

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ

**8D03201 – ЖУРНАЛИСТИКА БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫ
БОЙЫНША ҚАБЫЛДАУ ЕМТИХАНЫНЫҢ
БАҒДАРЛАМАСЫ**

Костанай, 2020

МАЗМҰНЫ

Кіріспе.....	4
Негізгі бөлім.....	5
Емтихан сұрақтарының тізімі.....	10
Ұсынылатын әдебиеттер тізімі.....	13

КІРІСПЕ

Докторларды даярлау ҚР МЖМБС 31.10.2018 ж. № 604, «Қазақстан Республикасы докторантура, магистратура және бакалавр мамандықтарын жіктеуші» ережесіне сәйкес жүзеге асырылуы керек.

Докторантурада мамандықтарды даярлау мынадай бағыттар бойынша жүргізіледі:

- ғылыми және педагогикалық;
- бейіндік.

8D03201-Журналистика мамандығы бойынша ғылыми педагогикалық бағыттағы докторант түлектеріне философия докторы (PhD) дәрежесі беріледі; бейіндік бағыттағы дәреже – әлеуметтік ғылымдар докторы.

Кәсіби қызмет түрлері.

8D03201-Журналистика мамандығы бойынша философия докторы (PhD) келесідей кәсіби қызмет түрлерін атқара алады:

- Педагогикалық;
- Өндірістік-басқарушылық;
- Ғылыми-зерттеу.

Нақты қызмет түрлері кәсіби білім бағдарламасының мазмұнына сәйкес соны құрастырған ЖОО-мен анықталады.

Оқу уақыты.

Докторантура бағдарламасы бойынша нормативті білім беру ұзақтығы құрайды:

- докторантура (PhD) үшін 3 жыл.

Талапкерлердің дайындық деңгейлерінің талаптары

Докторантураның білім бағдарламасын меңгеруге өтініш білдірген тұлғаларға ең кемінде магистратура дәрежесі болуы керек.

Азаматтарды докторантураға қабылдау жоғары оқу орнынан кейінгі кәсіби оқу бағдарламасын жүзеге асырушы білім ұжымының қабылдаудың Типтік ережесіне сәйкес бекітіледі.

Талапкердің жоғары оқу орнынан кейінгі білімнің мемлекеттік үлгісі – магистратура бойынша құжаты болуы шарт.

Іріктеу конкурсының шарттары

Докторантураға қабылдау ҚР ЖОО докторантура бойынша қабылдаудың Типтік ережесіне сәйкес жүзеге асырылады.

Кешенді емтиханға келесідей пәндер қарастырылған:

- Заманауи медиатехнологиялар
- Қазақстан БАҚ-ның қалыптасуындағы саяси-экономикалық әлеуметтік

Аспекттері

- Қазіргі бұқаралық коммуникацияның ғылыми тұжырымдамалары

НЕГІЗГІ БӨЛІМ **(пәннің мазмұны)**

Заманауи медиатехнологиялар

Модуль 1. Жаңа медиа концепциясының дамуы мен тарихы

1.1 Курс туралы жалпы түсініктеме. Жаңа бұқаралық ақпарат құралдарының концепциясын құру, тарихы.

Бұл бағыттағы нақты ақпарат көздерінің базасын ұсынып, арнайы әдебиеттерге шолу жасау. Еліміздегі заманауи медиатехнологиялардың қолданылу деңгейіне сараптама жасау. Сандық және жоғары технология ғасырындағы журналистиканың жаңа бағыттағы дамуының мәні мен маңызы.

1.2 Жаңа медиа - әлеуметтік өзгеріс жасаудың ықпалды құралы және ақпараттық қауіпсіздік

Дәстүрлі медианың дамуына технологиялардың ықпалы, медианың жаңа түрлерінің пайда болуы, технологиялардың озық түрлерінің пайда болуы журналистика деген ұғымды жаңа мазмұнмен және жаңа пішіндермен толықтырды. Медиатехнологиялар көпшіліктің санасына ықпал етудің жаңа құралына айналды. Мемлекет интернет жүйесіндегі ақпараттар тасқынын реттеп, әлеуметтік желілерді пайдаланушылардың қауіпсіздігін сақтау мақсатында кешенді жұмыстар жүргізуді қолға алуда.

