

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI

OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

SAMARQAND DAVLAT CHECH TILLAR INSTITUTI



ILMiy xizmatdosh

2023-yil 30.08

Ro'yxatga olingan № BD-60320100-1.12

2023-yil "30" 08

MEDIALINGVISTIKA VA ADABIYOT

FANINING O'QUV DASTURI

Bilim sohasi: 300 000 – Ijtimoiy fanlar, jurnalistika va axborot
Ta'lim sohasi: 320 000 – Jurnalistika va axborot
Ta'lim yo'nalishi: 60320100 – Jurnalistika (xalqaro jurnalistika)

	lingvokulturologiya tushunchalarining aloqalari. 8-mavzu: Jurnalist nutqi madaniyati va adabiy me'yor. Nutqiy birliklar va vositalar. 9-mavzu: Notiqlik san'ati tarixi va ijtimoiy ahamiyati. Nutqiy munosabat va deksiya. 10-mavzu: Adabiyot tarixi manbalarini yoritishda notiqlik san'atining tasnifi. Adabiyot tarixi va adabiy portretlar ijodi. 11-mavzu: Notiqlikda tilga e'tibor. Alisher Navoiy va Mirzo Bobur notiqlikining inson kamolotidagi ahamiyati borasida. Notiqlik san'ati va badiiy mahorat. 12-mavzu: Ommaviy nutq ta'sirchanligini oshirishda sitatlar, iboralar, maqol, hikmatli so'zlarning o'rni. Ekspressivlik va nutqiy ta'sirchanlik, nutqiy faoliyat.
	3-semestr 1-mavzu: Zamonaviy jamiyatda televideniya va radio. 2-mavzu: TV va radio kommunikatsiya tizimi sifatida. 3-mavzu: TVning taraqqiyot tendensiyalari. 4-mavzu: TV va radioning tuzilmalari. 5-mavzu: TV va radioda rejallashtirish asoslari. 6-mavzu: Tele va radiodasturlarning formatlari. 7-mavzu: TVning ifodaviy vositalari. 8-mavzu: Radioning ifodaviy vositalari. 9-mavzu: Telejurnalistika janrlari. 10-mavzu: Radiojurnalistika janrlari. 4-semestr 1-mavzu: Teleko'rsatuv tayyorlash texnologiyasi. 2-mavzu: Radioeshittirish tayyorlash mexanizmlari. 3-mavzu: Teleko'rsatuvlar tipologiyasi. 4-mavzu: Televedeniya va radioda kasb odobi. 5-mavzu: Televideniya va radio iqtisodiyoti. 6-mavzu: Teleko'rsatuvlar va radioeshittirishlarni rejallashtirish masalalari. 7-mavzu: Tele va radiodasturlarda format tushunchasi. 8-mavzu: Teleko'rsatuvlarda ifoda vositalari o'rni. 9-mavzu: Radiojurnalistika janrlari. 10-mavzu: Televideniyaning tomoshabinga ta'sir etish omillari. 11-mavzu: Radioauditoriyani o'rganish shakllari va metodlari. 12-mavzu: Tele va radiojurnalistikaning ishlash metodikasi. 5-semestr 1-mavzu. Matbuot ishini yengillashtirishga qaratilgan tadbirlar. Jamoatchilik oldida chiqish qilish, konfrensiya, yig'ilish, ko'rgazma, seminar, korporativ tadbirlar: umumiy tadbirlarni matbuot bilan o'zaro hamkorligini ta'minlash. 2-mavzu: Biznes va diplomatik protokolga bo'ysinish. Ommaviy axborot vositalarining PR vazifalarini amalga oshirish uchun zarur shart-sharoitlarini yaratish. 3-mavzu. Tadbirlarni tashkil qilish va undan keyingi muloqot. Press-reviz, tanlash, bекgrаundеr, tarjimai xol, mediakit, keys, maxsus maqola, "savol-javob" shakli.

Fan/modul kodi MEVA1224	O'quv yili 2023-2024 2024-2025 2025-2026	Semestr 2-3-4-5-6-7	ECTS - Kreditlar 24
Fan/modul turi Majburiy	Ta'lim tili O'zbek	Haftadagi dars soatlari 4/3	
Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
1 Medialingvistika va adabiyot	288	432	720
2 I. Fanning mazmuni Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarda O'zbekiston hamda jahon jurnalistikasi va ommaviy kommunikatsiyasimediya lingvistik yuzasidan nazariy tushunchalar hosil qilish, mazkur fanning mazmun va mohiyatini anglatish, jahon jurnalistikasining sistemasidagi korporatsiyalar, media-biznes kabi realiyalarni tushuntirishdan iborat. Fanning vazifasi – talabalarga jurnalist kasbi va uning boshqa kasblar bilan aloqadorligi, jurnalistika va OK sohasida kadrlarni tayyorlash tizimi, jurnalistik faoliyat jarayonida qonuniy talablar asosida ish olib borish, multimediya, jurnalistika va OK ta'limi, nazariyasi, tizimi, iqtisodiy voqeyeligi, jurnalist odobiga qo'yiladigan talablar haqida tasavvur berishdan iborat. II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlar) II.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi: 2-semestr 1-mavzu: Media tili tilshunoslikning o'rganilish ob'ekti sifatida. Media va tilshunoslik tushunchalariga sharh. 2-mavzu: Mediadiskurs kommunikativ hodisa sifatida. Media va munosabat, muhokama uyg'unligi. 3-mavzu: Mediamakonda tilning shakllanish xususiyatlari. Media va muhit, ijtimoiy tadrij olami. 4-mavzu: Media tilining kommunikativ-uslubiy belgilari. Medialingvistik axborot yetkazish. 5-mavzu: Mediamatn ommaviy kommunikatsiya vositasi sifatida. Media va gazeta, elektron jurnal yaratish. 6-mavzu: Matn ommaviy kommunikatsiyada verbal aloqaning asosiy shakli sifatida. Media va yozma matn birligi. 7-mavzu: "Til", "nutq", "madaniyat", "adabiyot" tushunchalari talqini va ular orasidagi o'zaro bog'liqligi. Tilshunoslik va adabiyotshunoslik,			

