



**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA'LIM,
FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
O'ZBEKISTON DAVLAT JAHON TILLARI UNIVERSITETI
XALQARO JURNALISTIKA FAKULTETI
AXBOROT XIZMATI VA JAMOATCHILIK BILAN ALOQALAR
KAFEDRASI**

JURNALISTIKADA YANGI TRENDLAR: SUN'IY INTELLEKT VA "POSTHUMANIZM"

**mavzusidagi xalqaro
ilmiy-amaliy anjuman materiallari**



“Jurnalistikada yangi trendlar: sun’iy intellekt va “posthumanizm”.
Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari (22-oktabr 2025-yil). –
Toshkent: O‘zDJTU, 2025. – 187 b.

Mualliflar maqola mazmuni uchun mas’ul.

Mas’ul muharrirlar:

f.f.d., prof. Amrullo KARIMOV,

f.f.d., prof. Klimentina ISMAILOVA

A`zamjon DADAXONOV

Mazkur ilmiy to‘plam O‘zDJTU xalqaro jurnalistika fakulteti
Kengashining 2025-yil 30-oktabrdagi 3-sonli majlis qarori bilan
nashrga tavsiya etilgan.

MUNDARIJA

Beruniy ALIMOV, Jurnalistikada sun'iy itellekt davri: modellar va algoritmning moslashuvchanlik qobiliyati.....	4
ТАНАБАЕВА Г.У., А.П.ЖАНЫСБАЕВА, Зарубежные и Казахстанские медиа об использовании искусственного интеллекта в журналистике.....	10
Amrullo KARIMOV, Media sohasida kadrlar tayyorlash va sun'iy itellekt.....	19
Azamjon DADAXONOV, Postjurnalistika fenomeni: xarakterli jihatlari va taraqqiyot tendensiyalari.....	23
Jasur TOJIBOYEV, Sun'iy itellekt va jurnalistika integratsiyasi: nazariy asoslar va amaliy yondashuvlar.....	29
Malika AKHMEDOVA, The role of media in preventing terrorism and extremism in the digital era: a comparative analysis of Uzbekistan and Russia...	34
Davron MUITOV, Sun'iy itellekt – saylov jarayonida PR sifatini oshirishning zamonaviy kaliti.....	40
Nosirjon MA'MURZODA, Abdurashid MUSOZODA, Tojikiston va O'zbekiston davriy matbuotida tinchlik va do'stlik mavzusi: qiyosiy tahlil ("Do'stlik" va "Ovozi Samarqand" gazetalari misolida)	45
Mukhammad CHUTPULATOV, Anthropocentrism and gender in the paremiological fund of language.....	
Abdulaziz AHMEDOV, Sun'iy intellektdan foydalanish bo'yicha xalqaro tajribalarni qiyosiy tahlil qilish.....	64
Muhayyo SAIDOVA, Jurnalistik kontent formatlarini yaratishda axborot texnologiyalaridan foydalanishning o'ziga xos jihatlari.....	73
Madina MIRZAQOBILOVA, Media kontent yaratish va unda sun'iy intellektning o'rni.....	78
Sultonposhsho SOTIBOLDIYEVA, Telejurnalistikada sun'iy itellekt yordamida milliy brendni ilgari surish texnologiyalari.....	83
Malika SABUROVA, Internet oavlarida suv tanqisligi masalalarini yoritishida sun'iy intellektning o'rni.....	89

Sabohat UZOQOVA, Internet-nashrlar brend imijini rivojlantirishda sun'iy intellektdan foydalanish strategiyalari.....	96
Zavqiddin NASIMOV, Postgumanizm davrida axborot manipulyatsiyasi usullari.....	103
Abbosbek ISRAILOV, Sevara ESHONQULOVA, Axborotlashgan zamonda sun'iy intellektning ahamiyati.....	110
Shaxobiddin MUSAYEV, Davlat tili rivojida sun'iy intellekt.....	113
Sevara URINBAYEVA, PRda yangi trendlar: axborotni yetkazishda sun'iy intellektdan foydalanish mexanizmlari.....	118
Kunduz KHAZRATOVA, Advanced technological solutions and practical recommendations for the journalism industry.....	131
Sitorabonu TURSUNBOYEVA, Sun'iy intellektni media kontent yaratishga integratsiya qilish jarayoni.....	141
Dilorom FAYZIYEVA, Televideniya da sun'iy intellektdan foydalanish masalalari.....	146
Shaxnoza ALIYEVA, Brend imijini shakllantirishda sun'iy intellektdan foydalanish.....	150
Baxodir XASANOV, Sun'iy intellekt orqali axborot xurujlarini uyushtirishning ommaviy ko'rinishlari.....	154
Xumoyunbek XOSHIMJONOV, Sun'iy intellekt:jurnalistga raqibmi yoki hamkor?	162
Shahnoza YANGIBOYEVA, Sun'iy intellektdan jurnalistika sohasida foydalanishning etik masalalari.....	170
Laylo SA'DULLAYEVA, Raqamli mediada manipulyatsiya.....	173
Эрнст ПЕТРОСЯНЦ, Язык вражды в современной языковой политике медиапространства.....	177
Nilufar O'TAGANOVA, Televideniya da sun'iy intellekt imkoniyatlaridan foydalanish.....	183

**JURNALISTIKADA SUN'YI ITELLEKT DAVRI:
MODELLAR VA ALGORITMNING MOSLASHUVCHANLIK
QOBILİYATI**

*Beruniy ALIMOV,
filologiya fanlari doktori (DSc)*

***Annotatsiya.** Ushbu maqolada sun'iy intellektning moslashuvchan modellar va algoritmlar asosida turli sohalarda qo'llanilishi tahlil qilingan. Jurnalistika, tibbiyot, moliya, transport-logistika, ta'lim, ishlab chiqarish va ilmiy tadqiqot singari yo'nalishlarda SI texnologiyalari natijasida yuzaga kelayotgan innovatsion jarayonlar, ularning samaradorlikni oshirishdagi o'rni va amaliy afzalliklari ko'rib chiqiladi. Shuningdek, sun'iy intellekt rivojiga doir uch asosiy istiqbol: AGI bosqichiga o'tish, inson–mashina integratsiyasi hamda etik-huquqiy masalalarning dolzarblashuvi haqida ilmiy mulohazalar bildiriladi. Tadqiqot xulosalariga ko'ra, SI jamiyatda transformatsion jarayonlarni jadallashtirib, yangi imkoniyatlar bilan bir qatorda xavfsizlik va etik muvozanatga oid masalalarni ham ilgari surmoqda.*

***Kalit so'zlar:** sun'iy intellekt, modellar, algoritmlar, jurnalistika, tibbiyot, moliya, AGI, inson-mashina integratsiyasi, etika.*

***Abstract.** This article analyzes the integration of artificial intelligence (AI) across major fields through adaptable models and algorithmic systems. It explores the increasing influence of AI in journalism, healthcare, finance, transportation and logistics, education, manufacturing, and scientific research, emphasizing its role in boosting efficiency and enabling innovative solutions. The study also discusses three major projections shaping AI's future trajectory: the shift toward Artificial General Intelligence (AGI), the intensification of human–machine integration, and the rising priority of ethical and legal frameworks. The*

findings highlight that AI accelerates transformative societal processes while simultaneously bringing ethical and security concerns to the forefront.

Keywords: *artificial intelligence, models, algorithms, journalism, healthcare, finance, AGI, human–machine integration, ethics.*

Oldin faqat nazariy doirada ko‘rib chiqilgan sun‘iy idrok g‘oyasi hozir real dunyo muammolarini hal qilishda, soha va tarmoqlarda samaradorlikni oshirishda, yangicha yondashuvlarni ishlab chiqishda keng qo‘llanmoqda. Bu ko‘rsatkich texnologik, ijtimoiy, gumanitar, iqtisodiy, tibbiy va ilmiy sohalarda ham sezilarli darajada o‘tib bormoqda.