1.3 Заманауи технологиялардың дәстүрлі журналистикаға ықпалы Заманауи медиатехнологиялардың қазіргі даму бағыттары

Интернет журналистиканың пайда болуы дәстүрлі БАҚ түрлерін жояды деген пікірлердің айтылуы, олардың қисындылығы қаншалықты деңгейде. Баспасөзге деген оқырмандардың сұранысының азаю себептерін саралау. Заман сұранысына және кәсіби бәсекеге баспасөз икемделуі керек пе?

Электрондық коммуникация. Озық технологиялардың журналистің кәсіби қызметінде пайдаланылуы. Сандық технологиялардың дамуы және қолжетімділігі. Жаңа медиа түрлерін тұтынушылардың санының артуы.

1.4 Заманауи медиатехнологияның дамуы.

Электронды пошта. Журналистің кәсіби жұмысында қолданылатын заманауи технологиялар. Сандық технологиялардың дамуы. Заманауи технологияларды қолданушылардың санының өсуі. Сообщения электронной почты.

1.5 Еліміздің телеарналары және онлайн жаңалықтар беру жүйесі

Отандық телеарналардың онлайн жүйесінде хабар тарату тәжірибелеріне сараптама жасау. Мультимедиялық журналистиканың еліміздегі даму бағыттарын айқындау. Онлайн жаңалықтар жүргізудің ерекшеліктері мен интерактивті байланыстың әдіс-тәсілдерін саралау. Шетелдік телеарналардың шығармашылық бағыттағы жаңа тәжірибелерін саралау.

Модуль 2 Әлеуметтік журналистикадағы электрондық коммуникация пішіндері

2.1 Электрондық коммуникация пішіндері және әлеуметтік журналистика

Сандық, интерактивті хабар тарату, интернет, жаңа ақпараттық ортаның пайда болуы және оларға деген идеологиялық әсер-ықпалдардың артуы. Дәстүрлі және заманауи БАҚ-тың өзара бәсекесі. Әлеуметтік желілерді тұтынушылар санының көбеюі және оларды заңдық және этикалық тұрғыдан реттеу жолдары.

2.2 Развитие внешней интернет-журналистики

Развития интернет-журналистики в стране, в областях знаний, всемирно известных зарубежных информационных агентствах и телевидения, радиовещания опыт и знания в Интернете. Анализ с точки зрения жанра и анализа тематического контента.

2.3 Интернет-байланыс: негізгі мәтін және деректік бейнелер

Интернет ақпаратты тарату мен өзара алмасудың әмбебап құралына айналды. Интерактивті байланыс орнатудың өзіндік ерекшеліктері, аудиториямен тиімді байланыс жасау жолдары. Онлайн жүйеде хабар таратудың ерекшеліктері және көрермендерге ықпалы.

2.4 Жаңа медианың түрлері: мобильдік презентациялар, сандық деректерді интеграциялау, онлайн-қоғамдастықтар, интернет арқылы тікелей эфирге шығу, CD және DVD медиа

Еліміздегі жаңа медианың түрлерінің қоғамның әр саласының, оның ішінде журналистика, әсіресе телевизия, радио және мультимедиялық журналистика саласында қолданылуына сараптама жасау және олардың өзіндік ерекшеліктерін жүйелеу.

2.5 Интернет-журналистиканың сыртқы дамуы

Еліміздегі онлайн журналистиканың даму бағыттарына сараптама жасай отырып, шетелдік әлемге танымал ақпарат агенттіктері мен теле-радиоарналарының онлайн жүйесінде хабар тарату тәжірибесіне сараптама жасау. Ол хабарларды жанрлық, мазмұндық және тақырыптық жағынан саралап талдау.

2.6 3D және виртуалды әлем және оның көрермендерге ықпалы

Жаһандану үдерісіндегі медианың жан-жақты дамуы. Медианың дамуына озық технологиялардың ықпал етуі. Виртуалды әлеммен шынайы өмірді алмастыру жолындағы ізденістер: пайдалы тұстары мен кері әсері.

