

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ  
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

Рўйхатга олинди:  
№ МД – 5А220102 – 2.03  
2017 йил “ 18 ” 08



Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги

2017 йил “ 24 ” 08

АНЪАНАВИЙ ВА ЯНГИ МЕДИА  
ФАН ДАСТУРИ

Билим соҳаси:	200 000	–	Ижтимоий соҳа, иқтисод ва ҳуқуқ
Таълим соҳаси:	220000	–	Журналистика ва ахборот
Магистратура мутахассислиги:	5А220102	–	Халқаро журналистика (фаолият турлари бўйича)

Тошкент – 2017

Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2017 йил “24” августдаги “603”-сонли буйруғининг 2-илоvasи билан фан дастури рўйхати тасдиқланган.

Фан дастури Олий ва ўрта махсус, касб-ҳунар таълими йўналишлари бўйича Ўқув-услубий бирлашмалар фаолиятини Мувофиқлаштирувчи Кенгашининг 2017 йил “18” августдаги 4-сонли баённомаси билан маъқулланган.

Фан дастури Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университетида ишлаб чиқилди.

#### **Тузувчилар:**

- А.Н. Нурматов – ЎзДЖТУ, „Жаҳон журналистикаси назарияси амалиёти ва тарихи“ кафедраси доценти, ф.ф.н.  
А.Ж. Мэтъякубов – ЎзДЖТУ, “Аудиовизуал журналистика ва оммавий коммуникация кафедраси катта ўқитувчиси, ф.ф.н.  
Ў.Мирзаёров – Ўзбекистон журналистлари ижодий уюшмаси раиси ўринбосари, “Хуррият” газетаси бош муҳаррири

#### **Такризчилар:**

- С.Ҳакимов – Ўзбекистон журналистлари ижодий уюшмаси раиси (*кадрлар истеъмолчиси*).  
Ш. Ибрагимов – ЎЗМУ, “Телекўрсатув ва радиоэшиттириш” кафедраси мудири, ф.ф.н., доцент.  
В. Луқмонов – “Оила ва жамият” газетаси бош муҳаррири.

Фан дастури Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети Кенгашида кўриб чиқилган ва тавсия қилинган (2017 йил “28” июндаги 5-сонли баённома).

## I. Ўқув фанининг долзарблиги ва олий касбий таълимдаги ўрни

“Анъанавий ва янги медиа” фани магистратура ўқув режасидаги мутахассислик фанларидан ҳисобланади. Мазкур курснинг маъруза ва семинар машғулоти ривожланган демократик давлатлар ҳамда мамлакатимиз оммавий ахборот воситаларининг замонавий тадқиқотлари асосида тузилган бўлиб, халқаро ОАВда руй бераётган ўзгаришлар, тамойиллар ва тенденцияларнинг моҳият ва мазмуни нималардан иборат эканлиги ҳақида тушунча беради. Шунингдек, анъанавий ОАВ эволюцияси ва тараққиётининг асосий босқичлари, электрон ОАВнинг пайдо бўлиши, янги рақамли ва тармоқ компьютер технологияларининг пайдо бўлиши, ОАВнинг “тўртинчи ҳокимият” сифатидаги назарияси ва амалиёти, янги коммуникация тартибининг ўрнатилиши ҳақида ҳам тушунчалар беради.

## II. Ўқув фанининг мақсади ва вазифаси

Фанни ўқитишдан мақсад – талабаларда анъанавий ва янги медиа тараққиёт тенденциялари, XX аср охири ва XXI аср бошларида компьютер ва интернетнинг пайдо бўлиши билан медиа трансформациялашувининг кескин ўсиши ва унинг оқибатида янги онлайн-нашрлар ва рақамли телевиденияни ҳам анъанавий ОАВ турига айлантириб қуяётгани, анъанавий медиа эса янги технологиялари билан таъминланган ҳолда янгича тус олаётгани ҳақида фикр қила олиш ҳамда мантиқий муҳокама қилиш кўникмаси ва малакасини шакллантиришдир.

Фаннинг вазифаси – талабаларда анъанавий ва янги медиа, электрон ОАВнинг пайдо бўлиши, ахборотни ўзатишда бир вақтнинг ўзида ҳам матн ва тасвир, ҳам аудио ва видеодан фойдалана олиш, янги медиада интерфаоллик, ҳар бир кишининг ўзининг янги медиа нашрларини ташкил этишлари мумкинлиги ҳақида тасаввур уйғотишдан иборат.