Bunday ko‘lamdorlik SIning turli modellar va algoritmlar asosida moslashuvchanlik qobiliyatidan, katta ma‘lumotlar ustida ishlash quvvatidan va o‘rganish orqali yaxshilanib borish xususiyatidan kelib chiqadi.

Jurnalistika sun‘iy intellekt texnologiyalari eng faol tatbiq etilayotgan sohalardan biridir. SI algoritmlari ma‘lumotni tahlil qilish, tasniflash va hattoki yangiliklar yaratishda muhim rol o‘ynaydi. Misol uchun, Associated Press va Reuters kabi xalqaro axborot agentliklari sun‘iy intellektdan foydalangan holda moliyaviy hisobotlar, sport yangiliklari va statistik maqolalarni yaratib, jurnalistlarning ishini yengillashtirgan.

Shuningdek, “Natural language generation” (NLG) texnologiyasi asosida matn yozish, faktcheking qilish, noto‘g‘ri ma‘lumotlarni aniqlash va ommaviy axborot monitoringini yuritish imkonini taqdim etmoqda. Bu haqda Franchesko Markoni “Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism” (Columbia University Press, 2020) kitobida atroflicha so‘z yuritgan. Unga ko‘ra, jurnalistikaning SI asosida avtomatlashtirilishi ijodkorlik, insoniy tafakkur va etik mezonlar bilan uyg‘unlashgan holda yangi bosqichga ko‘tarilishi lozim.

Tibbiyotda SI diagnostika jarayonlarini soddalashtirish, kasalliklarni erta aniqlash, davolash protokollarini ishlab chiqish, shaxsiy tibbiy xizmatlarni taklif qilish imkonini bermoqda. Masalan, SI ko‘z skaneridan foydalanib diabetik

retinopatiyani aniqlay oladi, shuningdek, ko'krak bezi saratoni yoki teri kasalliklarini tasviriy tahlil orqali aniqlashda radiologlar yordamchisi sifatida ishlatilmoqda.

IBM kompaniyasining Watson Health loyihasi bu borada ilg'or namunadir: u ilmiy maqolalarga tayangan holda onkologik kasalliklar bo'yicha tashxis qo'yish va davolash usullarini tanlashda shifokorlarga takliflar beradi.

Sohadagi eng asosiy manbalardan biri Erik Topolning "Deep Medicine: How Artificial Intelligence Can Make Healthcare Human Again" (Basic Books, 2019) kitobidir. Unga ko'ra, SI insoniyat salomatligini nazorat qilishda inqilobiy o'zgarishlar yasashi mumkin, lekin bu jarayon shifokorlar va bemorlar o'rtasidagi ishonchga putur yetkazmasligi zarur.

Moliyaviy xizmatlar sohasi SI ni tez va faol joriy qilayotgan strategik sektor hisoblanadi. Banklar va investitsiya kompaniyalari SI ko'magida xavflarni aniqlash, moliyaviy firibgarliklarni oldindan ko'rish, kredit reytinglarini hisoblash, maslahat berish xizmatlarini (robo-advisors) yo'lga qo'ygan.

Mashinaviy o'rganish algoritmlari moliyaviy bozor tendensiyalarini bashorat qilish, mijozlar xatti-harakatini tahlil qilish va investitsiya strategiyalarini optimallashtirishda keng foydalaniladi. JPMorgan Chase ishlab chiqqan COIN (Contract Intelligence) tizimi yuridik hujjatlarni o'rganadi va ko'p soatli inson mehnatini bir necha soniyada bajara oladi. Andres Kaplan va Maykl Henlaynning "Artificial Intelligence in Financial Markets" (Springer, 2020) asarida SI asosida moliyaviy xizmatlarning rivojlanish istiqbollari chuqur tahlil qilingan.

Transport va logistika sohasida sun'iy intellekt texnologiyalari xavfsizlikni oshirish, trafikni tartibga solish, yuk tashishni optimallashtirish va avtonom vositalarni boshqarish kabi yo'nalishlarda qo'llanilmoqda.

Avtonom haydovchi tizimlari (autonomous vehicles) Tesla, Waymo, Uber kabi kompaniyalarda yo'lga qo'yilgan. Ularning ishlash prinsipida chuqur o'rganish, tasvirni qayta ishlash va qaror qabul qilish algoritmlari mavjud.

Logistika kompaniyalari: DHL, FedEx, Amazon sun'iy intellektni yuklarni saralash, yetkazib berish yo'nalishlarini rejalashtirish va ombor boshqaruvi uchun ishlatmoqda. Hod Lipson va Melba Kurmanlarning "Driverless: Intelligent Cars and the Road Ahead" (MIT Press, 2016) kitobidan transport sohasidagi bu texnologiyalar haqida ko'proq ma'lumot topish mumkin.

Ta'lim sohasida sun'iy intellekt individual o'quv yondashuvlarini yaratish, bilim darajasini baholash, interfaol o'quv vositalarini ishlab chiqish va o'quvchilarning qiziqishlari asosida ta'limni moslashtirishda muhim rol o'ynamoqda. SI asosidagi adaptiv ta'lim tizimlari har bir o'quvchining qobiliyatini tahlil qilib, mos o'quv materiallarini taklif qiladi, bolalar bilimidagi zaif nuqtalarni aniqlash imkonini beradi. Misol uchun, Carnegie Learning va Squirrel AI kabi platformalar matematikadan o'quvchilarga individual o'quv yo'nalishini taklif etish orqali yuqori natijalarga erishgan. Bu haqda Rou Lakinning "Machine Learning and Human Intelligence: The Future of Education for the 21st Century" (UCL IOE Press, 2018) kitobida batafsil yoritilgan.

Ishlab chiqarish sohasi ham sun'iy intellektdan keng miqyosda foydalanayotgan strategik tarmoqlardan biri. "Aqlli fabrikalar" konsepsiyasi asosida ishlayotgan zamonaviy ishlab chiqarish korxonalari mashinaviy ko'rish, robototexnika, nuqsonni aniqlash, ta'minot zanjirini boshqarish yo'nalishlarida SI texnologiyalaridan foydalanmoqda. Siemens, GE, Bosch kabi sanoat gigantlari sun'iy intellektni ishlab chiqarish liniyasida samaradorlikni oshirish, nosozliklarni oldindan aniqlash va texnik xizmat ko'rsatishni rejalashtirishda ishlatmoqda. Klaus Shvabning "The Fourth Industrial Revolution" (Crown Business, 2017) asarida ishlab chiqarish sohasidagi sun'iy intellektning ta'siri, xususan, avtomatlashtirish, ish o'rinlarining transformatsiyasi va inson-robot hamkorligi yoritilgan.

Ilmiy tadqiqotlar sohasi sun'iy idrok eng samarali qo'llanilayotgan yo'nalishlardan biridir. Yangi ilmiy nazariyalar yaratishda, eksperiment natijalarini tahlil qilishda va ilmiy gipotezalarni tekshirishda muhim yordamchiga

aylangan. Ilmiy maqolalarni tahlil qilish, tajribalar natijasini modellashtirish va ilmiy ma'lumot bazalarini tuzishda SI faol ishlatilmoqda. Biologiya, fizika, astronomiya, kimyo va tilshunoslik sohalarida SI yirik hajmdagi ilmiy ma'lumotlarni tahlil qilib, yangi kashfiyotlar sari yo'l ochmoqda. Masalan, AlphaFold tizimi oqsillar tuzilmasini muvaffaqiyatli bashorat qilgani ilmiy jamoatchilikda katta qiziqish uyg'otdi. Har bir sohada uning tatbiqi o'ziga xos bo'lsa-da, umumiy tendensiya sifatida inson va mashina hamkorligining kuchayishi, raqamli transformatsiyaning tezlashuvi va axborotga asoslangan qaror qabul qilish madaniyatining shakllanishi kuzatilmoqda. Bu XXI asrda sun'iy intellektning strategik rivojlanish vositasi sifatida ko'rishga asos yaratadi.