<p>grafik materiallar.</p> <p>4-mavzu: Mahsulot namunalari. Sovg'alar va xizmatlar.</p> <p>5-mavzu. Jurnalistlar va OAVning tijoriy xizmatlari o'rtasidagi hamkorlikni muqobilashtirish. Ziddiyatlar, Follow-up faolligi.</p> <p>6-mavzu. Jurnalistlar bilan ishlashda motivatsiya. Axborot manbalari va axborotni tarqatuvchilar o'rtasidagi munosabatlar: mafkuraviy ittifoqdosh, moddiy manfaatdorlik, o'zaro manfaatli hamkorlik aloqalarini yanada mustahkamlash, komprometatsiya, shaxsiy va hissiy motiv.</p> <p>7-mavzu: PR va jurnalistika antagonizmi. Qiymat tizimlari: jurnalistika-faktlar, PR-tushuncha, ma'nolar.</p> <p>8-mavzu. Ijtimoiy mas'uliyat tamoyillari va ommaviy axborot axloqining evolutsiyasi. Professional vositalarning xususiyatlari. Ijtimoiy hodisa va kasb nuqtai nazaridan jurnalistika.</p> <p>9-mavzu. Ommaviy axborotda vositalarida PR va tanqid. Ommaviy va yo'qori sifatli motivlar, siyosiy tashkilot va biznesda axborot hujumlarining maqsadi.</p> <p>10-mavzu. Auditoriya munosabatini tahlil va monitoring qilish. Neytrallash. Simmetriya. Ijodiy yondashuv.</p>	
<p style="text-align: center;">6-semestr</p> <p>1-mavzu: Tele va radioauditoriya hamda uni o'rganish metodlari.</p> <p>2-mavzu: Tele va radiojurnalistikaning ixtisoslashuvi.</p> <p>3-mavzu. Kommunikatsion audit. Kommunikatsiya sohasida axborot oqimlari, kanallari, vositalari va faoliyatining natijalarini tahlil qilish.</p> <p>4-mavzu. Ichki va tashqi aloqalar. Audit bosqichlari. SWOT-tahlil. Audit natijalari bo'yicha PR sohasida boshqaruv qarorlarini tayyorlash.</p> <p>5-mavzu: Davlat va ommaviy axborot vositalarining siyosiy tuzilishi shakli o'rtasidagi bog'liqlik. Turli jamiyatlarda ommaviy axborot vositalarining vazifalari. Ommaviy axborot vositalarini tijoratlashirish va monopollashtirish.</p> <p>6-mavzu. Media o'Ichov asoslari. Turli ommaviy axborot vositalariga nisbatan mediametrik tadqiqotlarning qo'llanishi. Reyting, ulush, qamrov, chastota, ko'rsatkich, aloqa, konversiya, maqsadli auditoriyaning muvofiqlik indeksi. Mediametrik o'Ichovlarga asoslangan mediabuying (Mediabuying bu reklama beruvchilarga yoki reklama agentliklariga sotish uchun reklama maydonlari va e'fir vaqtlarining ulgurji savdosi)</p> <p>7-mavzu. PR maqsadlari uchun ijtimoiy tarmoqlar metrikalari. Faollik, qamrov, sessiyalar, ko'rishlar soni, jalb qilish, ta'sir qilish ulushi, auditoriyaning egallash, konversiya, tasdiqlash darajasi. Metrikaga asoslangan moliyaviy va PR rejalashtirish.</p> <p>8-mavzu. An'anaviy media-karta va dinamik subyektlar. An'anaviy ommaviy axborot vositalarining media-kartasi. Ijtimoiy tarmoqlar uchun dinamik yechimlar.</p> <p>9-mavzu: Axborotni tarqatish maqsadlariga qarab axborot qiymatining asosiy omillarini aniqlash. Mezonlarni baholashni algoritmash.</p> <p>10-mavzu. Axboriy sabab va media. Axboriy sabab nima? Axboriy sababni yaratish. Axboriy sabab ko'lami, ahamiyati, pozitivligi, dolzarbligi.</p> <p>11-mavzu: OAVni qiziqitirish. Ivent marketing. Axboriy sabab shakllari. Axboriy sabab davomiyligi.</p> <p>12-mavzu. Matbuot uchun maxsus tadbirlar. Intervyu. bayonot, matbuot</p>	

anjumani, onlayn konfrensiya, seminar, ishonch telefoni, brifing, taqdimot, press-tur, davra suhbat, tanlov, media-reja, tahririyatga tashrif buyurish, Tashkiliy masalalar.