Фан бўйича талабалар билими, кўникма ва малакаларига қуйидаги талаблар қуйилади.

Талаба:

- Анъанавий ОАВ эволюцияси ва тараққиётининг асосий босқичлари, электрон ОАВ, янги рақамли ва тармоқ компьютер технологияларининг пайдо бўлиши, ОАВнинг “тўртинчи ҳокимият” сифатидаги назарияси ва амалиёти, янги коммуникация тартибининг ўрнатилиши ҳақида *тасаввурга эга бўлиши*;
- тараққий этган мамлакатларда анъанавий ва янги медиа тараққиёти босқичлари ҳақида, ахборот узатишнинг почта, телевидение, радио, даврий нашрлар каби анъанавий каналларининг эскириб қолаётгани, янги медиа индустриясининг бозор иқтисодиётининг реклама ва

маркетинг, телевидение ва радио каби кўпгина тармоқлари билан ҳамкорлиги ва уларнинг хусусиятларини *билиши ва улардан фойдалана олиши*;

- Интернет ОАВнинг кескин тараққий этиши оқибатида анъанавий ОАВ жиддий ўзгаришларга юз тутгани, ривожланган мамлакатларда йирик медиаконцернлари тараққиёти ва янги-янги медиумагнатларнинг пайдо бўлиши ва уларни молиялаштириш йўлларини таҳлил қилиши ва ечимлар қабул қилиш *кўникмаларига эга бўлиши керак*;

### **III. Асосий назарий қисм (маъруза машғулоти)**

#### **1-мавзу. Журналистика ва телекоммуникация тараққиёти тамойиллари**

Анъанавий ва янги медиа тараққиёт тенденциялари, XX аср охири ва XXI аср бошларида компьютер ва интернетнинг пайдо бўлиши билан медиа трансформациялашувининг кескин ўсиши, анъанавий медианинг янги рақамли технологиялари билан таъминланган ҳолда янгича тус олаётгани, янги ОАВ эволюцияси, замонавий ахборот коммуникация ва рақамли технологиялари ёрдамида фойдаланувчиларнинг контентни яратиш ва тарқатишдаги фаол иштироки ва уларнинг вазифалари, ишлаш методлари, таснифи, янги коммуникация тартибининг ўрнатилиши.

#### **2-мавзу. Замонавий АҚШ ОАВ тараққиётининг хусусиятлари**

Электрон янгиликлар портали ривожланишининг анъанавий Америка ОАВига таъсири, босма нашрларда таблоид шакллариининг тараққиёти, йирик нашрлар (New York Times, The Washington Post и The Wall Street Journal ва б.қ.), онлайн-нашрлар ТВ ва РВ (Fox News, MSNBC, CNN, AM/FM), социал тармоқлар (Facebook, Twitter ва б.қ), онлайн-видео янгиликлар (The Huffington Post, HuffPost Live, Vice, YouTube), йирик медиа концернлар, интернет рекламалар, онлайн-радио, АҚШ ахборот агентликлари ва уларни молиялаштириш йўллари. Инновацион, ахборот коммуникация ҳамда рақамли технологиялар соҳасидаги тараққиётда АҚШ давлат сиёсатининг ўрни ва аҳамияти. Янги медиа ва ахборот технологияларининг сайлов ва сайловчилар ўртасидаги муносабатларидаги аҳамияти. Демократик жамият ва журналистика. Виртуал оламдаги глобал аудитория билан ҳамкорликда ишлашнинг ўзига хос хусусиятлари.

