды.

3-модуль

Қоғаммен байланыстың қазіргі технологиялары

1. PR-дың мәні мен мазмұны, түрлері.

Қоғаммен байланыстың анықтамалары. Теориясы мен практикасы.

2. Отандық PR теоретиктері мен практиктерінің қандай еңбектерін білесіз?

Отандық PR теоретиктері мен практиктерінің еңбектеріне талдау жасау.

3. Қоғаммен байланыстың әлеуметтік ролі

Қоғаммен байланыстың әлеуметтік роліне сипаттама беру, мысалдар келтіру

4. Қазіргі қоғамдағы «публік рилейшнз» институттарының қызметі

Қазіргі қоғамдағы PR институттарының қызметіне сараптама және талдау жасау.

5. Дағдарыс жағдайындағы PR қызметі

PR қызметінің түрлері

6. Мемлекеттік билік жүйесіндегі PR

PR қызметінің түрлері, мемлекеттік PR-ға мысалдар келтіру

7. Сайлау науқандарындағы PR технологиялардың қолданылу тәжірибелері

Саяси PR-ға мысалдар келтіру

8. PR қызметіндегі «Стейкхолдерлердің» атқаратын қызметтері

Қоғамдағы стейкхолдерлердің жұмыстарын талдау және мысалдар келтіру

9. Баспасөз мәлімдемесіне (пресс-релиз) қойылатын басты талаптар

PR мәтіндерінің жазылу ерекшеліктерін білу.

10. Баспасөз мәслихатының (пресс-конференция) ұйымдастырылуына қойылатын талаптар

PR шараларын ұйымдастыру ерекшеліктерін білу.

11. PR-дағы «ивенттер» дегеніміз не?

PR-дағы арнаулы оқиғаларды ұйымдастыруды үйрену.

12. Public relations Society of America (PRSA) қоғаммен байланыс қоғамының құрылуы, атқаратын қызметі

PRSA қоғамдастығының жұмыстарын үйрену.

13. Лондон халықаралық PR қоғамдастығының (IPRA) құрылуы, атқаратын қызметі
IPRA қоғамдастығының жұмыстарын үйрену.

14. PR саласындағы кәсіби мінез-құлықтың Еуропалық кодексі қашан қабылданды, қандай қызметтер атқарады?

Еуропалық PR кәсіби мінез-құлық кодекстерін білу

15. PR жөніндегі Ресей қауымдастығы (РАСО) «Кәсіби абырой кодексін» қашан қабылдады, атқаратын қызметі қандай?

Ресейлік PR кәсіби мінез-құлық кодекстерін білу

16. Маркетинг пен PR-дың айырмашылығы және ұқсастықтары

PR-дың теориясын білу. Маркетингтен ажырата алу.

17. Үгіт-насихат пен PR-дың айырмашылығы және ұқсастықтары

PR-дың теориясын білу. Үгіт насихаттан ажырата алу.

18. PR қызметіндегі «манипулятивтік басқару» дегеніміз не?

«Манипулятивтік басқару» түрлерін ажырата алу.

19. Қазақстанда қоғаммен байланыс жөніндегі PR кәсіпқойларының «PR-шы» клубы, атқаратын қызметі

«PR-шы» клубының жұмыстарын талдау.

20. Баспасөз хатшысы кім, атқарымдары қандай? Баспасөз хатшысына қойылатын талаптар.

PR қызметіндегі баспасөз хатшысының атқарымдарын білу.

21. PR қызметіндегі «имиджмейкинг» дегеніміз не? Мысалдар келтіріңіз

PR қызметіндегі имиджмейкерлердің атқарымдарын меңгеру.

22. PR қызметінің арнайы бағыты «демеушілік» және «фанд-рейзинг» құралдары дегеніміз не? Мысалдар келтіріңіз.

PR қызметіндегі «демеушілік» және «фанд-рейзинг» құралдарына мысалдар келтіру.

23. PR қызметіндегі «Медиарилейшнз» дегеніміз не? Мысалдар келтіріңіз.

«Медиарилейшнздің» теориясы мен практикасын меңгеру.

24. PR қызметіндегі «Бэкграундер» дегеніміз не? Мысалдар келтіріңіз.

PR мәтіндердің ара-жігін алу. Мысалдар келтіру.

25. PR қызметіндегі «Факт-парақ» (fact-sheet) дегеніміз не? Мысалдар келтіріңіз

PR мәтіндердің ара-жігін алу. Мысалдар келтіру.

26. PR қызметіндегі «Байлайнер» дегеніміз не? Мысалдар келтіріңіз

PR мәтіндердің ара-жігін алу. Мысалдар келтіру.

27. «Флэшмоб» дегеніміз не? Флэшмобқа қойылатын талаптар қандай?