7-semestr

- 1-mavzu:** Mediarleyshnz jamoatchilik bilan aloqalarining yo'nalishi sifatida. Mediarleyshnz tushunchasi. Mediarleyshnz tashkilot media obrazini yaratish vositasi sifatida.
- 2-mavzu:** OAVning amaliy tasnifi.
- 3-mavzu:** Kommunikator, auditoriya va media samaradorligi. Mediarleyshnz axboriy boshqaruv vositasi sifatida.
- 4-mavzu:** OAV bilan ishlash: rasmiy va norasmiy. OAV bilan aloqa uslublari.
- 5-mavzu:** Yangilik ko'rsatkichlari. Negativizmga qarshi faoliyat usullari;
- 6-mavzu:** Zamonaviy axborot xizmati ishini tashkil etish. Tashkilotda axborot xizmatining o'rni va ahamiyati.
- 7-mavzu:** Axborot xizmati vazifalari. Axborot xizmatining strategik maqsadi va funksiyalari. Axborot xizmati faoliyatida kadrlar va budget masalalari. Axborot xizmati tahliliy faoliyati. Axborot xizmatining kreativ va tashkiliy faoliyati.
- 8-mavzu:** Auditoriya ommaviy axborot vositalarining qiymatini belgilovchi omil sifatida. Ommaviy axborot vositalari tipologiyasi tizimining auditoriya xususiyatlariga oid tarixiga bir nazar.
- 9-mavzu:** Media iste'mol bozori segmentatsiyasi. Ommaviy axborotni vositalarining faoliyati va samaradorligini aniqlash. Barqaror auditoriya nuqtai nazaridan ommaviy axborot vositalari tushunchasi.
- 10-mavzu.** Ommaviy axborot vositalarining globallashuvi. Milliy o'ziga xoslik va ommaviy axborot vositalarining global birlashuvi. Globallashuv sharoitida ijtimoiy-siyosiy institutlar va mulkdorlarning roli.

III. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar

2-semestr

Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

1. Media tili tilshunoslikning o'rganilish ob'ekti sifatida.
2. Mediadiskurs kommunikativ hodisa sifatida.
3. Mediamakonda tilning shakllanish xususiyatlar.
4. Media tilining kommunikativ-uslubiy belgilari.
5. Mediamatn ommaviy kommunikatsiya vositasi sifatida.
6. Matn ommaviy kommunikatsiyada verbal aloqaning asosiy shakli sifatida.
7. "Til", "nutq", "madaniyat", "adabiyot" tushunchalari talqini va ular orasidagi o'zaro bog'liqlik.
8. Jurnalist nutqi madaniyati va adabiy me'yor.
9. Notiqlik san'ati tarixi va ijtimoiy ahamiyati.
10. Adabiyot tarixi manbalarini yoritishda notiqlik san'atining tasnifi.
11. Notikliqda tilga e'tibor. Alisher Navoiy va Mirzo Bobur notiqlikning inson kamolotidagi ahamiyati borasida.

<p>12. Ommaviy nutq ta'sirchanligini oshirishda sitatlar, iboralar, maqol, hikmatli so'zlarning o'rni.</p>	<p>3-semestr</p> <p>1-mavzu. Mediarileyshnzn samarali yo'lga qo'yishda media hujjatlardan foydalanish imkoniyatlari;</p> <p>2-mavzu. Press-reviz- muhim PR instrument sifatida. Turlari va ko'rinishlari.</p> <p>3-mavzu. Matbuot anjumanini tashkil qilish va o'tkazish.</p> <p>4-mavzu. Kommunikator, auditoriya, mass media samaradorligi.</p> <p>5-mavzu. Tashkilotning media qiyofasini yaratishda mediarileyshnznning o'rni.</p> <p>6-mavzu. Kommunikatsion auditni amalga oshirish. SWOT-tahlil.</p> <p>7-mavzu. Blogasfera va ijtimoiy tarmoqlar bilan hamkorlik.</p> <p>8-mavzu. Jamoatchilik oldida chiqish texnologiyasi. PR faoliyatida notiqlik san'ati</p> <p>9-mavzu. Jamoatchilik bilan aloqalarda mediabaying.</p> <p>10-mavzu. PR-jamoatchilik fikrini shakllantiruvchi fan sifatida.</p> <p>4-semestr</p> <p>1-mavzu. Tashkilot imidjiga tahdid. Salbiylikni neterallashtirish.</p> <p>2-mavzu. Axborot maydonini monitoring qilish. Materiallar press-klippingi.</p> <p>3-mavzu. Mediaiste' mol bozorini auditoriyaga asostlangan segmentatsiya qilish imkoniyatlari.</p> <p>4-mavzu. Mahalliy ommaviy axborot vositalarining egalari va shaxslarning tabiiy tasirini tahlil qilish.</p> <p>5-mavzu. So'ngi o'n yillikda (10 yildan ortiq vaqt mobaynida mavjud bo'lgan OAV lar tahlil etiladi) ommaviy axborot vositalarining tashkiliy va boshqaruv tuzilmalardagi o'zgarishlar.</p> <p>6-mavzu. Toshkent shahri ommaviy axborot vositalari medikartasini shakllantirish.</p> <p>7-mavzu. Respublika ommaviy axborot vositalarining mediakartasini shakllantirish.</p> <p>8-mavzu. Tijorat yoki ijtimoiy PR kompaniyasini rejalashtirish, medibaying texnikasi.</p> <p>9-mavzu. O'zbekistonda auditoriyani qamrab olish bo'yicha onlayn media (top 25 talikni tahlil qilish).</p> <p>10-mavzu. Ijtimoiy tarmoqlar va blogosferani tahlil qilish.</p> <p>11-mavzu. Matbuot uchun tashkillashirilgan maxsus tadbiring press-kitini tayyorlash.</p> <p>12-mavzu. Dolzarb voqea-hodisa yuzasidan jurnalistlar va PR</p> <p>5-semestr</p> <p>Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:</p> <p>1-mavzu: Matbuot ishini yengillashtirishga qaratilgan tadbirlar..</p> <p>2-mavzu: Biznes va diplomatik protokolga bo'ysinish.</p> <p>3-mavzu: Tadbirlarni tashkil qilish va undan keyingi muloqot.</p> <p>4-mavzu: Mahsulot namunalar.</p> <p>5-mavzu: Jurnalistlar va OAVning tijoriy xizmatlari o'rtasidagi hamkorlikni</p>
--	--