#### **3-мавзу. XXI аср бошида Англия ОАВига инкироз**

Замонавий Англия матбуотининг типологик таснифи (Times, Guardian, Independent, Daily Telegraph, Observer, Financial Times ва б.қ). XX аср бошларида матбуотнинг “сифатли” ва “оммавий” каби турларга фарқланиши ва ҳозирги кунда уларнинг кўринишлари. Англияда радио. BBC таркибидаги

4 та радиостанция: BBC Radio 1, BBC Radio 2, BBC Radio 3, BBC Radio 4. Англияда жамоатчилик телевидениеси ва тижорий телевидениянинг ўзига хос хусусиятлари. 2012 йил 24 октябрдан британия эшиттиришлари тўлиқ рақамли форматга ўтганлиги. Рақамли контент(мазмун) ер, кабель ва IP-бирлаштириш орқали истеъмолчиларга етказилаётганлиги. Буюк Британияда интернет аҳоли ўртасида Давлат даражасида тарқатилаётганлиги. Буюк Британия — аҳолиси энг юксак интернетлашган мамлакат эканлиги. 2001 йил 11 сентябр воқеаларининг Англия ОАВига таъсири ҳамда уларнинг кескин тарзда қисқариб кетиши. Халқаро иқтисодий инқирознинг реклама бозорига таъсири.

#### **4-мавзу. Франция ОАВ ва маҳаллий матбуот тараққиёти масалалари**

Француз журналистикаси ўз мазмун ва моҳияти кўра инглиз матбуотидан ҳам, немис матбуотидан ҳам фарқланиши. Француз матбуоти ўзининг нозиклиги, кескир фикрлиги, шижоаткорлиги, материалларни санъаткорона беришлиги билан бошқа мамлакатлар журналистикасидан кескин фарқланиб туриши. Францияда охириги ахборот ва телекоммуникацион технологиялар асосига қурилган соҳага янги медиа дейишади. Янги медианинг уч хусусияти: 1. Рақамлиги – истеъмолчи томонидан узатилаётган ё қабул қилинаётган хабарнинг рақамлар ёрдамида кодлаштирилиши. 2. Хабарларнинг ўзаро глобал тармоқ орқали боғлиқлиги. 3. Уларнинг интерфаоллиги – ахборот (товуш, тасвир, матн, гиперхужжатлар, уйинлар) янги медиа орқали бир неча сониялар ичида реал воқелик режимида ва истеъмолчи учун қулай вазиятда етказилиши. Франция ОАВининг аудио-видео кўринишлари. Францияда маҳаллий матбуотнинг тараққиёти ва уларнинг аудитория учун муҳимлиги. Маҳаллий матбуот ҳозирга қадар ўз мақоми ва таъсир доирасини мустаҳкам ўшлаб турганлиги. «Паризьен», «Вуа-дю-Нор», «Нис-Матэн», «Прогрэ», «Дофине либере», «Нувель републик дю Сантр-Уэст», «Монтань», «Эст-Републикэн», «Депеш дю Миди», «Дерньер Нувель д'Альзас» каби йирик газеталар маҳаллий матбуот вакиллари сифатида. Маҳаллий матбуотнинг глобал интернет тармоғи билан ҳамкорликда ишлашининг ўзига хос хусусиятлари. Тайм Уорнер концернининг пайдо бўлишининг бошқа телекоммуникация корпорациялари ва ахборот империяларининг фаолиятига кўрсатган таъсири. Француз медиамагнати Месьенинг жаҳон медиабозоридаги ўрни.

#### **5-мавзу. Германия ОАВининг ривожланиши**

Замонавий немис матбуотида умуммиллий газеталардан кўра маҳаллий матбуот таъсирининг устунлиги. «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Süddeutsche Zeitung», «Die Welt», «Bild», «Handelsblatt» каби умуммиллий газеталар фаолиятида инновацион технологияларнинг қўлланилиши. Германияда аудио ва видео журналистикаси тараққиёти, “Берлин девори”

даври журналистикаси, икки Германиянинг қўшилишидан кейинги ОАВнинг янги ҳолати ва уларнинг рақамли форматга ўтиши. Немис ОАВда digital media и new media тушунчалари синоним тарзда келиши ва бир хилда ишлатилиши. New media дейилганда янги, асосан рақамли технологиялардан фойдаланган ҳолда фаолият турига (санъат, журналистика, реклама ва ҳ.зо.) айтилади. Кирх немис корпорациясининг Ғарбий Европа мамлакатлари ҳамда Испания ва Италия медиабозоридаги рақобати. 2002 йилнинг иккинчи ярмида Кирх ва Месъеларнинг концернлари фаолиятининг тугатилиши. Бутунжаҳон иқтисодий инқирози оқибатларининг йирик медиа империялар йўқолишига таъсири. Янги медиани ҳуқуқий жиҳатдан расмийлаштириш жараёнлари ҳақида Германия парламентида муҳокамалар бошлаб юборилганлиги.