Модуль 3 Онлайн журналистика және оны құқықтық реттеудің заңдық негіздері

3.1 Бейне және аудио пішіндегі ақпараттар легі. Жоғары интерактивті тұтынушылар интерфейстері.

Толассыз ақпараттар тасқыны, бейне және аудио пішіндегі ақпараттардың легі: тақырыптық және мазмұндық жағынан іріктеу, сонымен қатар тұтынушылардың қолданылуын бақылау және оларды реттеудің заңдық негіздері

3.2 Жаңа медиа және аудиториямен кері байланыс жасаудың әдіс-тәсілдері

Тұтынушылармен интерактивті кері байланыс, тұтынушының шығармашылық әлеуетін танытуына мүмкіндік зор, тұтынушылардың қалауы бойынша материалға қай жерде болсын және қай кезде болсын қолжетімділік және оның мазмұнына өзіндік өзгеріс жасау еркіндігі. Еліміздің теле-радиоарналарының тікелей эфирде хабар жүргізуі және жүргізушілердің аудиториямен байланыс орнату әдіс-тәсілдерін саралау.

3.3 Онлайн журналистика және оны құқықтық реттеудің заңдық негіздері

Жаңа коммуникациялық орта. Медиасферадағы шығармашылық еркіндік және сөз бостандығы және оларды реттеудің жолдары. Әлемдегі және Қазақстандағы жалпы БАҚ саласындағы және интернет саласындағы қызметтерді реттеуге қатысты заңдық құжаттар.

3.4 Мультимедиалық журналист: IT сауаттылық пен шығармашылық шеберлік

Заманауи журналистерге қажетті кәсіби мінездер: ұшқырлық, өнімділік, креативтік, IT сауаттылық. Ақпаратты жинау, әзірлеу, жасау және басқаруға деген жаңаша көзқарас. Мультимедиалық журналистің дәстүрлі БАҚ журналисінен өзіндік ерекшеліктері.

Сандық медианың ерекшеліктері: желіде жұмыс істеу әдістері және материал әзірлеу

Ерекшеліктері: интернет желісіндегі жұмыс істеу, журналистің кәсіби міндетін орындауға қажетті арнайы бағдарламаларда жұмыс істеу қабілеті, материалды жинақы пішінде, түсінікті тілде, қысқа немесе сығымдалған көлемде, әрі интерактивті пішінде беру шеберлігі.

2. Қазақстан БАҚ-ның қалыптасуындағы саяси-экономикалық және әлеуметтік аспектілері

Кіріспе. Курстың мақсаты мен міндеті. Басты кезең 1991-1997 ж. БАҚ-тың жаңа басылымдарын бекіту. 1997-2007ж.-БАҚ-тың негізгі базасын құру, оның тұрақтануы. Медиақорлардың дағдарысқа байланысты қайта құрылуы. 2008ж. Экономикалық дағдарыстан кейін қатф қалпына келу, ірі медиахолдингтардың құрылуы. Қазіргі Қазақстанда БАҚ-тың құрылуы.

Қазақстанның постсоветтік медиажүйесі: баспа, визуальді БАҚ, радионың жаңа форматы, кабельді сеть, Интернет. СССР құлауы және тәуелсіз мемлекетті ақпаратпен қамту. «Қазақстанның постсоветтік медиажүйесі» түсінігі және мәні. Тәуелсіздік алғаннан кейінгі ҚР медианың құрылуының кезеңдері. ҚР БАҚ-на қатысты саяси-билік үрдісі.

Қазақстандағы мемлекет пен БАҚ қатынасының эволюциясы. БАҚ пен қоғамның құқықтық қатынасы. БАҚ және парламен. Жаңа мемлекеттік идеологияны құру мәселесі. БАҚ-тың саяси манипуляция әдісі мен технологиялары. БАҚ-тың электораттар тәртібіне әсері. Электорат, депутаттыққа кандидат, ҚР сайлау кампаниясын процесіндегі БАҚ.