<p>muqobilashtirish.</p> <p>6-mavzu: Jurnalistlar bilan ishlashda motivatsiya.</p> <p>7-mavzu: PR va jurnalistika antagonizmi.</p> <p>8-mavzu: Ijtimoiy mas'uliyat tamoyillari va ommaviy axborot axloqining evolutsiyasi.</p> <p>9-mavzu: Ommaviy axborotda vositalarida PR va tanqid.</p> <p>10-mavzu: Auditoriya munosabatini tahlil va monitoring qilish.</p> <p>6-semestr</p> <p>1-mavzu. PR texnologiyalarining kommunikativ modellari.</p> <p>2-mavzu. Media bilan ishlashda inqirozli vaziyatlarga tayyorgarlik. Antikrizis PR.</p> <p>3-mavzu: Kommunitasion audit.</p> <p>4-mavzu: Ichki va tashqi aloqalar. Audit bosqichlari.</p> <p>5-mavzu: Davlat va ommaviy axborot vositalarining siyosiy tuzilishi shakli o'rtasidagi bog'liqlik.</p> <p>6-mavzu. Media o'lov asoslari.</p> <p>7-mavzu. PR maqsadlari uchun ijtimoiy tarmoqlar metrikalari.</p> <p>8-mavzu. An'anaviy media-karta va dinamik subyektlar.</p> <p>9-mavzu: Axborotni tarqatish maqsadlariga qarab axborot qiymatining asosiy omillarini aniqlash.</p> <p>10-mavzu. Axborot sabab va media.</p> <p>11-mavzu: OAVni qiziqtirish. Ivent marketing.</p> <p>12-mavzu. Matbuot uchun maxsus tadbirlar.</p> <p>7-semestr</p> <p>1-mavzu: Mediarileyshnzn jamoatchilik bilan aloqalarining yo'nalishi sifatida.</p> <p>2-mavzu: OAVning amaliy tasnifi.</p> <p>3-mavzu: Kommunikator, auditoriya va media samaradorligi.</p> <p>4-mavzu: OAV bilan ishlash: rasmiy va norasmiy.</p> <p>5-mavzu: Yangilik ko'rsatkichlari.</p> <p>6-mavzu: Zamonaviy axborot xizmati ishini tashkil etish.</p> <p>7-mavzu: Axborot xizmati vazifalari.</p> <p>8-mavzu: Auditoriya ommaviy axborot vositalarining qiymatini belgilovchi omil sifatida.</p> <p>9-mavzu: Media iste'mol bozori segmentatsiyasi.</p> <p>10-mavzu. Ommaviy axborot vositalarining globalashuvi.</p> <p>IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar.</p> <p>Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:</p> <p>2-semestr</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jurnalistikaning nazariy asoslari. 2. Gazeta va jurnalning paydo bo'lish tarixi. 3. Jurnalistikaning asosiy omillari, jurnalistikada demokratiya,

plyuralizm, diolog, monolog.

