**Емтихан сұрақтары**

**2-курс, докторантура**

**Пән: Медиаконтент жасау ерекшеліктері**

1. Г.М. Маклюэн: заманалы медиа эволюциясы.
2. Жаңа медианың заманалы контент жасаудағы ролі.
3. Г.М. Маклюэн: қоғам дамуының қазіргі концепциясы
4. Бұқаралық қоғам теориясындағы ресми медиа атрибуттары (консьюмеризм – тұтынушылар құқығын қорғау қоғамы және конформизм – дүрмекке ілесу).
5. Жаңа коммуникация кеңістігі және дәстүрлі медиа мәдениеті.
6. Заманалы медиаконтент: шығармашылық мүмкіндікті кеңейту жолдары.
7. Медиаконтенттің мәдени-әлеуметтік пішіндері.
8. Қазіргі коммуникация құралдары адамның орталық жүйке жүйесінің жалғасы ретінде.
9. Медиаконтент ақпараттық кеңістікті қабылдау принциптерін реттеуші ретінде.
10. Визуалды контент жасау ерекшеліктері.
11. Қазіргі маркетингтегі медиаконтенттің ролі.
12. Заманалы визуалды медиаконтент жасау ерекшеліктері.
13. Қазіргі медиаконтент: өндірістік және ақпараттық үдерістер тоғысы.
14. Ли Одденнің «Продающий контент» еңбегінің заманалы медиа кеңісітігін зерттеудегі ролі.
15. Қазақстан ақпарат, ақ­па­раттандыру жəне байланыс са­ла­сының инфрақұрылымы.
16. Қазақстандағы ақпараттық жұмыс стра­тегиясы: контент қалыптастырудың басты екі параметрі.
17. Қазақстандағы ақпараттық-телекоммуникациялық технологияны дамыту және ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету жөніндегі шаралар.
18. Қазіргі таңда мемлекеттік ақпарат құралдарын трансформациялау және кадрлық құрамды нығайту проблемалары.
19. Сандық теңсіздікті азайту мақ­саты: елді мекендерді кең жолақты интернетпен қамтамасыз етудің мемлекеттік жобасы.
20. Ғалым Мұрат Аджидің Ресей патшалығын Иван Грозный билеген заманына арналған тарихи контенті.
21. Қазақстандағы заманалы талаптарға лайықты мемлекеттік ақпараттық саясат векторлары.
22. Америка жазушысы О’Генридің «Среди текста» әңгімесіндегі контент салыстырымы.
23. Оф-лайн басылымдардағы публицистік контенттің қызметі.
24. Публицистік мәтіндердегі ақпараттық стиль.
25. Заманалы медиаконтент құбылысының ақпараттық-шығармашылық және инновациялық-технологиялық негіздері.
26. Қазіргі дәстүрлі басылымдар контенті: лексикасы, мультимедиалық ажары.
27. Заманалы медиатехнологиялардың газет, журнал контенті мән-мазмұнына әсері.
28. Электронды кітаптар контенті: біліми және ақпараттық материал логистикасы.
29. Заманалы электронды кітаптар маркетингінің ғылыми негіздері.
30. Әлемдік журналистика ғылымында талдама контент (контент-анализ) жасау өнегесі.
31. Джеймс Гликтің « Информация. История. Теория. Поток» еңбегіне тарихи таным тұрғысынан баға беріңіз.
32. Шығармашылық тұлға жобасы мен медиаконтент мазмұнының үндесуі.
33. Сана тасқыны генезисі, медиатехнологиялар ағыны, ішкі және сыртқы тенденциялар.
34. Заманалы медиаконтенттегі ұлттық бренд көрінісі.
35. Кәдімгі (неуникальный) контент және авторлық құқық мәселелеріне тоқталыңыз.
36. Мәтіндік медиаконтенттің құрылымы және стилистикасы.
37. Айрықша контент және Web-ресурстар мүмкіндігі туралы пікір білдіріңіз.
38. Талдамалы вев-журналистика хақында ой қорытыңыз.
39. Қазіргі блог посттардың мағыналық және образды акцентін ғылыми тұрғыдан талдаңыз.
40. Осы заманғы саяси сараптамалар контентін жүйелеу принциптері.
41. Қазіргі ақпарат кеңістігіндегі инфографика комбинациялары.
42. Ұлттық журнлистика алаңындағы контент драматургиясы.
43. Заманалы контент төлтақырыбын (заголовок) ерекшелендіру амалдары.
44. С.Э. Некляевтің «Инфографика: принципы визуальной журналистики» еңбегіне ғылыми тұрғыдан баға беріңіз.
45. Ұлттық басылымдардағы графикалық, видео және аудиоконтент.
46. Қазіргі телевизия ақпараттық айналымындағы жаңалықтар контенті.
47. М.О. Кошлякованың «Социльное пространство имиджа» еңбегінің идеялық ұстанымдары.
48. Видеоконтент және брендинг ажарын қанықтыру тәсілдеріне тоқталыңыз.
49. Қазіргі қазақ медиаконтентінің товарлық-рыноктық пішіні.
50. Медиаконтет прагматикасы: жоспарлау, енгізу және іс нәтижесін анықтау жолдары.
51. Интернет-бизнес өрісіндегі блоггинг контент туралы ғылыми тұжырым жасаңыз.
52. Қазіргі блоггинг контенттің тұтынушы жұртшылыққа жанама ықпалын тарата талдап беріңіз.
53. Жарнама және PR өрісіндегі кәсіби құзыреттілік мәселелері.
54. Ақпараттық кеңістіктегі ақылы және ақысыз контент сипаты.
55. Заманалы контент трендінің зерттелу бағыттары.
56. Коммерциялық масс-медиа аудиториясын топтастыру факторлары.
57. Бизнес-контентті модельдеудің ғылыми әдістері.
58. Қазіргі ақпараттық кеңістіктегі медиаконтент ағымы және мақсатты трафик.
59. Заманалы масс-медианың таяу болашығы хақында футурологиялық болжам жасаңыз.
60. М.О. Кошлякованың «Социльное пространство имиджа» еңбегіне қысқаша талдау жасаңыз.