### **6-мавзу. Италия ОАВни ривожланиш босқичлари асослари**

Италия босма нашрлари ичида оммавий газеталардан кўра журналлар нашрининг етакчилик қилиши. Йирик Италия нашриётлари ва теле-радио тармоқлари. Ватикан матбуоти. ОАВда янги медиа, он-лайн газета ва журналлар, блогерлар васоциал тармоқларнинг анъанавий босма нашрлар билан рақобатга кириши ва уларнинг ҳамкорлиги. Бу йўлда уларнинг иқтисодий, технологик ва функционал тўсиқларга дуч келиши. Интернетнинг рақамли ОАВни “хонакилаштириш” жараёнида тингловчи ва телетомашибинлар билан муносабатлари.

### **7-мавзу. Япония ОАВ тараққиётининг ўзига хосликлари**

Японияда замонавий ОАВнинг юксак ахборот коммуникация технологиялари давридаги фаолияти. Рақамли форматга мослашган ихтисослашган матбуот, сиёсий ва партия нашрларининг ривожини. Япония телевидиниеси ва радиоси, ахборот агентликлари. Инновацион, технологик ва ахборот коммуникация соҳасидаги тараққиётда Япония давлат сиёсатининг ўрни ва аҳамияти. Япония Конституциясида матбуот ва сўз эркинлигининг кафолатланиши. ОАВнинг цензурадани холилиги Япония ОАВининг муҳим принципларидан бири сифатида. “Узатув тўғрисида”ги Қонуннинг моҳияти ва ундаги ўзгаришларнинг тадрижий шаклланиши. Телевидение ва радиоэшиттиришлар учун Кодексларнинг қабул қилиниши ва уларнинг вазифаси. “Япония газета нашриёти ва редакторлар ассоциацияси”нинг фаолияти ва унинг томонидан матбуотда сўз эркинлигини ҳуқуқий назорат қилиниши.

### **8-мавзу. Осиё мамлакатлари ОАВлари тараққиёти**

Глобаллашув шароитида Осиё мамлакатлари (Хитой, Ҳиндистон, Туркия, Эрон, Афғонистон, Покистон, Исроил, Араб мамлакатлари ОАВлари мисолида) ОАВдаги ўзгаришлар. Интернет ва ахборот технологияларидан фойдаланган ҳолда ахборот тарқатишда унинг мавзу кўлами ва сифати тубдан кенгайганлиги. Осиё мамлакатлари ОАВ тизимининг тараққиёти, ахборот анкетликлари, теле ва радиожурналистиканинг ХХ1 асрдаги аҳволи ва уларнинг ўзига хос хусусиятлари. Интернетдан фойдаланиш бўйича Осиё мамлакатлари (Хитой, Ҳиндистон) дунёда етакчилик қилиши. Глобаллашув шароитида хорижий теле ва радиодастурларининг сотиб олинаётгани, эшиттиришларнинг янги моделлари ўзлаштириб олинаётгани. Осиё мамлакатлари ОАВда учта инновацион технологик жараёнлари бирлашувининг юзага келгани. Сунъий йўлдош алоқалари, компьютер тармоқлари, матн, овоз, тасвирнинг рақамли кодлаштириш ёрдамида ахборотларни тезликда тарқатишнинг имконияти пайдо бўлгани.

### **9-мавзу. Африка ва Лотин Америкаси ОАВ тараққиёти тенденциялари**

Африка ва Лотин Америкаси ОАВ тизими тузилиши. Ахборот макони барча йирик медиакорпорацияларини ўзига қамраб олгани. Интернет-ресурслар, сунъий йўлдошли каналлар, босма нашрлари орқали ахборот олиш. Даврий матбуотнинг тараққиётига колониал сиёсатнинг таъсири. Ушбу минтақалар ОАВдаги янги медиа тартибининг жорий этилиши. ОАВнинг монополлашуви ва тижорийлашуви. Қитъа ОАВининг ривожланиш истиқболлари ва ҳамкорлик тамойилларининг ҳуқуқий қафолатлари. ЖАР, Марокко, Жазоир, Аргентина, Бразилия каби мамлакатлар медиасининг замонавий таркибий тузилиши. Мазкур қитъаларда сўз эркинлигининг таъминланиши.