4. Jurnalistikada kompromiss, konsensus, senzura masalalarini kuzating.
5. Ommaviy axborotning tabiati, mohiyati, madaniy-tashkiliy vazifalari.
6. Xolislik va haqqoniylik jurnalistikaning asosiy prinsiplari sifatida.
7. Jurnalistikaning ijtimoiy institut sifatidagi xususiyatlari.
8. Jamoatchilik fikrini shakllantirishning mexanizmlari.
9. Jurnalistikada voqelikni anglash metodlari: kuzatuv, intervyu, eksperiment.
10. OAV tizimi. Jurnalistika samaradorligi ko'rsatkichlari.
11. Davriy nashrlar, telekanallar, radiostansiyalarning asosiy tipologik guruhlari.
12. Istalgan OAVning tipologik xususiyatlarini ko'rsating.
13. Jurnalistik materialning janriga ko'ra material yig'ishning o'ziga xosliklari.
14. Bugungi kun jurnalistikasida janrlarning qo'shilib yoki kamnamo bo'lib ketishi, janr talablarining susayishi.
15. Axborot manbalari yuzasidan jurnalistik materiallarni tahlil qiling.
16. Fakt-jurnalistik materialning asosi.
17. Sarlavhaning ahamiyati va funksiyasi. Lidlar.
18. Jurnalistik materialning semantika va pragmatikasi.
19. Informations janrlarning o'ziga xos xususiyatlari.
20. "Yumshoq yangilik", "Keskina xabar" ta'riflari
21. Intervyu dramaturgiyasi.
22. Biror media materialini janrga ko'ra tahlil qiling, kamehlik va yutuqlarini ko'rsating.
23. Broadsheet gazetasining jahon matbuotidagi o'rnini (ixtiyoriy tanlangan gazeta misolida).
24. Tabloid nashrining paydo bo'lishi va rivojlanishi (ixtiyoriy tanlangan gazeta misolida).
25. "The Times", "The Guardian" misolida gazeta tahririyatlari tuzilishi.
26. Xususiy radio va telekanallarning paydo bo'lishi va rivojlanishi (ixtiyoriy tanlangan kanal misolida).
27. On-Line jurnalistikasi – yangi tendensiyalar.
28. OAV boshqaruvi tizimida yangi tuzilma – mediakorporatsiyalar.
29. Dunyoda axborot almashtiruvchi yuzasidan amalga oshirilgan jarayonlar haqida fikrlaringizni bayon eting.
30. Jurnalistik tajribada xabar olish bo'yicha eng ko'p yuzaga keladigan qiyinchiliklarni o'rganing.
31. Yangiliklarda ochiqlik, to'g'rilik, soddalik prinsiplarini saqlash masalalari
32. Jurnalistik ahloq masalalari bo'yicha AQSh, Yevropa va O'zbekiston tajribalari.

33. Xabar yozish texnikalari bo'yicha yangiliklarni tahlil qiling.
34. Informations janrlarda kirish turlari
35. Reportaj turlari. Real reportaj olish.
36. Kishilararo, jamiyatlararo va ommaviy kommunikatsiya tushunchalarini sharhlang.

3-4-semestr

Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

- 1-mavzu: Televizion rivojlanish tendensiyalari.
- 2-mavzu: OAV tizimida TVning funksiyalari.
- 3-mavzu: Teleko'rsatuvlarning shakllanishi va rivojlanishi.
- 4-mavzu: Yangiliklar dasturlari tahririyati ishini tashkil etish.
- 5-mavzu: Televizion dasturlarning modellari.
- 6-mavzu: Televizion tok-shou janrining rivojlanishi.
- 7-mavzu: Teleloyihalar: turlari va xususiyatlari.
- 8-mavzu: TV muxbiri: unga qo'yiladigan talablar. Asosiy shartlar va mezonlar.
- 9-mavzu: Muxbir va tasviri: javobgarlik chegaralari va o'zaro ta'sir etish yo'llari.
- 10-mavzu: Suratga olish jarayonida jurnalistikning o'zini tutish qoidalar.
- 11-mavzu: Televizion mualliflik ko'rsatuvlari (ko'rsatuv tahlili misolida).
- 12-mavzu: Senariy yozish mahorati.
- 13-mavzu: Teleko'rsatuvlarda janrlar xilma-xilligi.
- 14-mavzu: Ommaviy kommunikatsiya vositalari tizimida televizion o'rnini.
- 15-mavzu: Zamonaviy televizion interaktiv ko'rsatuvlarning tugan o'rnini va ahamiyati.
- 16-mavzu: Televizion e'firoga uzatiladigan reklamalar tili va uslubi.
- 17-mavzu: Davlat va nodavlat radiokanallarning o'ziga xos xususiyatlari.
- 18-mavzu: Radio va televizion tahliliy jurnalistik rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari.
- 19-mavzu: Televizion janrlari.
- 20-mavzu: Radio va televizion reportajning o'ziga xos xususiyatlari.
- 21-mavzu: Muvaffaqiyatli intervyu olish shartlari.
- 22-mavzu: Radio va televizion ijodiy kasblar.
- 23-mavzu: Teleko'prik, uning rivojlanishi, o'ziga xos xususiyatlari.
- 24-mavzu: Kadr ortida matnning o'qish usullari.
- 25-mavzu: Telekadr va uning usullari.
- 26-mavzu: Suraga olish turlari.
- 27-mavzu: TV va radioda ifoda vositalari.
- 28-mavzu: Zamonaviy jamiyatda TV radioning o'rnini va mavqeyi.
- 29-mavzu: TV va radio kommunikatsiya tizimi sifatida.
- 30-mavzu: TVning taraqqiyot tendensiyalari.
- 31-mavzu: TV va radioning tuzilmalari.
- 32-mavzu: Teleko'rsatuvlar va radioeshitirishlarni rejalashtirish masalalari.
- 33-mavzu: Tele va radiodasturlarda format tushunchasi.

Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan referatlar tayyorlash va uni taqdim qilish nazarda tutiladi.

