**СӨЖ**

**Жалпы талаптар**

1. Барлық СӨЖ белгіленген мерзімге дейін (сенбі 23.00) тапсырылуы керек.

2. Кез-келген жазбаша жұмыс 4 бөлімнен тұруы керек: кіріспе, негізгі бөлім, қорытынды, пайдаланылған дереккөздер тізімі (кем дегенде 3-4 дереккөз).

3. Жазбаша жұмыстарды безендіруге қойылатын талаптар: Times New Roman, KZ Times New Roman шрифті; қаріп өлшемі - 12pt; жол аралықтары - бір; абзацтың шегінісі - 1 см; портреттік бағдар.

4. Жазбаша жұмыстың бірегейлігі 75% -дан кем болмауы керек.

5. Оқушы жұмыстың тәуелсіздігін дәлелдемейінше қайталанған немесе ұқсас жұмыстар қарастырылмайды.

6. Белгіленген мерзімнен кейін тапсырылған немесе плагиаттың жоғары пайызы бар жұмыстар автоматты түрде жойылады!

**СӨЖ** 1. Коммуникативті модельдің мәнін кеңейтіңіз: Г.Лассвеллдің «Оқ теориясы». Байланыс әсерінің екі сатылы моделі П.Лазарсфельд, Б.Берелсон. Күн тәртібін құру тұжырымдамасы. «Тыныштық спиралы» теориясы Э.Ноэль-Нейман. (КТК жазбаша түрде беріледі).

1. Таңдалған модельді қарастырыңыз (тұжырымдамасы, тиімділігі, тиімділігі).

2. Таңдалған қарым-қатынас моделін сыни тұрғыдан бағалаңыз (басқа зерттеушілердің сыни бағалау мысалдарын келтіріңіз және өз бағаңызды беріңіз).

3. Таңдалған модельдің қазіргі заманғы тиімділігін негіздеу немесе жоққа шығару.

**СӨЖ** 2. Саяси мифология мен саяси юмордың рөлін зерттеу.

1. Саяси мифология мен саяси юмордың пайда болу тұжырымдамалары мен теорияларын зерттеңіз.

2. Қазіргі дәуірдегі және басқа уақыт кезеңдеріндегі (19 ғасырдан 2000 жылдарға дейін) саяси мифология / юмор таралымына салыстырмалы талдау жасаңыз:

3. Күнделікті өмірде саяси юмор мен саяси мифологияға мысалдар келтіріңіз.

**СӨЖ 3** GR және лоббизм

**1.** Студент лоббизм мен GR-дің негізгі теоретиктерінің жұмысын және лобби мен GR-дің негізгі түрлерін білуі керек.

2. Студент белгілі бір елдің лоббизмі мен GR-нің ұлттық ерекшеліктерін қарастыруы керек (бірдей мысалдар есептелмейді).

3. Студент таңдалған елдің нақты мысалдарымен лоббизм мен GR мысалдарының салыстырмалы кестесін жасауы керек.

4. Салыстырмалы талдаудың соңында студент мемлекеттің дамуы үшін лоббизмнің немесе GR тиімділігін негіздеуі керек.

**СӨЖ** 4 Байланыс науқанының стратегиясын жасаңыз

1. Оқушыларды топтарға бөлу керек (3-4 адамнан).

2. Саяси науқан формасын таңдап (сайлау, саяси бағдарламаны, идеологияны және т.б.) саяси науқанды жоспарлаудың негізгі бағыттарын және негізгі СМЖ-ны анықтаңыз.

3. Саяси науқанның негізгі мақсатты аудиториясын, олармен өзара әрекеттесу әдістерін анықтаңыз.

4. Өзіңіздің байланыс бағдарламаңызды ұсыныңыз;

5. Саяси науқанға арналған жарнама сценарийлер ойлап табыңыз.

**СӨЖ** 5 Стратегиялық саяси-коммуникациялық науқанның нормативтік моделі (К. Новак, К. Варнерид). Саяси және коммуникативтік ықпал эффектілері иерархиясының модельдері (М. Рэй). Жинақталған коммуникация эффектінің моделі (С. Чэфи, К. Розер).

1. Таңдалған модельді қарастырыңыз (тұжырымдамасы, тиімділігі, тиімділігі).

2. Таңдалған қарым-қатынас моделін сыни тұрғыдан бағалаңыз (басқа зерттеушілердің сыни бағалау мысалдарын келтіріңіз және өз бағаңызды беріңіз).

3. Белгілі бір мысалды қолдана отырып (2000-2020 жылдар кезеңіндегі кез-келген мемлекеттің президенттік немесе парламенттік сайлауы) таңдалған модельдің қазіргі заманғы тиімділігін негіздеу немесе жоққа шығару.

**СӨЖ** 6 Саяси науқанға арналған ақпараттық-коммуникациялық бағдарламаны әзірлеу (сайлау, үгіт-насихат және т.б.).

1. Оқушыларды топтарға бөлу керек (3-4 адамнан).

2. Сайлау науқанының ауқымын (президенттік, губернаторлық, парламенттік және т.б. сайлау) таңдап, халықпен байланыстың негізгі арналарын анықтаңыз.

3. Іріктеу науқанының мақсатты аудиториясы үшін негізгі хабарламаларды әзірлеу.

4. Ақпараттық-коммуникациялық бағдарламаның тиімділік деңгейлерін анықтаңыз.

**СӨЖ** 7 Қазіргі қазақстандық бұқаралық ақпарат құралдарындағы саяси коммуникация. Мазмұнды талдау.

1. Қазақстандық бұқаралық ақпарат құралдарының кез-келген құралын таңдаңыз (газет, телеарна, интернет-портал, әлеуметтік желі).

2. 2017-2019 жылдар аралығындағы негізгі «саяси мәселені» анықтаңыз, таңдалған мәселе бойынша контент-талдау жүргізіңіз.