### **10-мавзу. Замонавий Россия ОАВ**

Замонавий Россия ОАВ тараққиётининг тарихий илдизлари. ОАВ эркинлиги - ҳуқуқий давлатдаги ОАВлари фаолиятининг асосий тамойили сифатида. “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги Қонуннинг моҳияти, унинг халқаро ва конституциявий меъёрлар билан уйғунлиги. Янги рақамли технологиялар асрида истеъмолчиларнинг ўзлари мустақил ахборотни шакллантириш, назорат қилиши ва медиа оқимни пайдо қилишлари мумкинлиги. Миллий қонунчиликда инсон ҳуқуқларининг халқаро меъёрлари билан боғланганлиги. Замонавий медиабозорининг тақсимланиши. Россия медиакорпорацияларининг пайдо бўлиши ва дастлабки медиамагнатлар. Россияда экстремал вазиятлар журналистикаси тараққиёти.

### **III. Амалий машғулотларни ташкил қилиш бўйича**

## **кўрсатма ва тавсиялар**

Мавзу бўйича тавсия этилган адабиёт ва манбаларни ўқиш. Таълим жараёни, маъруза, семинар ва амалий машғулотларга тайёргарлик кўриш, анъанавий ва янги медианинг замонавий тараққиёт тенденциялари билан боғлиқ медиафорумларда иштирок этиш ва уларнинг натижаларини таҳлил қилиш ҳамда журналистик фаолиятни амалга ошириш жараёнини ташкил этишнинг тараққиёт тенденциялари ҳақида муайян билим ва малакага эга бўлиш.

Амалий машғулотларлар учун ыўйидаги мавзулар тавсия этилади:

1. Коммуникациянинг янги даври ва унинг истиқболлари
2. Медиа: мутахассислашмаган ва кенг жамоатчиликка мулжалланган.
3. Янги технологиялар, шахс ва жамият.
4. Социал тармоқларда журналистика моҳияти.
5. Журналистика ва фуқаролик журналистикасининг ўзаро муносабатлари.
6. Блогерлик феномени, ишбилармонлик соҳасида блогерлик.
7. Янги медиа ва ундан фойдаланиш йўллари.
8. Германияда интернет ва мобил алоқалар истиқболи.
9. Шарқий Европада виртуаль медиа тараққиёти.
10. Он-лайн нашрлар тараққиёти.
11. Япония ОАВида рақамли, кабелли, сунъий йўлдош телевидениесининг ўрни.
12. Осиё мамлакатлари ОАВ лари замонавий тараққиёти.
13. Африка ва Лотин Америкаси ОАВи тараққиёти тенденциялари.
14. Россия ОАВ: кеча ва бугун.
15. МДХ мамлакатлари ОАВ тараққиётининг ўзига хосликлари

Амалий машғулотлар мультимедиа воситалари билан жиҳозланган аудиторияда ўтказилиши лозим. Машғулотлар фаол ва интерфаол усуллар ёрдамида ўтилиши, мос равишда муносиб педагогик ва ахборот технологиялар қўлланилиши мақсадга мувофиқ.

## **V. Мустақил таълим ва мустақил ишлар**

Мустақил таълим учун тавсия этиладиган мавзулар:

1. Янги медианинг танқидий назарияси.
2. Интернетда қидирув медиа тизимлари.
3. Интернет ва бепул матбуот.
4. Интернет янгиликлар портали.
5. Интернет энциклопедиялар.
6. Социал тармоқларнинг жамоатчилик фикрини шакллантиришдаги роли.
7. Африка ОАВ тизими ва рақамли формат.



8. Глобаллашув шароитида журналистикада этика масалаларининг ўрни ва аҳамияти.

## **VI. Асосий ва қўшимча ўқув адабиётлар ҳамда ахборот манбалари**

### **Асосий адабиётлар**

1. Мўминова Ф.И. Международная журналистика. Т.: УМЭД, 2017.
2. Дўстмухаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил. Т.: Янги аср авлоди, 2007.
3. Маклюэн М. Понимание медиа. М.: изд.во: “Захаров”. 2007.
4. Тоффлер Э. Третья волна. М.: изд.во: “АСТ”. 2009.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. Под научн. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ-ВШЭ, 2000.
6. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. Пер. с англ. М.: ЛитРес:, 2014.