SIning kelajagi haqida uch prognoz

Sun'iy intellektning kelajagi zamonaviy ilm-fan va texnologiya sohasidagi eng dolzarb va bahsli mavzu bo'lishi bilan birga, insoniyat taraqqiyoti yo'lidagi o'ta muhim strategik masala hamdir. XXI asrning ikkinchi choragiga qadam qo'yar ekanmiz, SI kundalik hayotimizga allaqachon kirib keldi, hatto iqtisodiyot, sog'liqni saqlash, ta'lim, xavfsizlik, media, san'at, huquq va boshqa ko'plab jabhalarda chuqur ildiz otmoqda. Kelajakda bu tendensiya nafaqat davom etadi, balki yangi bosqichlarda rivojlanadi.

SI texnologiyalarining rivoji ko'p jihatdan uch asosiy yo'nalishda prognoz qilinmoqda: *birinchidan*, tor doiradagi sun'iy intellektdan umumiy sun'iy intellekt (AGI – Artificial General Intelligence) darajasiga ko'tarilish. Ya'ni SI turli muammolarni mustaqil hal qila oladigan, inson aqliy salohiyatiga tenglashadigan bosqichga chiqadi; *ikkinchidan*, inson va mashina o'rtasidagi integratsiya kuchayadi. Bu kognitiv texnologiyalar, neyrotexnologiyalar va gibrid tizimlar orqali amalga oshadi; *uchinchidan*, sun'iy idrok etikasi, xavfsizligi va boshqaruv muammolari global siyosat va huquq tizimining markaziy masalasiga aylanadi.

Birinchi prognoz – sun'iy intellektning paydo bo'lishi – ilmiy doiralarda eng ko'p muhokama qilinayotgan mavzu. Ray Kurzvayl mashhur "The

Singularity is Near” (2005) asarida 2045-yilga borib insoniyat “texnologik singulyarlik” bosqichiga yetishini taxmin qilgan edi. Bu holat, sun’iy intellektning inson aqlini ortda qoldirish darajasiga yetishidir. Bunday prognozlar Nik Bostromning “Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies” (Oxford University Press, 2014) asarida ham batafsil yoritilgan. Muallif AGI bosqichiga erishishning xavflari va ehtimollari haqida chuqur tahlillar bergan. Uning fikricha, AGI insoniyat tarixidagi eng muhim ixtiro bo‘lishi mumkin, lekin noto‘g‘ri boshqarilsa, bu ixtiro insoniyat uchun eng katta xavfga aylanishi ehtimoldan xoli emas.

Ikkinchi prognoz. Kelajakda SI nafaqat kompyuterlar orqali, balki inson miyasi bilan bevosita integratsiyalashgan holda ishlaydi. Ilon Mask asos solgan Neuralink kompaniyasi inson miyasi va kompyuter o‘rtasidagi interfeyslarni ishlab chiqmoqda. Agar muvaffaqiyatli chiqsa, bu texnologiyalar inson aqliy salohiyatini kengaytirish, hatto nogironlikni bartaraf etish imkonini beradi. Kevin Varvik esa “I, Cyborg” (University of Illinois Press, 2004) asarida inson va mashina o‘rtasidagi bunday sintezni real ilmiy tajribalar orqali yoritadi. Bu tendensiya kelajakda yangi biotexnologik inson turini – transhumanizm g‘oyasini asoslashga olib keladi. Ya’ni inson texnologiyalar bilan o‘z jismoniy va aqliy chegaralarini yengib o‘tishga harakat qiladi.

Uchinchi prognoz. Istiqbolda sun’iy idrok atrofida etik, ijtimoiy va huquqiy muammolar ham chuqurlashadi. Natijada xalqaro qonunchilik tizimi SI masalalarini muayyan qonunlar bilan tartibga solishga majbur bo‘ladi. Yevropa Ittifoqi 2021-yilda taklif etgan “Artificial Intelligence Act” kabi qonun loyihalari kelajakdagi global SI boshqaruv tizimining dastlabki qadami sifatida qaralmoqda. Yoshua Bengio, Yoshio Amari va boshqa mashhur SI olimlari bu boradagi xavflar haqida ko‘p bora ogohlantirib kelgan. Bengioning “SI umumiy manfaatlar yo‘lida” (AI for the Common Good, 2021) maqolasida sun’iy intellektni jamiyat manfaati uchun qanday boshqarish, undan noqonuniy va

axloqsiz maqsadlarda foydalanishni qanday cheklash haqida muhim takliflar berilgan.

Biroq bu yutuqlar soyasida ish o‘rinlarining qisqarishi, shaxsiy hayot daxlsizligining buzilishi, algoritmik kamsitish (“algoritmik kamsitish” – sun’iy intellekt tizimlari yoki algoritmlar odamlar haqida nohaq yoki adolatsiz qarorlar chiqarib, ayrim guruhlarini kamsitib qo‘yish holati) va ijtimoiy nazorat kabi salbiy oqibatlar ham bor. Bu haqda Keyti O‘Neilning “Weapons of Math Destruction” (Crown Publishing Group, 2016) asarida jiddiy tanqidiy nuqtayi nazar bildiriladi. Uning fikricha, SI algoritmlari ko‘p hollarda shaffof emas, noto‘g‘ri qarorlar qabul qilish xavfi yuqori va ularni boshqarish oson bo‘lmaydi. Bu esa kelajakda sun’iy intellektning ijtimoiy xavfsizlikka ta‘sirini yanada kuchaytiradi.

SI texnologiyalari hayot tarzimizni, tushunchalarimizni ham o‘zgartiradi. Bu boradagi qarorlarni qabul qilish hozirgi avlod zimmasiga tushmoqda: qanday SI quramiz, uni kim boshqaradi, u kimga xizmat qiladi, uning chegaralari qayerda bo‘ladi – bularning barchasi kelajakdagi insoniyat taqdirini belgilaydi.

**ЗАРУБЕЖНЫЕ И КАЗАХСТАНСКИЕ МЕДИА ОБ
ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В
ЖУРНАЛИСТИКЕ**

Г.У.ТАНАБАЕВА

*Доцент, к.ф.н., Южно-Казахстанский университет имени М.Ауэзова,
г. Шымкент, Казахстан email:tanabaeva75@mail.ru*

А.П.ЖАНЫСБАЕВА

*PhD, старший преподаватель Южно-Казахстанского университета
имени М.Ауэзова, г.Шымкент, Казахстан,
email:akniet.zhanysbayeva@mail.ru*

Аннотация: Одна из современных технологий – искусственный интеллект, чье влияние распространяется на все сферы жизни, в том числе и на медиаиндустрию, а в большей степени – социальные сети.

Цели исследования: описать особенности применения искусственного интеллекта в журналистике, сопоставить количество положительных и отрицательных оценок в медиа касательно искусственного интеллекта.

Теоретическая значимость данного исследования заключается в определении объема использования искусственного интеллекта при создании различного медиаконтента. Полученные сведения могут быть применены при дальнейшем изучении искусственного интеллекта в журналистике. Практическая значимость исследования заключается в возможности применения полученных данных в учебном процессе и при изучении смежных тем. Согласно полученным результатам, применение искусственного интеллекта в журналистике на сегодняшний день возможно только в тех новостных статьях, которые не предполагают смысловой нагрузки и объективной оценки материала. Однако, мы подчеркиваем сферу влияния искусственного интеллекта в сборе информации и выявлении последних современных тенденций и приходим к выводу, что в последние десять лет журналистика на основе искусственного интеллекта широко используется в редакциях по всему миру, где технология способна выдавать статьи на финансовые и спортивные темы. Сущность вышеизложенного сводится к тому, что автоматизация освобождает журналистов от рутинной деятельности, такой как проверка грамматических ошибок и соблюдение определенных языковых правил, поэтому предоставляет площадку для более полноценной и творческой работы. Что позволяет производить больше материала и более эффективно предоставлять информацию.