5-6-semestr

Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

- 1-mavzu. Mediarleyshnzn samarali yo'lga qo'yishda media hujjatlardan foydalanish imkoniyatlari.;
- 2-mavzu. Press-reviz- muhim PR instrument sifatida. Turlari va ko'rinishlari.
- 3-mavzu. Matbuot anjumanini tashkil qilish va o'tkazish.
- 4-mavzu. Kommunikator, auditoriya, mass media samaradorligi.
- 5-mavzu. Tashkilotning media qiyofasini yaratishda mediarleyshnznning o'rni.
- 6-mavzu. Kommunikatsion auditni amalga oshirish. SWOT-tahlil.
- 7-mavzu. Blogasfera va ijtimoiy tarmoqlar bilan hamkorlik.
- 8-mavzu. Jamoatchilik oldida chiqish texnologiyasi. PR faoliyatida notiqlik san'ati
- 9-mavzu. Jamoatchilik bilan aloqalarda mediabaving.
- 10-mavzu. PR-jamoatchilik fikrini shakllantiruvchi fan sifatida.
- 11-mavzu. PR texnologiyalarining kommunikativ modellari.
- 12-mavzu. Media bilan ishlashda inqirozli vaziyatlarga tayyorgarlik. Antikrizis PR.
- 13-mavzu. Tashkilot imidjiga tahdid. Salbiylikni neterallashtirish.
- 14-mavzu. Axborot maydonini monitoring qilish. Materiallar press-klippingi.
- 15-mavzu. Mediaiste' mol bozorini auditoriyaga asoslangan segmentatsiya qilish imkoniyatlari.
- 16-mavzu. Mahalliy ommaviy axborot vositalarining egalari va shaxslarning tabiiy tasirini tahlil qilish.
- 17-mavzu. So'ngi o'n yillikda (10 yildan ortiq vaqt mobaynida mavjud bo'lgan OAV lar tahlil etiladi) ommaviy axborot vositalarining tashkiliy va boshqaruv tuzilmalaridagi o'zgarishlar.
- 18-mavzu. Toshkent shahri ommaviy axborot vositalari medikartasini shakllantirish.
- 19-mavzu. Respublika ommaviy axborot vositalarining mediakartasini shakllantirish.
- 20-mavzu. Tijorat yoki ijtimoiy PR kompaniyasini rejalashtirish, medibaying texnikasi.
- 21-mavzu. O'zbekistonda auditoriyani qamrab olish bo'yicha onlayn media (top 25 talikni tahlil qilish).
- 22-mavzu. Ijtimoiy tarmoqlar va blogosferani tahlil qilish. (O'zbekistonda qamrab olish bo'yicha top 25talik).
- 23-mavzu. Blogasfera bilan kommunikatsiya xususiyiyatlari.
- 24-mavzu. Blogasfera va ijtimoiy tarmoqlarda tijoriy yoki ijtimoiy PR kompaniyasini modellashtirish.
- 25-mavzu. Matbuot uchun tashkillashirilgan maxsus tadbirning press-kitini tayyorlash.
- 26-mavzu. Umumiy tadbir press-kitini tayyorlash, uni matbuotga moslashtirish.
- 27-mavzu. Toshkentda bo'lib o'tgan matbuot uchun dolzarb tadbir kiyisini tahlil qilish.
- 28-mavzu. Matbuot uchun maxsus o'quv tadbirini o'tkazish

("jurnalistika" mutaxassisligi talabalari bilan birgalikda olib borish mumkin).

- 29-mavzu. Dolzarb voqea-hodisa yuzasidan jurnalistlar va PR mutaxassislar nuqtai nazarini modellashtirish; mojaroni aniqlash va uni tartibga solish.
 - 30-mavzu. Aktual keys asosida salbiy neytrallash kompaniyasini loyihalash.
 - 31-mavzu. Milliy mashtabda real tashkilotning kommunikatsion auditini o'tkazish, ommaviy axborot vositalari va PR samaradorligini oshirish bo'yicha takliflar tayyorlash.
 - 32-mavzu. Auditoriya munosabatini tahlil va monitoring qilish.
 - 33-mavzu. Neytrallash. Simmetriya. Ijodiy yondashuv.
 - 34-mavzu. Kommunikatsiya sohasidagi axborot oqimlari, kanallari, vositalari va faoliyatining natijalarini tahlil qilish.
 - 35-mavzu. Audit bosqichlari. SWOT-tahlil.
 - 36-mavzu. Audit natijalari bo'yicha PR sohasida boshqaruv qarorlarini tayyorlash.
 - 37-mavzu. Media bilan ishlashda inqirozli vaziyatlarga tayyorgarlik. Antikrizis PR
 - 38-mavzu. Tashkilot imidjiga tahdid. Salbiylikni neytrallashtirish.
 - 39-mavzu. Axborot maydonini monitoring qilish. Materiallar press klippingi.
 - 40-mavzu. Media iste'mol bozori auditoriyaga asoslangan segmentatsiyasi qilish imkoniyatlari.
- ## 7-semestr
- 1-mavzu. Mediarleyshnznni samarali yo'lga qo'yishda media hujjatlardan foydalanish imkoniyatlari.;
 - 2-mavzu. Press-reviz- muhim PR instrument sifatida. Turlari va ko'rinishlari.
 - 3-mavzu. Matbuot anjumanini tashkil qilish va o'tkazish.
 - 4-mavzu. Kommunikator, auditoriya, mass media samaradorligi.
 - 5-mavzu. Tashkilotning media qiyofasini yaratishda mediarleyshnznning o'rni.
 - 6-mavzu. Kommunikatsion auditni amalga oshirish. SWOT-tahlil.
 - 7-mavzu. Blogasfera va ijtimoiy tarmoqlar bilan hamkorlik.
 - 8-mavzu. Jamoatchilik oldida chiqish texnologiyasi. PR faoliyatida notiqlik san'ati
 - 9-mavzu. Jamoatchilik bilan aloqalarda mediabaving.
 - 10-mavzu. PR-jamoatchilik fikrini shakllantiruvchi fan sifatida.
 - 11-mavzu. PR texnologiyalarining kommunikativ modellari.
 - 12-mavzu. Media bilan ishlashda inqirozli vaziyatlarga tayyorgarlik. Antikrizis PR.
 - 13-mavzu. Tashkilot imidjiga tahdid. Salbiylikni neterallashtirish.
 - 14-mavzu. Axborot maydonini monitoring qilish. Materiallar press-klippingi.
 - 15-mavzu. Mediaiste' mol bozorini auditoriyaga asoslangan segmentatsiya qilish imkoniyatlari.
 - 16-mavzu. Mahalliy ommaviy axborot vositalarining egalari va shaxslarning tabiiy tasirini tahlil qilish.
 - 17-mavzu. So'ngi o'n yillikda (10 yildan ortiq vaqt mobaynida mavjud bo'lgan OAV lar tahlil etiladi) ommaviy axborot vositalarining tashkiliy va boshqaruv

