

Примерные вопросы ИГА по магистратуре факультета журналистики КНУ им. Ж.Баласагына

Дисциплина: «Современные теории МК»

1. Коммуникацияны алгачкы изилдөөлөр жана изилдөөнүн алгачкы объектилеринин пайда болушу.
Первые исследования коммуникации и появление первых объектов исследования.
2. У. Шрамм и Ч. Осгуд: Циклдик модель.
Циклическая модель У. Шрамма и Ч. Осгуда.
3. Уолтер Липмандын коомдук пикир концепциясы.
Концепция Общественного мнения Уолтера Липмана
4. Маалыматтын эки баскычтуу агымы теориясы . Карл Хоуланддын эмгектери жана медианын функциялары.
Теория двухступечатаго потока информации. Работы Карла Хоуланда и функции медиа.
5. Ю.Хабермастын “публичная сфера” концепциясы.
Концепция публичной сферы Ю.Хабермаса.
6. Нормативдик теориялар:имоделдерди типтештируу(Авториттардык, тортунчу бийлик, социалдык жоопкерчилик, советтик).
Нормативные теории: типология моделей (Авторитарная, четвертой власти, социальной ответственности, советская).
7. Франкфурт мектебинин өкүлдөрү Макс Хоркмайер, Теодор Адорно “маданий индустрия” жөнүндө.
Представители Франкфуртской школы Макс Хоркмайер, Теодор Адорно об “индустрии культуры”
8. Маалыматтык коом теориялары (Иннис, МакЛюен, Кастельс)
Теории информационного общества(Иннис, МакЛюен, Кастельс)
9. Э. Роджерстин инновциялык диффузия теориясы жана ММКда колдонулушу.
Теория диффузии инноваций Э.Роджерса и использование в СМИ.
10. Ричард Хогарттын “ маданий изилдөөлөрү.
“Культурные исследования” Ричарда Хогарта.
11. Стюарт Холл булактан кабыл алууга чейин медиа-билдирүүлөрдүн трансформацияланышы жөнүндө.
Стюарт Холл о трансформации медиа-сообщений от источника до получателя.
12. Девид Морлинин “Үй бүлөлүк телевидение” изилдөөсү.
Исследование Девид Морли “Семейное телевидение”
13. Коммуникациянын саясий экономиясы.
Политическая экономия коммуникации.
14. Д. Лернер коомду модернизациялоодо массмедианын ролу жөнүндө.
Д.Лернер о роли массмедиа в модернизации общества.
15. Г. Шиллер “маданий империализм” жөнүндө.
Г. Шиллер о “культурном империализме”
16. “Кирүү деңгээли” концепциясы(Маттелар эл аралык ММК цензурага каршы күрөштүн агенти катарында)
Концепция “уровня проникновения” (Маттелар о международных СМИ как агентах по борьбе с цензурой).

17. Маалыматтык коомду сындоо. Технологиялык детерменизмди жокко чыгаруу.
Критика информационного общества. Отрицание технологического детерменизма.
18. Коммуникациядагы философиялык постмодернисттик багыт.
Постмодернистское направление философской мысли в коммуникации.
19. Постмодернизмдин негизги концепциялары.
Основные концепции постмодернизма.
20. Постструктурализм: Ж.Бодриярдын симулякр түшүнүгү.
Постструктурализм: понятие симулякра Ж.Бодрияра.

Дисциплина: «Проблемы современности и повестка дня СМИ»

1. Глобальные тенденции развития человечества и роль СМИ в их освещении.
2. Глобализация информационного пространства и ее влияние на журналистику
3. Трансформация мирового информационного рынка СМИ под влиянием глобализации
4. Противоречия глобализации на страницах международных и отечественных СМИ.
5. Роль СМИ в решении глобальных проблем современности
6. Роль СМИ в предотвращении военных конфликтов и в построении миротворческих стратегий.
7. Права человека в мире: современные формы дискриминации как тема для публикаций СМИ
8. 8.Актуальность политической тематики в повестке дня СМИ\
9. Модель взаимодействия государственной власти и СМИ
10. Экологический кризис: основные тематические направления для освещения в СМИ
11. Основные экологические проблемы современного общества, роль и значение СМИ по информированию проблем окружающей среды
12. Тематическая направленность экологических материалов в СМИ КР
13. Экономические проблемы в Кыргызстане как повестка дня СМИ
14. Роль региональных СМИ в освещении местных экономических и социальных проблем
15. Отражение в журналистике миграционных процессов
16. Демографические проблемы на страницах зарубежных и отечественных СМИ
17. Ислам как инструмент геополитики и тенденции его освещения в СМИ Кыргызстана
18. Социальные аспекты взаимоотношений СМИ и власти
19. Отражение в СМИ проблем культурной жизни страны
20. Гендерная проблематика и ее освещение в СМИ КР

Кыргызча варианты:

1. Адамзаттын онугуу тенденциясы жана аны чагылдырууда ММКнын ролу.
2. Маалымат мейкиндигиндеги ааламдашуу жана журналистикага таасири
3. Ааламдашуунун таасири астындагы дуйнолук маалымат рыногунун (ММКнын) трансформацияланышы
4. Ата мекендик жана эл аралык ММК беттериндеги ааламдашуу карама-каршылыгы
5. Учурдун глобалдуу проблемаларынын чечилишинде ММКнын ролу
6. Аскердик чыр-чатактарды жок кылууда жана тынчтык стратегияларын орнотууда ММКнын ролу
7. Дуйнодогу адам укугу маселелери: дискриминациянын заманбап формалары ММКнын негизги темасы катарында
8. Малекеттик бийлик менен ММКнын биримдикте аракеттенуу модели
9. Экологиялык кризис: ММКда чагылдыруунун негизги тематикалык багыттары
10. Азыркы коомдогу негизги экологиялык проблемалар жана айлана-чойро маселелери тууралуу маалымдоодо ММКнын ролу жана мааниси
11. Кыргыз ММКсындагы экологиялык материалдардын тематикалык багыты
12. Кыргызстандын экономикалык проблемалары ММКнын кун тартибиндеги маселе катарында
13. Жергиликтуу экономикалы жана социалдык маселелерди чагылдырууда региондук ММКдын ролу
14. Миграция процесстеринин журналистикада чагылдырылышы
15. Ата мекендик жана чет элдик ММК беттериндеги демография проблемалары
16. Ислам геосаясий инструмент катарында жана аны кыргыз ММКда чагылдыруу тенденциясы
17. Бийлик менен ММКнын оз ара мамилелерин социалдык аспектилери
18. Олконун маданий турмушундагы проблемалардын ММКда чагылдырылышы
19. Гендердик проблемалар жана анын кыргыз ММКсында чагылдырылышы.

Дисциплина: “Современные медиасистемы и медиаэкономика”

1. Динамика развития периодических изданий в условиях информационного рынка
2. Основы государственного регулирования электронных СМИ
3. Специфика массовой информации как товара
4. Принципы экономического функционирования СМИ в условиях рыночных отношений.
5. «Новые медиа» и мультимедийная журналистика
6. Психологические аспекты управления редакционным коллективом
7. Капитал в сфере СМИ: издательские дома, холдинги, концерны
8. Редакционный менеджмент: задачи, направления, методы.
9. Социально-экономические предпосылки становления СМИ.
10. Информационный маркетинг
11. Финансовый капитал на информационном рынке
12. Экономические принципы редакционной деятельности
13. Медиаиндустрия в экономике Кыргызстана
14. Особенности функционирования печатных СМИ
15. Конкурентные преимущества онлайн-СМИ
16. Конкуренция СМИ на рынке свободного времени.
17. Конкуренция СМИ на рынке рекламы
18. Рекламная политика издания
19. Имидж и бренд СМИ
20. Конкуренция новых электронных медиа и традиционных СМИ

Кыргызча варианты:

1. Маалыматтык рыноктун шартында периодикалык басылмалардын онугуу динамикасы
2. Электрондук ММКны тескоого алуунун мамлекеттик негиздери
3. Массалык маалыматтын товар катары озгочолугу
4. Рыноктук мамилелердин шартындагы ММК иштеринин экономикалык принциптери
5. «Жаны медиа» жана мультимедиялык журналистика
6. Редакциялык коллективди башкаруудагы психологиялык аспектилер
7. ММК тармагындагы капитал: басма уйлору, холдингдер, концерндер
8. Редакциялык менеджмент: максаты, багыттары, методдору
9. ММКнын калыптанышындагы социалдык –экономикалык жагдайлар
10. Маалыматтык маркетинг
11. Маалымат рыногундагы финансылык капитал
12. Редакциялык ишмердиктин экономикалык принциптери
13. Кыргызстандын экономикасындагы медиаиндустрия
14. Басылма ММКнын функционалдык озгочолуктору
15. Онлайн ММКнын атаандаштыктагы озгочолуктору
16. Эркин рыноктун шартында ММКдагы атаандаштыктар
17. Реклама рыногундагы ММКдагы атаандаштыктар
18. Басылманын реклама саясаты
19. ММКнын имиджи жана бренди
20. Традициялык ММКменен электрондук медиадагы жаны атаандаштыктар.

Дисциплина: «Современный медиатекст»

1. Медиатекст өзгөчөлүктөрү жана урунттуу маселелери.
2. Кыргыз тилиндеги медиатексттердин азыркы абалы, бүгүнкү күндүн актуалдуу маселелери.
3. Медиатексттин изилдениш таржымалы.
4. Медиатексттин негизги түшүнүк-категориялары.
5. Медиатексттерде колдонулган стилдик коннотация жана анын табияты.
6. Радиодогу текст , фоностилистикалык коннотация жана анын табияты.
7. Ритмо-мелодиканын медиатексттеги мааниси
8. Медиатекст жана анын өзгөчөлүктөрү.
9. Публицистикалык стиль жана анын табияты.
10. Публицистикалык стилдеги тексттер.
11. Медиатекстке стилдик анализ.
12. Медиатексттердеги синонимия жана варианттуулук.
13. Тил жана ойлоо жана медиатекст.
14. Тил жана сүйлөшүү ишмердиги.
15. Адабий тил жана медиатекст
16. Медиатексттердеги стилдик конотациялар.
17. Медиатексттерди стилдик изилдөөнүн түрлөрү, багыттары, аспектилери.
18. Медиатекст тилдин стилдик структурасы. Стилдик боек жана андагы семантикалык нюанстар.
19. ММКда сүйлөшүүнүн системасы жөнүндө түшүнүк.
20. Медиатексттерде стилдик коннотациянын аткарган функциялары.
21. Медиатексттин илимде изилдениш тарыхы.
22. Радиодо маданияттуу сүйлөөнүн жол жоболору, элдик каада – салттары.
23. Рекламалык тексттердеги коммуникациянын этикалык, эстетикалык негиздери.