Ключевые слова: *новые технологии, искусственный интеллект, автоматизация, журналистика, социальные сети.*

Annotation: *One of the modern technologies is artificial intelligence, whose influence extends to all spheres of life, including the media industry, and, to a greater extent, social networks. Objectives of the study: to describe the features of the use of artificial intelligence in journalism, to compare the number of positive and negative assessments in the media regarding artificial intelligence.*

The theoretical significance of this study lies in determining the amount of artificial intelligence used in the creation of various media content. The information obtained can be applied in the further study of artificial intelligence in journalism. The practical significance of the research lies in the possibility of using the obtained data in the educational process and in the study of related topics. According to the results obtained, the use of artificial intelligence in journalism today is possible only in those news articles that do not imply a semantic load and an objective assessment of the material. However, we highlight the reach of AI in gathering information and identifying the latest trends, and we conclude that AI journalism has been widely used in newsrooms around the world for the past decade, where technology is capable of delivering articles on financial and sports topics. The essence of the above boils down to the fact that automation frees journalists from routine activities, such as checking grammatical errors and adhering to certain language rules, therefore, it provides a platform for more complete and creative work. This allows more material to be produced and information to be provided more efficiently.

Keywords: *artificial intelligence, journalism, algorithm, social media, new technologies, automation*

Введение

Прежде всего, следует отметить колоссальное влияние искусственного интеллекта (ИИ) практически на все сферы жизни. Уже сейчас различные государственные организации и НПО Казахстана

интегрируют в свои платформы боты для коммуникации с клиентами. В этом случае, технологии ИИ постоянно осваивают определенный навык с помощью алгоритмов прогрессивного обучения.

В отличие от роботизации, первостепенная роль ИИ вовсе не предполагает полную автоматизацию ручного труда, а в большей степени фокусируется на повышении коэффициента полезности. В качестве одного из ярких примеров ИИ можно назвать встроенную технологию «Siri» от «Apple», которая предоставляет пользователям широкий спектр услуг: от поиска нужной локации до заказа еды на дом.

С развитием информационных и коммуникационных технологий отрасли средств массовой информации также претерпели кардинальные изменения. Стремительное развитие искусственного интеллекта и машинного обучения в корне поменяло и саму журналистику. Появление специфических компьютерных программ, способных заменить репортера, обозначило будущее; и многие задались вопросом: будет ли способен ИИ полностью заменить живого журналиста? Общественность разделилась во мнении: ИИ – это хорошо или плохо. Цели данного исследования: описать особенности применения искусственного интеллекта в журналистике, сопоставить количество положительных и отрицательных оценок в медиа касательно искусственного интеллекта.

В 2019 году в декабрьском выпуске журнала «The Economist» было опубликовано интервью с объектом ИИ под названием GPT-2. В GPT-2 был встроен алгоритм генерирования текстов, в самом интервью ему задавали вопросы о состоянии планеты в следующем году. GPT-2 был задан конкретный вопрос: «Какое будущее у ИИ»? Последовал ответ: «Было бы неплохо, если бы мы использовали эту технологию более ответственно и относились к ней как к служебной программе. Мы должны приложить больше усилий для развития технологии, а не беспокоиться о том, что она нанесет вред или разрушит нашу жизнь» [Молс, 2020].

Как утверждалось ранее, опасения общества касательно ИИ подтверждаются в словах GPT-2. Однако разработчики спешат успокоить взволнованную аудиторию, ведь объект ведет себя абсолютно неосознанно, все данные были встроены в него. Разработчики GPT-2 утверждают, что ответы ИИ были расплывчатыми и на самом деле он не понимает, о чем говорит. Разумеется, они делают акцент на его производительности. По их мнению, автоматическая генерация текста – это один из многих примеров, демонстрирующих потенциальную мощь ИИ.

Материал и методы

Основной метод, используемый в данном исследовании, – контент-анализ, позволяющий произвести как количественную, так и качественную выборку. Также в ходе исследования был применен сравнительный анализ при сопоставлении положительных и отрицательных оценок работы искусственного интеллекта в медиаиндустрии. Основным материалом исследования послужили статьи о роботах-журналистах и ИИ в медиа, опубликованные в период с 2015 по 2020 гг. в зарубежных и отечественных СМИ.

В данном исследовании мы опирались на постулаты научной школы Маркони, материалы из книги «Элементы журналистики» [Ковач, 2007]; использовали данные McKinsey & Company в Казахстане, а также маркетингового института в области искусственного интеллекта.

Результаты и обсуждение

ИИ – это необходимый инструмент для анализа огромного объема данных, которые ежедневно производятся в современном мире. По оценкам International Data Corporation, в 2020 году мировой объём цифровых данных достиг 44 зеттабайта (один зеттабайт – триллион гигабайтов) [Артемьев, 2018]. Для сравнения в 2013 году этот объем составлял всего 4,4 зеттабайта. На сегодняшний день контент в социальных сетях, созданный благодаря автоматизированным технологиям, является нормой для многих интернет-

редакций («Associated Press», «The New York Times», «BBC» и т.д.). ИИ успешно анализирует данные, определяет повышенный интерес аудитории к той или иной новости, и незамедлительно выдает ее в топ, что позволяет редакциям следовать тренду. Важным фактором остается то, что в первую очередь интересует читателей. Почти все системы ИИ могут с максимальной точностью определить вызовет ли новая тема интерес у аудитории, исходя из предыдущих отзывов от пользователей.

Имеются системы ИИ, которые самостоятельно пишут журналистские тексты («Wordsmith», «News Tracer», «Rosie»). Насколько быстро новые технологии заменят действующих журналистов, и заменят ли вообще, во много зависит от жанра, в котором работает СМИ. К примеру, в спортивной журналистике, компьютерная программа способна полностью заменить живого репортера на матче по футболу и с наибольшей вероятностью предсказать исход матча. Если же говорить о таких жанрах журналистики, как интервью и расследование, здесь компьютер не способен заменить человека.

Технология ИИ лежит в основе «Siri» от «Apple» и «Alexa» от «Amazon», а также чат-ботов, которые все чаще берут на себя функции обслуживания клиентов. Только здесь их основная задача – писать новости на основе поступающих данных. Проект РА известен как «RADAR» (Reporters and Data and Robots). Основан на наборах открытых данных от правительства, местных властей и государственных служб. Главный редактор «Urbs Media» говорит о том, что люди все еще играют главенствующую роль и сами решают, какие наборы данных будут анализироваться для новостных статей [Роджерс, 2019].

В 2015 году в BBC была опубликована статья о том, что с развитием роботизации и ИИ, профессия журналиста может и вовсе исчезнуть, однако издание утверждает, что не было категорично в своих доводах. По словам научного сотрудника компании «Narrative Science» Кристофера Хаммонда:

«90% новостей будут написаны машинами, но это не означает, что журналисты потеряют свои места, они, наоборот, смогут расширить охват. Новостной мир будет расширяться, и журналистам не придется генерировать истории из данных, эти задачи будут выполняться машинами» [Уэкфилд, 2015].

Известный журналист и медиаэксперт А.Джалилов: «Мы недооцениваем некоторые мировые тренды, такие как развитие нейронных сетей и искусственного интеллекта, которые могут очень сильно повлиять на информационную сферу. Я думаю, во многом повестку в информационной среде и в журналистике будет формировать именно искусственный интеллект, умеющий обрабатывать большие объёмы данных, появятся технологии, которые сейчас просто немыслимы» [Джалилов, 2020]. Такая оценка А. Джалилова говорит о том, что мы не воспринимаем масштабы использования ИИ в полной мере. Система ИИ может оценивать качество своей работы, а также учитывать такие параметры, как день недели, время суток или конкуренцию с другими конкретными темами для десятков тысяч публикаций.

На прошедшем в 2018 году в Алматы образовательном MediaHub заявили о том, что профессию журналиста ждёт скорая смерть и ИИ полностью изменит наше будущее в ближайшие пару тройку лет. По словам диджитал директора «BTS Digital»: «Журналистики в том виде, какая она сейчас, в перспективе ближайших 10 лет, к сожалению, не останется. Многие хорошие люди, которые посвятили себя журналистике, возможно, не найдут себе места в этом дивном новом мире» [Волков, 2018].