«Флэшмобтарды» ұйымдастыруды меңгеру.

28. PR-кампанияны жүргізудің стратегиясында «RACE» ұғымының мәні

PR-дағы классикалық «RACE» формуласын білу.

29. Қоғаммен байланыстағы «Лоббизм»: отандық және шетел тәжірибиесінен мысалдар келтіріңіз

«Лоббизм» сөзіне анықтама беру, мысалдар келтіру.

30. PR қызметіндегі зерттеудің сапалы әдістері: «Фокус-топ», «SWOT – талдау», мысалдар келтіріңіз

PR қызметіндегі зерттеу әдістері.

1-модуль

«Мультимедиялық журналистика» пәнінен емтихан сұрақтары:

1. Мультимедиялық журналистиканың қалыптасу тарихы
2. Интернет журналистика жанрларының ерекшеліктері
3. Ақпараттық жанрлардың интернетте берілуі
4. Мультимедиялық материалды безендіру ережелері
5. Интернеттегі кері байланыс ерекшеліктері
6. Электронды БАҚ пәрменділігі мен тиімділігі
7. Қазақстандағы рейтингі жоғары телеарна сайттары
8. «Арна Медиа» холдингінің БАҚ сайттары
9. «Нұр Медиа» холдингінің басылымдары
10. Мазмұндық ерекшеліктері бойынша блогтардың түрлері
11. Қазақстандық «электронды үкімет» құрудың мақсаты
12. Жаңалық порталдарының басты мақсаты
13. Қоғаммен байланыстағы арнаулы оқиғалар және шаралар. Презентациялар, баспасөз-конференциялар, көрмелер, қабылдаулар
14. Қоғамдық пікір қалыптастыруға қатысты жаңа медиа мүмкіндіктері
15. Конвергенция форматындағы жаңа медианың дамуы, ерекшеліктері
16. Жаңа медиа, БАҚ және бұқара қарым-қатынасындағы процестердің шоғырлануы, дамуы
17. Сандық журналистиканы дамытудағы қазіргі ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың рөлі
18. Мультимедиа журналисіне қойылар талаптар
19. Қазіргі медиахолдингтердің сипаты мен әлеуметтік рөлі
20. PR маманының атқаратын қызметтері
21. Электронды басылымдар, интернет басылымдар, электронды сайттар, газеттің электронды нұсқалары
22. Әлеуметтік медиа сипат және блогосфера
23. Сандық журналистиканың бүгіні мен келешегі
24. Баспасөз хатшысы атқаратын қызмет
25. Баспасөз қызметінің, құрылымы, функциялары
26. «Спичрайтинг» дегеніміз не?
27. Қазақстандағы қоғаммен байланыс қызметінің қалыптасуы, дамуы
28. Сілтемелер, дайджестер мен веб-шолулар қажеттілігі
29. Интернет-журналистиканың дәстүрлі журналистикадан айырмашылығы
30. PR қызметтің қалыптасу тарихы, көрнекті өкілдері

Әдебиеттер тізімі

1. Медиа және журналистика: теория мен практикаға жаңа көзқарас. / Ж. Бейнбриж, Н. Гок, Л. Тайнан. - Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2019. - 592б.
2. История казахской Журналистики/ Мукашева М. Т., 2018. – 145
3. Сердәлі, Б. Қазіргі журналистиканың жанрлық формалары мен қызметі. [Мәтін]: Оқу құралы / Сердәлі, Б. - Алматы: Лантар Трэйд, 2021. - 171 б. 1 экз.
4. Жумабеков М.К., Бодеев М.Т. Спорт журналистикасы: оқу-әдістемелік құралы / М.К. Жумабеков, М.Т. Бодеев.— Алматы: Эверо, 2020.— 120 б.
5. Фельетон в современной печати Казахстана, 2016. - 201 с.
6. Интернет-журналистика и новые медиа: Учебно-методическое пособие. - Костанай: КГУ им. А. Байтұрсынова, 2014. - 75с.
7. Журналистика жанрларының пішіндері мен қызметі. Алматы 2015
8. Есдаулетова.О. Публицистическое мастерство Ануара Алимжанова Алматы: ССК, 2020. - 248 с.
9. Сердәлі Б. Телеоператор шеберлігі [Мәтін]: Оқу құралы / Сердәлі, Б. - Алматы: Лантар Трэйд, 2022. - 155 б. 1 экз.