Саяси социализация үрдісіне БАҚ-тың әсері.Т ұлғаны, азаматтық қасиетті қалыптастыруда және қоғамның саяси өміріне БАҚ-тың қатысуы.

Саяси социализацияның мәні мен мазмұны. Әлеуметтік журналистика шығармашылығының ерекшелігі. Қазіргі Қазақстандағы әлеуметтік журналистиканың ерекшелігі.

Қазақстан БАҚ-ның модернизациясы. БАҚ модернизациясының мәні, оның критерилары мен түрлері. БАҚ модернизациясының теориясы мен негізгі бағыттары. Өтпелі кезеңдегі БАҚ дамуының тұрақсыздығының негізгі себептері. Аудиовизуальді БАҚ. Жаңа медиа БАҚ модернизациясының факторы ретінде. Интернет-болашақ медиажүйенің бейнесі ретінде. Қазіргі Қазақстан БАҚ-ның модернизация мүмкіндіктері.

Қазақстанның ақпараттық кеңістігі. Ақпараттық қауіпсіздік. «Ақпараттық кеңістік» түсінігі мен мәні. Ақпараттық кеңістік шекарасы. Халықаралық қатынастардағы БАҚ ролі. Қазақстандық БАҚ локализациясы мен жаһандану. Ақпараттық кеңістік демократизациясы. Ақпараттық кеңістіктегі ақпараттық қауіпсіздік.

Қазақстандағы сайлау медиа-технологиясы. Медиатехнологиялардың құқықтық базасы. Сайлау кезеңінде БАҚ-ты қолдану ерекшелігі. БАҚ-тағы сайлау кампаниясы. Сайлау инфраструктурасы. Сайлау кампаниясын ұйымдастыру мен басқару. Сайлау кампаниясын ақпараттық-сараптамамен қамту. Сайлау кампаниясындағы саяси технологиялар. Қазақстандық сайлаушылардың саяси тәртібінің ерекшелігі

3. Қазіргі бұқаралық коммуникацияның ғылыми тұжырымдамалары

Арнайы курстың пәні мен тапсырмасы. Сауалдың тарихы. Бұқаралық коммуникация теориясының түсінігі. Курсқа байланысты жалпы толғам. Пән тақырыбына байланысты ақпарат қайнары. Арнайы әдебиет. Шетелдік баспа теориясы және басқа БАҚ. Негізгі концепциялардың қалыптасуы, дамуы және қазіргі қалыбы (авторитарлық, баспа бостандығы, журналистиканың әлеуметтік жауапкершілігі). Ю. Хабермас еңбектеріндегі қоғамдық кеңістік: постсоциалистік елдердегі демократиялық БАҚ қалыптастырудағы концепциялардың ролі. Заманауи БАҚ теориясына постмодернистік философия мен ақпараттық қоғам теориясының әсері.

Теоретикалық концепциялар мен әдістер. Ақпараттың бұқаралық құралдары, көпшілік мәдениет пен фольклор. Шиллер, Шрам, Малюеннің көпшілік қоғам мен коммуникация тұрғысындағы ой-толғаныс, еңбектері. Француздық журнализм зерттеушілерінің трактоваларындағы әлеуметтік журналистика жауапкершілігінің теориясы. Бұқаралық мәдениет жайындағы қазақстандық ғалымдардың зерттеулері. Маршал Маклюеннің тегік ойлары. Канадалық әлеуметтанушының теориясы бойынша өркениет дамуының негізгі сатылары. «Маклюен: за и против» кітабындағы Маклюен теориясының сыны.

Мобильдік коммуникация шартындағы жаһандық ақпараттық кеңістік. Жаһандық ақпараттық кеңістік және жаһандық көпшілік айналасы. Жаһандық ақпаратқа қолжетімділік - халықаралық дәрежедегі қарым-қатынас ретінде. Ұлттық көпшілік айнала және олардың әлемдік ақпараттық ортаға

қосылуы, көпшілік айналаның жаһандық таралу аймағын қалыптастыру. Медиялық кеңістіктегі жаһанданудың және антижаһанданудың туындауы.