10 лет назад мы и представить не могли как социальные сети изменят наш взгляд на сегодняшние медиа и как дезинформация станет опаснее любого вируса, тоже самое происходит и с искусственным интеллектом, где мы не можем представить себе, к чему это приведет нашу информационную среду, и кто будет задавать новые тренды в ближайшем будущем. Здесь

уместно будет привести слова президента РК К.К. Токаева, который в декабре 2020 года выступал на онлайн-конференции «Artificial Intelligence Journey», посвящённой вопросам искусственного интеллекта и анализу данных. Президент выдвинул предложение для мировых лидеров не использовать новые технологии во вред человеку, он также отметил, что все уже давно используют ИИ и нейронные сети в таких сферах как экономика, медицина и политика. По его мнению, новые технологии – это один из основных приоритетов развития, однако ИИ не сможет заменить главу государства и действующие лица при власти, так как эта структура должна обладать развитой эмпатией, пониманием человеческих законов и морали, ведь мыслительные направления ИИ должны развиваться исключительно в конструктивном ключе.

Заключение и выводы

Если кратко подвести итоги, можно выделить несколько ключевых событий.

1. Информационный казахстанский портал «Toppress» пишет о том, как ИИ Sophie впервые становится призёром в Online Journalism Awards и получает премию за лучшие инновации в журналистике, до этого международную премию в области журналистики завоевывали только люди (Алиева, 2020). Премия Online Journalism Awards была основана в 2000 году, она присуждается за достижения в сфере цифровой журналистики. В редакции «The Globe and Mail», ИИ «Sophie» отвечает за 99% всего контента и без чьего-либо вмешательства решает, к какому разделу отнести материал, определяет количество контента, а также генерирует публикации.

2. Сайт «Курсив» подсчитал, что к 2030 в стране должно появиться 5–10 тыс. аналитиков данных, 20–25 тыс. разработчиков систем данных, 2–5 тыс. дата-сайентистов (исследователи данных). По мнению авторов, сфера IT- и ИИ-технологий будет востребована как никогда и государству следует

обратить свое внимание на её дальнейшее развитие. Будущее уже наступило, и население Казахстана формирует новые привычки с использованием инновационных технологий и приложений.

Однако, ИИ не должен быстро внедряться в редакции и новостные агентства без критического анализа или даже по неосторожности, только потому что у человечества появились такие технические возможности.

Из этого следует заключить, что даже если использование ИИ сможет облегчить журналистскую деятельность, и вся эта идея кажется привлекательной с финансовой точки зрения, журналистика подвержена риску потерять свой статус в глазах общественности. Поэтому, даже до внедрения каких-либо технологий, журналисты должны трезво оценивать тот формат и контент, который они предлагают миру, невзирая на оценку со стороны, придерживаясь этических норм в своей профессиональной деятельности.

Все вышеизложенное сводится к тому, что повышение качества журналистики должно оставаться приоритетом, особенно в трансформационный период.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ЛИТЕРАТУР:

1. Mols B. AI in journalism: with power come responsibilities. 2020.
Электронный ресурс: <https://www.euroscientist.com/aiinjournalism/>.
2. Kovach B., Rosenstiel T. The elements of journalism. – New York, 2007, p.196-200.
3. Артемьев Д. 11 свидетельств того, что искусственный интеллект – будущее торговли криптовалютами. 2018. Электронный ресурс: <https://coinspot.io/fintech/11-svidetelstv-togo-chto-iskusstvennyj-intellekt-budushhee-torgovli-kriptovalyutami/>.
4. Роджерс Г. News Automation: Бархатная роботизация. 2019.
Электронный ресурс: <https://gipp.ru/overview/obzory-sobytiy-v->

media-srede/doklad-wan-ifra-news-automation-barkhatnaya-robotizatsiya/.

5. Wakefield D. Intelligent Machines: The jobs robots will steal first. 2015. Электронный ресурс: <https://www.bbc.com/news/technology-33327659>.
6. Джалилов А. Госинформзаказ «пудрит людям мозги» и «демотивирует СМИ». 2020. Электронный ресурс: <https://rus.azattyq.org/a/kazakhstan-dialogi-adil-dzhalilov-interview-journalism/30763292.html>.

MEDIA SOHASIDA KADRLAR TAYYORLASH VA SUN'IY INTELLEKT

*Amrullo KARIMOV,
O'zDJTU professori, f.f.d.*

***Annotatsiya:** Maqolada jurnalist kadrlar tayyorlovchi oliy o'quv yurtlarida sun'iy intellektning o'qitilishi, zamonaviy talablar milliy va xalqaro tajriba asosida ko'rib chiqilgan. Sohada yechimini kutayotgan masalalar, kelgusidagi vazifalar haqida so'z boradi.*

***Kalit so'zlar:** mediadizayn, data-jurnalistika, multimedia, sun'iy intellekt, avtomatlashgan (robot) jurnalistika, axborot texnologiyalari, kompyuter grafikasi, multimedaviy jurnalistika, Big Social Data, Data Science, Python dasturlash tili.*

***Abstract:** The article examines the teaching of artificial intelligence in higher educational institutions that train journalism specialists, considering modern requirements based on national and international experience. It also discusses the existing challenges in the field and outlines future tasks.*

***Keywords:** media design, data journalism, multimedia, artificial intelligence, automated (robotic) journalism, information technology, computer graphics, multimedia journalism, Big Social Data, Data Science, Python programming language.*

Bugungi davr jurnalistlardan mutlaqo yangicha ishlash va ijodni taqozo etmoqda. Xususan, jurnalist kadrlar tayyorlash tizimida ham yuqorida qayd qilingan o'zgarishlardan kelib chiqib, faoliyat yuritilishi kerak. Hozirda O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiya universiteti, O'zbekiston Milliy universiteti, O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti, Qoraqalpoq davlat universiteti, Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti, Samarqand davlat chet tillar instituti, Buxoro davlat universiteti kabi davlat va bir qancha nodavlat oliy ta'lim muassasalarida jurnalist kadrlar tayyorlanmoqda. Kadr tayyorlashda e'tibor qaratilishi kerak bo'lgan shunday jihatlar borki, bu davr, makon, zamon talabi va media tuzilmalar ehtiyojidir.

Keyingi yillarda oliy o'quv yurtlarida zamonaviy ilmlar bilan bog'liq bo'lgan "Mediadizayn asoslari", "Data-jurnalistika", "Multimedia asoslari" kabi fanlar o'qitilishi yo'lga qo'yildi. Ammo, ular qatoriga sun'iy intellekt bilan bog'liq bo'lgan yangi fanlar ham yuzaga kelmoqda. Soha mutaxassisi S.Jumanova shunday yozadi: "Bugungi kunda sun'iy intellektdan foydalanish turli soha mutaxassislari, shu jumladan media sanoati vakillarining ham e'tiborini tortmoqda. Uning yordamida jurnalistlar ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish, yangiliklarga oid maqolalar yozish, hatto tahririyat materiallarini tayyorlash kabi kundalik vazifalarni avtomatlashtirishi mumkin. Sun'iy intellekt – jurnalistning raqobatchisi emas, asissentidir" [1].