2-модуль

Телерадиожурналистика пәнінен сұрақтар:

1. Телевизиялық журналистиканың қалыптасу тарихы
2. Теледидардың пайда болуының техникалық алғышарттары
3. Әлемдік телеарналардың ақпарат беру ерекшеліктері
4. Мемлекеттік, қоғамдық, коммерциялық телеарналар
5. Телевизиялық журналистиканың бейнелеуші құралдары
6. Телебағдарламалардың құрылымдық ерекшеліктері
7. Тележурналистика жанрлары
8. Телекөрсерменнің құрылымдық ерекшеліктері
9. Радиохабар таратудың рөлі мен орны
10. Радиожурналистиканың бейнелеуші құралдары
11. Аудиотехника және радиохабарлардың технологиясы
12. Қазақстандағы радиохабар тарату ісінің тарихы
13. Радиожурналистикадағы «пішін» мен «жанр» ұғымы
14. Радиохабар таратудағы қазіргі форматтар
15. Радиожурналистиканың ақпараттық жанрлары
16. Радиодағы талдамалы жанрлар
17. Радио аудиториясы және радиохабар таратудың экономикалық негізі
18. Әлемдегі және Қазақстандағы радиохабар тарату үрдістері
19. Журналист шығармашылығын зерттеудің әдістері мен формалары
20. Сұхбат. Сұрақ қою өнері. Сұхбат алу қағидалары
21. Жанрлар «короли» – репортаж
22. Мәтін мен оны оқу әдістері
23. Жарнама – ақпарат беру құралы
24. Қазақстан телеарналарындағы PR-дың қолданысы
25. Дерек пен дәйектің ақпарат жеткізудегі рөлі
26. Телебағдарламаларға қойылатын көркемдік талаптар
27. Телеарнадағы дизайн мен газет-журнал дизайнының айырмашылығы
28. Қазіргі заманғы теле-коммуникациялық технологиялар
29. Кадрдағы бейнелеуші элементтердің өзара үйлесімі
30. Экрандағы түстің рөлі және оның көрсерменге психологиялық әсері

Әдебиеттер тізімі:

1. Молдабеков А. Инфографика, изображение и звук на телевидении: конспект лекции / А. Молдабеков. – Алматы: Эверо, 2020. – 300 с https://elib.kz/ru/search/read_book/4007/
2. Сердәлі Б. Телеоператор шеберлігі [Мәтін]: Оқу құралы / Сердәлі Б. - Алматы: Лантар Трэйд, 2022. - 155 б. 1 экз.
3. Павлодар облыстық теледидары: журналистика кеңістігінде [Электрондық ресурс]: Монография / Ж.Қ. Бижан, Е.Е. Тәткен.- Алматы: TechSmith, 2018.- 1 электр. опт. диск.
4. Рамазанова, Ж.С. Телерадиожурналистика [Электрондық ресурс]: Практикум / Ж.С. Рамазанова.- Алматы: ИП А.Ю.Рыбакова, 2020.- 1 электр. опт. диск. 1 экз.
5. Сердәлі Б. Бұқаралық коммуникацияның тілі мен стилі [Мәтін]: Оқу құралы / Сердәлі, Б. - Алматы: Лантар Трэйд, 2022. - 99 б. 1 экз.
6. Тапанова С.Е. Бұқаралық ақпарат құралдарының тілі мен стилі (мерзімді баспасөз). Оқу-әдістемелік құрал / С.Е. Тапанова. – Алматы: «Эверо» баспасы, 2020. – 176 б.
7. Электронные СМИ: язык и стиль / Абишева В. Т., 2020. - 234 с.
8. Абдрахманова, А.Т. Конфликтология [Электронный ресурс]: Учебное пособие / А.Т. Абдрахманова.- Алматы: TechSmith, 2018.- 1 электр. опт. диск.

9. Медиа және журналистика: теория мен практикаға жаңа көзқарас. / Ж. Бейнбриж, Н. Гок, Л. Тайнан. - Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2019. - 592б.
10. Шамахайұлы Қ. Әлем журналистикасының тарихы: оқулық / Қуандық Шамахайұлы – Алматы: «Эверо» баспасы, 2020. - 334 бет.
https://elib.kz/ru/search/read_book/2069/
11. Зарубежная журналистика: Учебное пособие. - Костанай: КГУ им. А. Байтурсынова, 2018. - 240с. -<http://rmebrk.kz/book/1168868>