БАҚ-тың «мозайкалық мәдениеті».БАҚ-ның белгілік мәдениеті, семантика мен лингвистиканың ролі. БАҚ-ның дұрыстығы хақындағы аңыздың жойылуы. Бен Багдикян «Монополия на средства информации» және Эрик Барноудың «Трубка изобилия» кітабындағы бұқаралық коммуникацияның қалыбы. Жаңалық – белгілік коммуникация әлемі ретінде. Даниель Беллдің «Приход постиндустриального общества» кітабындағы «Постиндустриальное общество» трактовокасы.

Бұқаралық ақпарат құралдарының заманауи концепциялары және өтпелі кезеңдегі коммуникациялар. Ақпараттық қоғам. Теориядан шыншылдыққа. Ақпарат - қазіргі заман қоғамының анықтауыш факторы ретінде. Ақпараттық шикізаттар және олардың маңызды таралу арналары. Ақпараттық қоғам: заманауи концепциялар, анықтама, шындық. Дамыған елдердің ақпараттық қоғамға өту шартындағы БАҚ. Ақпараттық қоғам даму шартындағы Қазақстандағы БАҚ. Қазақ тілді БАҚ ерекшелігі

ЕМТИХАН СҰРАҚТАРЫНЫҢ ТІЗІМІ

Заманауи медиа технологиялар

1. Спутниктік ТВ даму тарихы. «Интелсат» халықаралық спутниктік ұйымның құрылуы және оған Қазақстанның енуі.
2. Нарықтық жаһандану, тікелей жаһандану және оның психологиялық белгілері.
3. Жаңа БКҚ. Ақпараттық технологиялардың дамуы және олардың дәстірлі және жаңа БКҚ-қа әсері.
4. Конвергенция медиа-менеджменттегі доминантты түсінік, контент өндірісін қосқанда.
5. Ақпараттық қоғамдағы заманауи концепциялар
6. Қазақстандық медиа-нарық және конвергенттік журналистика
7. Жаңа мбизнес-моделдің құрылуы
8. Елдегі баспасөз, радиокомпания, телекомпанияларды біріктіретін Қазақстанның жаңа медиа холдингтері.
9. Аймақтық медиакеңістіктегі конвергенция елесі (Қостанай облысы) .
10. Қазақстандағы, Ресей және ТМД елдеріндегі спутниктік, кабельдік ТВ.
11. Коммуникациялық медиа магнаттар: Р.Мэрдок, Р.Масквел, С.Берлускони, Т.Тернер және тағы басқа.
12. Жаңа АТ, жаңа БКҚ сипаттамасы: интерактивтік, сандық таралым, кабельдік-спутниктік ТВ, теле-бейнемәтін, Интернет, электронды басылым және тағы басқа.
13. АКТ саласындағы революция. Ақпараттық технологиялардың дамуының негізгі кезеңдері.
14. Қазақстан және әлемдегі жаһандану түрлері, қозғаушы күші, негізгі белгілері мен жүргізетін саясаты, мәселені шешу деңгейі.
15. Әлемдік бұқаралық коммуникацияның қазіргі жағдайы мемлекеттік салаға доминанттық әсерінен ірі корпорация әсеріне көшуі.
16. Қазақстан Республикасының жаңа ақпараттық кеңістігі.
17. ТАСЕ – Транс-Азиаттық-Европалық коммуникациялық магистраль.
18. Демассификация. Дигитализация. Жаһандану үрдісі, жекешелену және коммерциализация.
19. Медиа-холдинг «Арна-медиа және Нұр медиа» - радиостанция және тележобалар.Қағаздық БАҚ-тың қатынас алаңы.
20. Коммуникациялық жаһандану – дамуы мен мәселелері.
21. Конвергенттік журналистика заман лебі ретінде.
22. Қоғамдық -саяси конвергенция зерттеу және қазіргі ғылыми тұжырымдар.
23. БАҚ жүйесін ұйымдастырудағы өзгерістер, ақпаратты басқарудағы әдістердің өзгеруі.
24. Бейнемәтін. Сандық таралым. Интерактивті БАҚ.
25. БАҚ-тың жаңа бизнес-моделі құру.