O'zbek tilidagi vikipediya "Sun'iy intellekt yoki sun'niy idrok (SI; inglizcha: artificial intelligence, AI) – inson intellektiga taqlid qilishga qodir bo'lgan mashinalar yaratishga qaratilgan fan va texnologiya sohasi" [2]. – deb ta'rif beriladi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib aytish mumkinki, bugun nafaqat hayotimizga, balki faoliyatimizga ham sun'iy intellekt allaqachon kirib keldi. Ta'lim tizimida, xususan jurnalist kadrlar tayyorlayotgan oliy o'quv yurtlari tanlov fanlar tizimida sun'iy intellekt bilan bog'liq bo'lgan dasturlarni taklif etishi kerak. Xususan, O'zDJTU xalqaro jurnalistika fakulteti "Jurnalistika" ta'lim yo'nalishida "Jurnalistikada sun'iy intellekt", "Avtomatlashgan (robot) jurnalistika", "Axborot xizmati va jamoatchilik bilan aloqalar" ta'lim yo'nalishida "Mobilografiya va sun'iy intellekt" fanlari taklif etilyapti. Shu o'rinda savol tug'ilishi mumkin. Nega majburiy fanlar blokida emas? Majburiy fanlar blokida "Mediada axborot texnologiyalari va kompyuter grafikasi", "Multimediaviy jurnalistika" singari fanlar ham mavjud bo'lib, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari savodxonligi, internetdan foydalanish singari dastlabki bilim va ko'nikmalar o'rgatiladi. Yana bir mulohaza. Sun'iy intellekt bilan bog'liq fanlarning tanlov fanlar tizimida bo'lishining ijobiy tomoni, texnologiyalar o'sib, o'zgarib boradi. Fanlar nomi o'zgarishi, yangilanishi, kontenti davr talabidan kelib chiqib, sillabusga kiritiladi. Ammo, yangi fanlarni auditoriyaga taqdim eta oladigan professor-o'qituvchilar, mutaxassislar taqchilligi ham kuzatiladi.

Biz bugun jurnalistika ilmida sun'iy intellekt bilan bog'liq fanlarni o'quv reja va dasturlarga kiritish ustida bosh qotiryapmiz. Ammo, jahon OTMlari media sohasida alohida kadrlar tayyorlash bosqichida. Jumladan, Sankt-peterburg davlat universiteti "Jurnalistika va media kommunikatsiya sohalarida sun'iy intellekt" magistratura mutaxassisligi bo'yicha kunduzgi ta'lim shaklida 2 yillik dasturni taklif etmoqda. Dastur tahsilni davom ettirishni, sun'iy intellekt va axborot texnologiyalari ko'magida media mahsulotlarni ishlab chiqarish, tarqatish va qayta ishlash bo'yicha professional ko'nikmalarga ega bo'lishni istagan bitiruvchilarga mo'ljallangan. Shuningdek, bitiruvchilarning tahririyat menejmenti, media kontent bilan ishlash va raqamli tahririyat menejmenti

bo'yicha professional vakolatlarini kengaytiradigan qo'shimcha "Ommaviy axborot vositalari muharriri" malakasini olish imkoniyatini ham taqdim etadi.

Ta'lim dasturi media kommunikatsiyalari bozorida muvaffaqiyatli ishlash uchun asosiy kompetensiyalarni rivojlantiradigan kurslarni o'z ichiga oladi. Magistrantlar nafaqat mediamahsulotlar ishlab chiqarish, ma'lumotlar jurnalistikasi, loyihalar tahlili, PR va reklama sohasidagi sun'iy intellekt texnologiyalarini, balki tahririyat ishi bilan bog'liq ixtisoslashgan modullarni ham o'zlashtiradilar. Jumladan, kontent strategiyasini boshqarish, multimediyaviy mediamatnlarni tahrirlash, raqamli media etikasi, auditoriyani jalb qilish va media mahsulotlarini optimallashtirish kabilar. O'qitiladigan predmetlar bitiruvchilarni zamonaviy media loyihalarini boshqarishga qodir muharrirlar, prodyuserlar va tahlilchilar sifatida mediamaydonga kirib kelishiga shart-sharoit yaratadi. O'qitiladigan asosiy kurslar quyidagilar hisoblanadi:

1. Sun'iy intellektga kirish
2. Media loyihalar
3. Mediamatn mahsulot sifatida
4. Python dasturlash tili
5. Data Science: loyiha siklining hayotiy va instrumentga aylanishi
6. Big Social Data: ijtimoiy medialarning kontent tahlili
7. Sun'iy intellekt va xavfsizlik siyosati
8. Raqamli kontentni ishlab chiqish va targ'ib qilish
9. Sun'iy intellekt muammolarida ma'lumotlarni qayta ishlashning statistik usullari
10. Avtomatlashtirilgan ma'lumotlarni yig'ish va qayta ishlash tizimlari [3].

Xulosa qilib aytganda, jamiyat hayoti va media sohasining ertangi kuni haqida tashvishlanayotgan davlat va hukumatlar allaqachon bu yo'nalishda xatti-harakatlarni boshlab yuborishgan. Yana bir misol, Gonkong Fan va Texnologiyalar Universitetida "Jurnalistika, media va sun'iy intellekt" bo'yicha

bakalavriat ta'limiy o'nalishida kadrlar tayyorlash taklifi berilmoqda [4]. Bugun mamlakatimizda o'ndan ortiq oliy ta'lim muassasasida sun'iy intellekt bo'yicha kadrlar tayyorlash boshlandi. Ammo, bu kadrlar ko'proq sun'iy intellektning texnologik jihatlari bilan ishlaydi. Uning media bilan bog'liq jihatlari, sohaga tatbiqi jurnalist kadrlar tayyorlovchi OTMLarida tanlov fanlarni kiritish asosida olib borilmoqda, xolos. Bu borada kelgusida qilinishi lozim bo'lgan ishlar, yechimini kutayotgan vazifalar turibdi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Jumanova S. Jurnalistik faoliyatda sun'iy intellektdan foydalanish: xalqaro va milliy tajriba,
<https://cdn.uza.uz/2024/12/24/11/39/9L3PXF6ETAmrmtMSosrpmRVoMXdLTygm.pdf>
2. https://uz.wikipedia.org/wiki/Sun%CA%BCiy_intellekt
3. <https://spbu.ru/postupayushchim/programms/magistratura/iskusstvenny-intellekt-v-zhurnalistike-i>
4. <https://ru.educations.com/institutions/journalism-and-media-studies-centre/bakalavr-zhurnalistiki-media-i-iskusstvennogo-intellekta>

POSTJURNALISTIKA FENOMENI: XARAKTERLI JIHATLARI VA TARAQQIYOT TENDENSIYALARI

*Azamjon DADAXONOV,
O'zDJTU katta o'qituvchisi*

***Annotatsiya:** Ushbu maqolada postjurnalistika fenomeni zamonaviy axborot makonining yangi bosqichi sifatida tahlil qilinadi. Unda jurnalistik faoliyatning raqamli transformatsiya, tarmoqlashuv, auditoriya bilan interaktiv muloqot, sun'iy intellekt texnologiyalarining kirib kelishi kabi omillar ta'sirida shakllanayotgan yangi tendensiyalari yoritilgan. Shuningdek, moliyalashtirish modellarining o'zgarishi, konvergent kontent strategiyalari, axborot etikasi va*

ishonchlilik masalalari postjurnalistika davrining asosiy belgilaridan biri sifatida tahlil qilinadi. Tadqiqot natijalari postjurnalistikani mustaqil media-paradigma sifatida anglashga imkon beradi.

Kalit soʻzlar: *postjurnalistika, raqamli media, sunʼiy intellekt, interaktivlik, media-transformatsiyasi, foydalanuvchi kontenti, mikropersonalizatsiya*

Abstract: *This article examines the phenomenon of post-journalism as a new stage in the development of the modern information space. It highlights the emerging trends in journalistic practice shaped by factors such as digital transformation, networking, interactive communication with audiences, and the growing influence of artificial intelligence technologies. The study also analyzes the transformation of funding models, convergent content strategies, and the issues of media ethics and credibility as defining features of the post-journalism era. The research findings contribute to understanding post-journalism as an independent media paradigm formed under the impact of technological innovation and socio-cultural change.*

Keywords: *post-journalism, digital media, artificial intelligence, interactivity, media transformation, user-generated content, micro-personalization*

Bugungi kunda axborot maydoni misli koʻrilmagan tezlikda oʻzgarish jarayonini boshdan kechirmoqda. Raqamli texnologiyalar, ijtimoiy tarmoqlar va sunʼiy intellekt vositalarining jadal rivojlanishi natijasida anʼanaviy jurnalistika shakllari oʻz pozitsiyalarini yangi media turlari – bloglar, podkastlar, fuqarolik jurnalistikasi, algoritmik tahririyatlar va platforma asosidagi axborot tizimlariga boʻshatib bermoqda.