<p>tuzilmalardagi o'zgarishlar.</p> <p>18-mavzu. Toshkent shahri ommaviy axborot vositalari medikartasini shakllantirish.</p> <p>19-mavzu. Respublika ommaviy axborot vositalarining mediakartasini shakllantirish.</p> <p>20-mavzu. Tijorat yoki ijtimoiy PR kompaniyasini rejalashtirish, medibaying texnikasi.</p> <p>21-mavzu. O'zbekistonda auditoriyani qamrab olish bo'yicha onlayn media (top 25 talikni tahlil qilish).</p> <p>22-mavzu. Ijtimoiy tarmoqlar va blogosferani tahlil qilish. (O'zbekistonda qamrab olish bo'yicha top 25talik).</p> <p>23-mavzu. Blogasfera bilan kommunikatsiya xususiyiyatlari.</p> <p>24-mavzu. Blogasfera va ijtimoiy tarmoqlarda tijoriy yoki ijtimoiy PR kompaniyasini modellashtirish.</p> <p>25-mavzu. Matbuot uchun tashkillashtirilgan maxsus tadbiring press-kitini tayyorlash.</p> <p>26-mavzu. Umumiy tadbir press-kitini tayyorlash, uni matbuotga moslashtirish.</p> <p>27-mavzu. Toshkentda bo'lib o'tgan matbuot uchun dolzarb tadbir kiyisini tahlil qilish.</p> <p>28-mavzu. Matbuot uchun maxsus o'quv tadbirini o'tkazish ("jurnalistika" mutaxassisligi talabalari bilan birgalikda olib borish mumkin).</p> <p>29-mavzu. Dolzarb voqea-hodisa yuzasidan jurnalistlar va PR mutaxassislar nuqtai nazarini modellashtirish; mojaroni aniqlash va uni tartibga solish.</p> <p>30-mavzu. Aktual keys asosida salbiy neytrallash kompaniyasini loyihalash.</p> <p>31-mavzu. Milliy mashabda real tashkilotning kommunikatsion auditini o'tkazish, ommaviy axborot vositalari va PR samaradorligini oshirish bo'yicha takliflar tayyorlash.</p> <p>32-mavzu. Auditoriya munosabatini tahlil va monitoring qilish.</p> <p>33-mavzu. Neytrallash. Simmetriya. Ijodiy yondashuv.</p> <p>34-mavzu. Kommunikatsiya sohasidagi axborot oqimlari, kanallari, vositalari va faoliyatining natijalarini tahlil qilish.</p> <p>35-mavzu. Audit bosqichlari. SWOT-tahlil.</p> <p>36-mavzu. Audit natijalari bo'yicha PR sohasida boshqaruv qarorlarini tayyorlash.</p> <p>37-mavzu. Media bilan ishlashda inqirozli vaziyatlarga tayyorgarlik. Antikrizis PR</p> <p>38-mavzu. Tashkilot imidjiga tahdid. Salbiylikni neytrallashtirish.</p> <p>39-mavzu. Axborot maydonini monitoring qilish. Materiallar press klippingi.</p> <p>40-mavzu. Media iste'mol bozori auditoriyaga asoslangan segmentatsiyasi qilish imkoniyatlari.</p>	<p>V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar)</p> <p>Fanni o'qitilish natijasida talaba:</p>
<p>• matbuot, OK va jamiyatning o'zaro munosabati;</p> <p>• axborot – jurnalistikaning asosiy quroli, vositasi ekanligi;</p> <p>• "Medialingvistika va adabiyot" tushunchasining asosiy, tayanch tushuncha ekanligi;</p> <p>• OAVda universallik va ixtisoslashuv, ommaviy nashrlar, soha va tarmoq nashrlari, maxsus nashrlar <i>haqida tasavvurga ega bo'lishi;(bilim)</i></p> <p>• jurnalistikaning harakat kuchlari va ularning o'zaro munosabatlarini;</p> <p>• OAV tahririyatlari, axborot agentliklari, axborot xizmatlari, reklama tashkilotlari va boshqa muassasalarni;</p> <p>• jahon jurnalistikasi va OK taraqqiyotining asosiy omillari va istiqbolini;</p> <p>• OAV vazifalari va o'zaro ta'siri haqidagi ma'lumotlarni;</p> <p>• jamoatchilik va OAVning o'zaro munosabatini <i>bilishi va ulardan foydalana olishi;(ko'nikma)</i></p> <p>• jahon jurnalistikasi va OKning tarixiy taraqqiyotiga oid asosiy prinsiplardan foydalanish;</p> <p>• OAV va OK nazariyasi va sistemasi to'g'risidagi bilimlarni amaliyotda qo'llay olish;</p> <p>• nazariy va amaliy bilimlarni o'z faoliyatlarida qo'llash;</p> <p>• OAV va OK sistemasiga axborot va kommunikativ texnologiyalarning ta'siri bo'yicha ko'nikmalariga(malakalariga) ega bo'lishkerak.</p>	<p>VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:</p> <p>• ma'ruzalar;</p> <p>• interfaol keys-stadilar;</p> <p>• seminarlar (mantiqiy fikrlash, tezkor savol-javoblar);</p> <p>• guruhlarda ishlash;</p> <p>• taqdimotlarni qilish;</p> <p>• individual loyihalar;</p> <p>jamoabo'libishlashvahimoyaqilishhuchunloyihalar.</p> <p>VII. Kreditlarni olish uchun talablar:</p> <p>Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to'la o'zlashtirish, tahlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish, o'rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish va nazorat uchun berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha yozma ishni topshirish.</p> <p>Asosiy adabiyotlar:</p> <p>1. М.Тешабаева, Г.Х.Бакиева, М.И.Исроил, Л.И.Тошмухамедова, М.Ч.Нуритдинова. Медиалингвистика ва тахрир III жилд. Тошкент: «Ўзбекистон» НМИУ, 2019. - 552 б.</p>