3 – модуль

Қоғаммен байланыстың қазіргі технологиялары пәнінен емтихан сұрақтары

1. PR-дың мәні мен мазмұны, түрлері.
2. Отандық PR теоретиктері мен практиктерінің қандай еңбектерін білесіз?
3. Қоғаммен байланыстың әлеуметтік ролі
4. Қазіргі қоғамдағы «паблик рилейшнз» институттарының қызметі
5. Дағдарыс жағдайындағы PR қызметі
6. Мемлекеттік билік жүйесіндегі PR
7. Сайлау науқандарындағы PR технологиялардың қолданылу тәжірибелері
8. PR қызметіндегі «Стейкхолдерлердің» атқаратын қызметтері
9. Баспасөз мәлімдемесіне (пресс-релиз) қойылатын басты талаптар
10. Баспасөз мәслихатының (пресс-конференция) ұйымдастырылуына қойылатын талаптар
11. PR-дағы «ивенттер» дегеніміз не?
12. Public relations Society of America (PRSA) қоғаммен байланыс қоғамының құрылуы, атқаратын қызметі
13. Лондон халықаралық PR қоғамдастығының (IPRA) құрылуы, атқаратын қызметі
14. PR саласындағы кәсіби мінез-құлықтың Еуропалық кодексі қашан қабылданды, қандай қызметтер атқарады?
15. PR жөніндегі Ресей қауымдастығы (РАСО) «Кәсіби абырой кодексін» қашан қабылдады, атқаратын қызметі қандай?
16. Маркетинг пен PR-дың айырмашылығы және ұқсастықтары
17. Үгіт-насихат пен PR-дың айырмашылығы және ұқсастықтары
18. PR қызметіндегі «манипулятивтік басқару» дегеніміз не?
19. Қазақстанда қоғаммен байланыс жөніндегі PR кәсіпқойларының «PR-шы» клубы, атқаратын қызметі
20. Баспасөз хатшысы кім, атқарымдары қандай? Баспасөз хатшысына қойылатын талаптар
21. PR қызметіндегі «имиджмейкинг» дегеніміз не? Мысалдар келтіріңіз
22. PR қызметінің арнайы бағыты «демеушілік» және «фанд-рейзинг» құралдары дегеніміз не? Мысалдар келтіріңіз
23. PR қызметіндегі «Бэкграундер» дегеніміз не? Мысалдар келтіріңіз
24. PR қызметіндегі «Медиарилейшнз» дегеніміз не? Мысалдар келтіріңіз
25. PR қызметіндегі «Факт-парақ» (fact-sheet) дегеніміз не? Мысалдар келтіріңіз
26. PR қызметіндегі «Байлайнер» дегеніміз не? Мысалдар келтіріңіз
27. «Флэшмоб» дегеніміз не? Флэшмобқа қойылатын талаптар қандай?
28. PR-кампанияны жүргізудің стратегиясында «RACE» ұғымының мәні
29. Қоғаммен байланыстағы «Лоббизм»: отандық және шетел тәжірибиесінен мысалдар келтіріңіз
30. PR қызметіндегі зерттеудің сапалы әдістері: «Фокус-топ», «SWOT – талдау», мысал келтіріңіз

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Ответственность журналиста (с позиции журналистской деонтологии) / Абишева В. Т., 2020. - 241 с.
2. Ли, Э.П. Медиа этика. Жас мамандардың тәжірибесінен [Мәтін]: Оқулық / Энн Пек Ли, С.Рил Гай.- Астана: Ұлттық аударма бюросы, 2018.- 304 б. 99 экз.
3. Сердәлі Б. Телеоператор шеберлігі [Мәтін]: Оқу құралы / Сердәлі Б. - Алматы: Лантар Трэйд, 2022. - 155 б. 1 экз.
4. Шамахайұлы Қ. Телевизия журналистикасы: Теория және практика: Монография. / Қ. Шамахайұлы, Алматы. «Эверо» баспасы, 2020. – 220 бет.
5. Молдабеков А. Инфографика, изображение и звук на телевидении: конспект лекции / А. Молдабеков. – Алматы: Эверо, 2020. – 300 с

6. Джонес, Д., Ли Салтер, К. Сандық журналистика : Оқулық. / Қазақ тіліне ауд. Қ.Н. Мысаева; ҚР Білім және ғылым министрлігі, ҚР Жоғары оқу орындарының қауымдастығы . - Алматы: Экономика, 2014. - 280 б.
7. Шамахайұлы Қ. Сөз бостандығының журналистикадағы орны: Монография. /Қуандық Шамахайұлы/ – Алматы, «Эверо» баспасы, 2020. – 276 бет.
8. Сердәлі Б. Телеоператор шеберлігі [Мәтін]: Оқу құралы / Сердәлі Б. - Алматы: Лантар Трэйд, 2022. - 155 б. 1 экз.
9. Шамахайұлы Қ. Телевизия журналистикасы: Теория және практика: Монография. / Қ. Шамахайұлы, Алматы. «Эверо» баспасы, 2020. – 220 бет.
10. Сердәлі Б. К. Қазіргі баспасөз қызметі. Оқу құралы. - А.: Қазақ университеті, 2016.
11. Связи с общественностью / Шапкина Е. В., 2016. - 325 с.