Қазақстан БАҚ-ның қалыптасуындағы саяси-экономикалық және әлеуметтік аспектілері

1. Электорат, депутаттыққа кандидат, ҚР сайлау кампаниясы кезіндегі БАҚ.
2. Қазіргі Қазақстандағы әлеуметтік журналистиканың ерекшелігі.
3. Тұлғаны қалыптастыру мен құндылықтарды қалыптастыруда саяси мәдениет пен идеологияның ролі.
4. Ақпараттық нарық. Журналистік ақпарат тауар ретінде.
5. Өтпелі кезеңдегі БАҚ дамуының тұрақсыздығының себебі.
6. Медиасферадағы жаңғыру үрдістері механизмінің өсуі.
7. ҚР спутниктік, кабельдік, сандық ТВ дамуы.
8. Интернет және Интернет-журналистика. Мобильді БАҚ жаңғырту факторы ретінде.
9. Әлемдік экономикалық дағдарыс жағдайында ҚР БАҚ-ның сипаттамалық жағдайы.
10. Жаңа медиа БАҚ жаңғыруының факторы ретінде.
11. Ақпараттық кеңістіктегі ақпараттық қауіпсіздік.
12. Саяси және экономикалық сипаттағы халықаралық мәселелерді шешудегі дипломатия мен журналистика.
13. Болжам ҚР медиажүйесінің болашақ дамуын жоспарлаудағы ғылыми негізделген әдіс.
14. Қазақстандық медиа-элита эволюциясының ерекшелігі: тарихи, мәдени, құрылуының этникалық ерекшелігі.
15. Қазіргі Қазақстандағы әлеуметтік журналистика ерекшелігі.
16. Сайлау кампаниясын ақпараттық- сараптамалық қолдау.
17. СССР-дың құлауы және тәуелсіз елдерді ақпаратпен қамтудың жаңа деңгейі.
18. Республикалық және облыстық масштабтағы медиа холдингтің пайда болуы.
19. Мемлекеттің әлеуметтік саясаты. Қазақстандық баспа журналистикасындағы әлеуметтік мәселелер.
20. Қазақстанның болашақ медиа-үрдістерін болжау: дамуының мүмкін нұсқалары.
21. Қазақстандық БАҚ жаһандануы мен локализациясы. Ақпараттық кеңістіктің демократиялануы.
22. «Ақпараттық кеңістік» түсінігі. Ақпараттық кеңістік шекаралары.
23. Бұқаралық ақпарат құралдарының концентрациясы үрдісі.
24. ҚР ақпараттық нарығындағы шетелдік капитал.
25. БАҚ-тағы саяси манипуляция әдістері мен технологиялары..

Қазіргі бұқаралық коммуникацияның ғылыми тұжырымдамалары

1. Коммуникация түсінігі және коммуникациялық білімінің пәнаралық сипаттамасы.
2. Коммуникация теориясының пәні мен объектісі.

3. Коммуникация теориясының заңдары.
4. Бұқаралық коммуникация теориясы.
5. Бұқаралық коммуникация түсінігі.
6. Бұқаралық коммуникация қызметінің жүйесі.
7. Бұқаралық коммуникация аудиториясы.
8. Бұқаралық коммуникациядағы кері байланыс немесе негізгі коммуникативтік кедергілер.
9. Вербальді және вербальді емес коммуникацияның салыстырмалы сараптамасы.
10. Тұлғааралық коммуникация түсінігі. Тұлғааралық коммуникацияның аксиомасы.
11. Ұйымдастырушылық теория эволюциясының шеңберіндегі коммуникация түсінігінің дамуы.
12. Әлеуметтік коммуникация үрдісінің түсінігі мен негізі.
13. Әлеуметтік коммуникацияның субъектілі-субъекті сипаттамасы. «Коммуникация» и «байланыс» терминдерінің қатынасы.
14. Тиімді коммуникация ережелері.
15. Коммуникация типологиясы.
16. Ақпарат түсінігінің полисемантикасы.
17. Ақпарат мәселесіндегі ресурстық және коммуникативті әдіс.
18. «Ақпарат» және «білім» түсініктерінің қатынасы. Когнитология заманауи ғылым ретінде.
19. Коммуникацияны зерттеудегі модельдеу әдісі. Коммуникацияның негізгі жүйелік моделі.
20. Г. Лассуэллдің коммуникативті моделі және оның негізгі элементтерінің сараптамасы.
21. Шеннон—Уивердің коммуникативті моделі.
22. Лазарсфельд—Клаппердің екісатылы коммуникация моделі.
23. Екісатылы коммуникация моделінің заманауи дамуы.
24. Коммуникацияның сызықтық моделі және оның жалпы сипаттамасы.
25. Коммуникацияның жүйелік моделі және оның жалпы сипаттамасы.