### **Қўшимча адабиётлар**

7. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. Т.: Ўзбекистон, 2016.
8. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги қонуни. [www.lex.uz/pages](http://www.lex.uz/pages)
9. 2017-2021 Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича ҳаракатлар Стратегияси. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февральдаги ПФ-4947-сонли Фармони// [http://nrm.uz/contentf?doc=491659\\_2017](http://nrm.uz/contentf?doc=491659_2017).
10. Каримов И.А Юксак маънавият – енгилмас куч. – Т.: Ўзбекистон, 2008.
11. Каримов И.А. Энг асосий мезон – ҳаёт ҳақиқатини акс эттириш. – Т.: Ўзбекистон, 2009.
12. Каримов И.А. Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига “Маърифат” 2016, 27-июнь.
13. Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон демократик Ўзбекистон давлатини биргаликда барпо этамиз. Тошкент, “Ўзбекистон” НМИУ, 2017. – 29 б.
14. Мирзиёев Ш.М. Қонун устуворлиги ва инсон манфаатларини таъминлаш юрт тараққиёти ва халқ фаровонлигининг гарови. “Ўзбекистон” НМИУ, 2017. – 47 б.
15. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажакимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамиз. “Ўзбекистон” НМИУ, 2017. – 485 б.
16. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида” ги ПФ-4947-сонли Фармони. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 6-сон, 70-модда.

17. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. - Т.: Ўзбекистон, 2016.
18. Ўзбекистон Республикаси “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонуни. //“Тўртинчи ҳокимият”. – Тошкент.: Мехнат, 2003.
19. Ўзбекистон Республикаси “Журналистик фаолиятни ҳимоя қилиш тўғрисида”ги Қонуни. //“Тўртинчи ҳокимият”. – Тошкент.: Мехнат, 2003.
20. Ўзбекистон Республикасининг “Ноширлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги Қонуни. //“Тўртинчи ҳокимият” – Тошкент.: Мехнат, 2003.
21. Инсон ҳуқуқлари (Инсон ҳуқуқлари тўғрисида халқаро билл). Инсон ҳуқуқлари умумжаҳон декларацияси. А. Абдуқодиров таржимаси. – Тошкент.: Адолат, 1992 й. –64 бет.
22. Ирназаров К.Т. ва бошқ. Замонавий журналистика. Ўқув қўлланма. Т.: “Зар қалам”, 2006.
23. Рашидова Д.К. Интернет в Узбекистане: возможности и проблемы. Т.: “Зар-қалам”, 2003.
24. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. М.: изд.во: “Академический проект”. 2015.
25. Маклюэн М. Война и мир в глобальной деревне. М.: изд.во: “АСТ”, “Астрель”. 2012.
26. Тоффлер Э. Шок будущего. М.: изд.во: “АСТ”. 2002.
27. Кастельс М. Галактика интернет. Екатеринбург, У-фактория, 2004.
28. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. Изд.во Московского университета. 2004.
29. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006.
30. Медиаэкономика зарубежных стран: Учебное пособие/ Елена Вартанова. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 335 с.
31. “Босма оммавий ахборот воситалари учун қўлланма”. Н.Косимова ва б. Т.2008., 154 б.
32. Нестеренко Ф.П., Эрназаров К.Т., Маматова Я.М. Труд журналиста: профессионализм, творчество, мастерство. Учебное пособие. –Т., 2002.

### **Интернет сайтлари**

33. Гражданская журналистика “mobus” – <http://www/mobus.com>
34. Московский государственный университет им. Ломоносова. Научная библиотека МГУ. – <http://www/msu.ru/libraries/>
35. <http://www/livejournal.com/>
36. <http://www.merriam-webster.com/>
37. <http://www.cyber.law.harvard.edu/webcred/>.
38. [http://de.wikipedia.org/wiki/Neue\\_Medien](http://de.wikipedia.org/wiki/Neue_Medien)
39. <http://www.newmediatrendwatch.com/>