Tadqiqotchilar taʼkidlaganidek, “postjurnalistika davri” – bu jurnalistikaning nafaqat texnologik, balki konseptual oʻzgarishlar bosqichidir. Shu nuqtai nazardan, postjurnalistika – bu axborot ishlab chiqarish, tarqatish va isteʼmol qilish tamoyillarining yangilanishi, auditoriya bilan jurnalist oʻrtasidagi

chegaralarning xiralashuvi, ishonch va tekshirishning yangi mexanizmlari shakllanishi bilan tavsiflanadi. Masalan, “The Guardian”, BBC yoki “Kun.uz”, UzA kabi nashrlar va yirik media tahririyatlari bugungi kunda xabar tayyorlashda sun’iy intellekt, interaktiv vizualizatsiya va foydalanuvchi ishtirokini birlashtirgan gibriddik kontent strategiyalarini qo‘llamoqda. Bu esa post-jurnalistik jarayonning amaliy ifodasi sifatida qaraladi.

Postjurnalistika mavzusi so‘nggi o‘n yil ichida bir qator xorijlik (xususan, ingliz, rossiyalik) olimlar tomonidan faol muhokama qilinmoqda, ammo bu atamaning o‘zi ancha oldin paydo bo‘lgan (Graeme Turner, Richard V. Ericson, David Altheide). Jumladan, ba’zi olimlar bu borada sifatli jurnalistikaning “o‘limi” haqida gapirishsa, boshqalari bu – jurnalistik faoliyat turining tabiiy transformatsiyasi, degan qarashni o‘rtaga tashlaydilar. [E. Y. Agamyan, L.N. Kislaya, 2021]. Umuman, postjurnalistika soha rivojlanishining navbatdagi zamon va texnologik taraqqiyot natijasida shakllangan bir bosqichi sifatida tavsiflanishi mumkin.

Aksar mutaxassislar jurnalistikadagi bu transformatsiyaning salbiy jihatlari ko‘proq urg‘u beradilar. Xususan:

- axborot maydonidagi feyklarning yuzaga kelishi [Solovyev, 2018: 111.];
- tarfkashlik, sahnalashtirish, gedonizatsiya [Pocheptsov, 2014.];
- asosiy axloqiy kasbiy qadriyatlar va me’yorlarning yemirilishi [Semilet, Fotiyeva, Ivanov, 2021: 202];
- medianing auditoriyani manipulyatsiya qilish orqali biznes va hukumat manfaatlariga xizmat qilishi [Miloslavskaya, 2020: 135];
- jurnalistikaning marketing bilan mutatsiyasi [Mir, 2017: 177].

Ularning qarashlarini umumlashirilsa, postjurnalistika jurnalist muallif, kontent yaratuvchisi emas, balki cheksiz yangiliklar oqimi “ishlab chiqaruvchi” agregatorga aylangan davrdir.

Quyidagi jadvalda jurnalistika rivojlanishining umumiy bosqichlari o‘rtasidagi tafovutlarni ko‘rish mumkin:

Jurnalistikaning rivojlanish bosqichlari	Axborot sifati / yangiliklar hajmi	Model: informatsion / kommunikativ	Axborot oqimlarining sifati
Matbuotdan oldingi jurnalistika (protojurnalistika)	Bevosita hammaga tushunarli bo'lgan axborotni uzatish; ma'lumotlar, faktlar yetishmasligi	To'g'ridan to'g'ri kommunikatsiyaning ustuvorligi	Axborot oqimlarining taqchilligi
Jurnalistika	Fakt va dalillarni izohlash, chuqur tahlil qilish, yangiliklarga mos janr va shakllarning mavjudligi	Faktlar va yangiliklarning o'zaro bog'liqligi; interaktiv kommunikatsiyaning nisbatan sustligi, informatsion modelning tarqalishi	Yangiliklar, axborot oqimlarining o'z qadrini anglab yetganligi
Postjurnalistika	Chuqur ma'no va tahlilning kamligi, yangiliklarning qadrsizlanishi; yangiliklarning "ortiqchaligi"	Axborot va kommunikatsiya o'rtasidagi aloqalarning tiklanishi, kuchli interaktivlik, kommunikatsion "portlash" (inqilob)	Axborot oqimining kliplar ko'rinishida uzatila boshlanishi

Jadval. Jurnalistikaning rivojlanish bosqichlari

Yuqoridagi jadvaldan ko'rinib turibdiki, postjurnalistika — bu axborot tarqatishning an'anaviy modellaridan uzoqlashib, raqamli texnologiyalar va yangi media platformalari orqali rivojlanayotgan jurnalistikaning yangi shakli.

Bu davrda axborotning demokratlashuvi, tezkorligi va interfaoligi asosiy o‘rin tutadi. Bu sharoitda har bir kishi axborot yaratuvchisi va tarqatuvchisi bo‘lishi mumkin.

Postjurnalistikaning taraqqiyot tendensiyalarini quyidagicha tasniflash mumkin:

1. Moliyalashtirish modellarining o‘zgarishi. An’anaviy reklama modellari o‘z o‘rnini obuna (subscription) va kraudfanding (crowdfunding) kabi moliyalashtirish shakllariga bo‘shatmoqda. Bu modellar jurnalistik nashrlarga o‘quvchilarining to‘g‘ridan to‘g‘ri qo‘llab-quvvatlashidan foydalanish imkonini beradi.

Obuna asosida sifatli kontent taklif qilish, kraudfanding orqali esa muhim loyihalar uchun mablag‘ yig‘ish tobora ommalashmoqda. Bu esa mustaqil va freelans jurnalistikaning yanada rivojlanishiga turtki bo‘lmoqda.

2. Ma’lumotlar jurnalistikasi (Datajurnalistika) va axborot vizuallashuvi imkoniyatlarining kengayishi. Katta hajmdagi ma’lumotlarni tahlil qilish orqali jurnalistlar yangi tendensiyalarni aniqlashlari, keng ma’lumotlar bazasini qo‘lga kiritishlari va auditoriyaga yanada dolzarb va qiziqarli kontent taqdim etishlari mumkin. Bu borada jurnalistikaning yangi sohalaridan biri – datajurnalistika (ma’lumotlar jurnalistikasi) va uning instrumentlari jurnalistlarga yordam beradi.

3. Sun’iy intellektning jadal rivojlanishi va amaliyotga tatbiq qilinishi. Axborot yig‘ish, tahlil qilish va hatto yangiliklar matnini yaratish jarayonlarida sun’iy intellekt texnologiyalari tobora ko‘proq qo‘llanilmoqda. Bu jarayonlarni avtomatlashtirishga va samaradorlikni oshirishga yordam beradi (Avtomatlashgan jurnalistika).

4. Virtual reallik (VR) va kengaytirilgan reallik (AR) texnologiyalarining rivojlanishi. Yangi hikoya qilish (storitelling) usullari rivojlanmoqda, jumladan, virtual va kengaytirilgan haqiqat texnologiyalari orqali kontentni yanada jonli va immersiv tarzda taqdim etish imkoniyatlari paydo

bo‘lmoqda. Immersiv jurnalistika va uning vositalari postjurnalistika medialanshaftining umumiy qiyofasini tasavvur qilishda, haqiqatan ham, hal qiluvchi ta’sirga ega.

Xulosa. Postjurnalistika – bu jurnalistikaning yangi davri bo‘lib, u texnologiya, interaktivlik va auditoriya ishtiroki bilan belgilanadi. Uning rivojlanishi ko‘plab yangi imkoniyatlarni ochib beradi, biroq axborotning ishonchliligi va etikasiga doimiy e’tibor berishga talab ortadi. Kelajakda jurnalistika yanada shaxsiylashgan, avtomatlashtirilgan va immersiv bo‘lishi kutilmoqda. Jurnalistlar va media tashkilotlari bu o‘zgarishlarga moslashishlari va yangi sharoitlarda o‘z vazifalarini samarali amalga oshirishlari lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO`YXATI:

1. Altheide, D. (1991). *Media Worlds in the Postjournalism Era* (1st ed.). Routledge. 1991, 274 p. <https://doi.org/10.4324/9781351328883>

2. Ericson, R.V. Defining the journalistic situation: A study of post-journalism. *International Journal of Politics, Culture, and Society*. **10**, 211–219 (1996). <https://doi.org/10.1007/BF02765576>

3. Mir A. *Postjournalism and the death of newspapers. The media after Trump: manufacturing anger and polarization*. Toronto, Canada, 2020. 392 p.