ҮСЫНЫЛАТЫН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

Заманауи медиа технологиялар:

- 1.Вартанова В. К чему ведет конвергенция СМИ.-М.,1999.
- 2.Гавриленко А. Ньюсрумы – СМИ ХХ1 века.-М.,2001.
- 3.Засурский И. Масс-медиа второй республики.-1999.
- 4.Калмыков А. Интернет-журналистика.-М.,2005.
- 5.Кихтан В. Информационные технологии в журналистике. –М.,2004.
- 6.Костыгова Ю.Сетевые и печатные СМИ: конвергенция или антагонизм? – М.,2001.
- 7.Рэндалл Д.Универсальный журналист. – СПб.,2000.
- 8.Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. –М.,1998.
- 9.Почепцов Г.Теория коммуникации. – М.,2001.
- 10.Орлова В.Глобальные телесети новостей на информационном рынке.- М.,2003.
- 11.Льюис М. NEXТ.Будущее уже началось. –СПб.,2004.
- 12.Практическая журналистика в Казахстане.- Алматы, 2008.

Қазақстан БАҚ-ның қалыптасуындағы саяси-экономикалық және әлеуметтік аспектілері:

1. Ибраева Г. Масс-медиа в политической структуре общества.-Алматы, 2000.
- 2.Власенко С.Правовые аспекты журналистской деятельности в Республике Казахстан.-Алматы,2002.
- 3.Печать, телевидение и радиовещание Казахстана. –Алматы,1998.
- 4.Политкорректность в СМИ Казахстана.-Алматы, 2007.
- 5.Практическая журналистика в Казахстане.-Алматы, 2008.
- 6.Олешко В.Журналистика как творчество.-М.,2003.
- 7.Вулф Т.Новая журналистика.-М.,2002.
- 8.Масс-медиа в Казахстане.Законы, конфликты, правонарушения.-Алматы, 2003.
- 9.Юридический путеводитель для СМИ и журналистов.-Караганда, 2003.
- 10.Гессен М., Назари М. По жизни. Пособие по социальной журналистике. – М.,2002.

Қазіргі бұқаралық коммуникацияның ғылыми тұжырымдамалары

1. Ашин Г.К. и др. Социология политики.-М., 2001
2. Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации.-М., 2007.
3. Березин В.М. Массовая коммуникации: сущность, каналы, действия. –М., 2006.

4. Буданцев Ю.П. Парадигма массовой коммуникации. М., 2007
5. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. Спб, 2001
6. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованная социальное действие // Макаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. – М., 2007
7. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. –СПб., 2007
8. Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникации. М.-Спб., 2007
9. Почепцов Г. Медиа. Теория массовых коммуникации. Альтерпрес., 2008 г.
10. Харрис Р. Психология массовых коммуникации. Альтпрес, 2008 г.
11. Практика и теория массовой коммуникации. Научный подход к изучению СМИ. М. 2008
12. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.,1990
13. Энтин В.Л. Правовое регулирование деятельность прессы за рубежом. М., 2002
14. Нэсбитт Д., Эбурдин П. Что нас ждет в 90 годы. Мегатенденции. Год 2000., М., 2002