	<p>2. T.Qozoqboev. Jurnalistika asoslari. O'quv qo'llanma. "Musiq" nashriyoti, Toshkent 2007.</p> <p>3. Медиа-маркетинг ва менежмент IV жилд. Тошкент: "O'zbekiston" 2019.</p> <p>4. M.Xudoyqulov. Jurnalistikaga kirish. O'quv qo'llanma. Toshkent 2005.</p> <p>Qo'shimcha adabiyotlar:</p> <p>1. Mirziyoyev Sh.M. Erkin va farovon demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. - T.: O'zbekiston, 2016. - 29 b.</p> <p>2. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizning mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. - T.: O'zbekiston, 2017. - 485 b.</p> <p>3. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. - T.: O'zbekiston, 2017. - 103 b.</p> <p>4. Mirziyoyev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. - T.: O'zbekiston, 2017.</p> <p>5. Mo'minov F.A. Jurnalistika ijtimoiy institut sifatida. - T., 1998.</p> <p>6. Svik V. L. Vvedenie v spetsialnost' M.: Izdatelstvo DIDMNEPU, 2000. An introduction to journalism by Richard Rudin & Trever Ibbotson. Printed in UK, 2002.</p> <p>7. Introduction to journalism by Dianne Smith. Printed in USA, 2010.</p> <p>8. Journalism studies by Andrew Calcutt & Philip Hammond. Published in USA, 2011.</p> <p>9. The handbook of journalism studies. Edited by Karen Wahl Jorgensen Thomas Hanitzsch. New York, 2009.</p> <p>10. Davyatani S. Redaktsionnye ustavy. Pod.red. Rixtera A.G. M., 2004.</p> <p>Axborot manbalari:</p> <p>1. http://www.mediasprut.ru/media/media.shtml</p> <p>2. http://journalism.narod.ru/</p> <p>3. http://www.library.cjes.ru/online/</p> <p>4. http://www.infohome-altai.ru/node/143</p> <p>5. http://home.about.com/newsissues/</p>
7	<p>Samarqand davlat chet tillar instituti tomonidan ishlab chiqilgan va institut Kengashining 2023-yil "<u>30</u>" <u>08</u> dagi "<u>3</u>"-sonli bayoni bilan tasdiqlangan.</p>
8	<p>Fan/modul uchun mas'ullar:</p> <p>H.A.Aslanova - SamDChTI, "O'zbek tili va adabiyoti" kafedrası dotsenti, PhD.</p> <p>D.Sh.Mamirova - SamDChTI, "O'zbek tili va adabiyoti" kafedrası dotsent v.b., PhD.</p>

Taqrizchilar:

B.N.Turniyozov -SamDChTI, "O'zbek tili va adabiyoti" kafedrası dotsenti, f.f.d.

F.I.Toshev - "Zarafshon" gazetasi bosh muharriri.