4. Turner, G. (1996). Post-Journalism: News and Current Affairs Programming from the Late '80s to the Present: News and Current Affairs Programming from the Late '80s to the Present. *Media International Australia*, 82(1), 78-91. <https://doi.org/10.1177/1329878X9608200113>

5. Агамян, Е. Ю., Кислая, Л. Н. (2021). Деятельность корреспондентов региональных СМИ в эпоху постжурналистики. // Коммуникативная культура: история и современность. Материалы XI Международной научно-практической конференции в рамках III Международного научного форума "Наследие". В 2-х частях. Том Часть 1. Новосибирск. DOI: [10.25205/978-5-4437-1258-1-112-117](https://doi.org/10.25205/978-5-4437-1258-1-112-117)

6. Милославская З. А. (2020). «Постжурналистика» как новый формат медиатекста / З.А. Милославская // Медийные процессы в современном гуманитарном пространстве: подходы к изучению, эволюция, перспективы: Материалы V Научно-практической конференции, Москва, 18 мая 2019 года / Под редакцией Я.В. Солдаткиной, А.А. Роговского, И.Б. Чернявского. М.: ООО «Издательство „Спутник+“», С. 133–137.

7. Почепцов Г. Г. Постжурналистика: новые реалии XXI века // Relga. 2014. № 1. URL: <https://relga.ru/articles/3775/>

8. Семилет Т. А., Фотиева И. В., Иванов А. В. (2021). Ситуация постсовременности в медиакоммуникации: прогнозы и реальность // Вестник НГУ. Серия: История, филология. Т. 20, № 6: Журналистика. С. 200–211. DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-200-211

9. Соловьев А. И. Постжурналистика и проблема фактчекинга. Мультимедийная журналистика: Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции, Минск, 1–2 марта 2018 года / Под редакцией В.П. Воробьева. Минск: Белорусский государственный университет, 2018. С. 109–112.

<https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/192622/1/109-112.pdf>.

SUN'IY INTELLEKT VA JURNALISTIKA INTEGRATSIYASI:

NAZARIY ASOSLAR VA AMALIY YONDASHUVLAR

Jasur TOJIBOYEV,

O'zDJTU mustaqil izlanuvchisi

***Annotatsiya:** Ushbu maqolada sun'iy intellekt va jurnalistika integratsiyasi nazariy hamda amaliy jihatdan tahlil qilinadi. Sun'iy intellekt texnologiyalarining axborot jarayonlariga, xususan, data jurnalistikaga ta'siri, ularning imkoniyatlari va qo'llanilish holatlari yoritilgan. Maqolada mashinaviy o'qitish, chuqur o'rganish va katta til modellari (LLM) asosidagi tizimlarning axborotni tahlil qilish, avtomatik xabarlar yaratish hamda auditoriyaga*

shaxsiylashtirilgan kontent yetkazishdagi o‘rni ko‘rsatib berilgan. Reuters News Tracer, Wordsmith va Heliograf kabi amaliy misollar orqali AI jurnalistikasining zamonaviy yondashuvlari tahlil qilingan. Tadqiqot natijalari sun‘iy intellekt jurnalistika jarayonlarining tezligi, aniqligi va samaradorligini oshirishini, biroq etik va faktologik xavflarni ham yuzaga keltirishini ko‘rsatadi.

Kalit so‘zlar: *sun‘iy intellekt, data jurnalistika, GPT, mashinaviy o‘rganish, tabiiy tilni qayta ishlash, avtomatlashtirilgan jurnalistika, media texnologiyalar.*

Annotation: *This article analyzes the integration of artificial intelligence (AI) and journalism from both theoretical and practical perspectives. It explores the impact of AI technologies on information processes, particularly in data journalism, and discusses their capabilities and applications. The paper highlights how machine learning, deep learning, and large language models (LLMs) contribute to data analysis, automated news generation, and personalized content delivery. Practical examples such as Reuters News Tracer, Wordsmith, and Heliograf demonstrate the emerging trends of AI-driven journalism. The findings indicate that AI enhances the speed, accuracy, and efficiency of journalistic work, while also raising ethical and factual reliability concerns.*

Keywords: *artificial intelligence, data journalism, GPT, machine learning, natural language processing, automated journalism, media technologies.*

So‘nggi yillarda sun‘iy intellekt texnologiyalarining jadal rivojlanishi axborot-kommunikatsiya sohasida tub o‘zgarishlarga sabab bo‘lmoqda. Ayniqsa, jurnalistika yo‘nalishida bu texnologiyalar nafaqat axborotni to‘plash va qayta ishlash jarayonlarini soddalashtirmoqda, balki yangiliklarni yaratish, ularni vizual tarzda ifodalash hamda auditoriyaga yetkazish usullarini ham tubdan o‘zgartirdi. Data jurnalistika sohasida esa sun‘iy intellektning imkoniyatlari

alohida ahamiyat kasb etmoqda. Data jurnalistika deganda, katta hajmdagi raqamli ma'lumotlarni tizimli tarzda yig'ish, ularni chuqur tahlil qilish va keng jamoatchilik uchun tushunarli shaklda taqdim etishga asoslangan jurnalistik faoliyat tushuniladi. Bunday yondashuv faktlarga asoslangan xolis xabarlar tayyorlashda muhim vosita sifatida xizmat qiladi. Sun'iy intellekt esa ushbu jarayonlarni tezlashtirish, murakkab tendensiyalarni aniqlash, vizualizatsiya qilish va axborotni shaxsiylashtirish imkonini beradi.

Bugungi kunda sun'iy intellekt algoritmlari orqali ma'lumotlar ichidagi yashirin bog'liqliklarni aniqlash, interaktiv grafikalar yaratish, hattoki yangilik matnlarini avtomatik ravishda yozish imkoniyatlari mavjud. Natijada jurnalistlar o'z e'tiborini chuqur tahlil, tanqidiy fikrlash va inson omilini talab qiluvchi vazifalarga qaratish imkoniga ega bo'lishi tabiiy hol. Xo'sh, sun'iy intellekt va data jurnalistika o'zaro qanday bog'liq? Ular bir-birini qanday to'ldiradi? Ushbu integratsiyaning afzalliklari va xavf-xatarlarini tahlil qilishdan avval, sun'iy intellekt tushunchasi va uning texnologik asoslariga qisqacha to'xtalish maqsadga muvofiqdir.

Sun'iy intellekt nima? Sun'iy intellekt (Artificial intelligence) – bu hisoblash tizimlarining odatda inson aqliga xos bo'lgan vazifalarni bajarish qobiliyatidir. Bular o'z ichiga quyidagilarni oladi: o'rganish, mantiqiy fikrlash, muammolarni hal etish, idrok qilish va qaror qabul qilish. Bu kompyuter fanining bir yo'nalishi bo'lib, mashinalarga o'z muhitini idrok etish va o'rganish hamda intellektual imkoniyatlar yordamida belgilangan maqsadlarga erishish ehtimolini oshirish uchun harakat qilishga imkon beruvchi usul va dasturlarni ishlab chiqish hamda o'rganish bilan shug'ullanadi¹. Sun'iy intellekt qanday ishlaydi? Sun'iy intellekt tizimlarining asosiy prinsipi – katta hajmdagi ma'lumotlar asosida andozalarni aniqlash, o'rganish va keyinchalik qaror qabul qilishdir. Bu mashina o'rganishi (Machine Learning – algoritmlar ma'lumotlarni tahlil qilib, o'z

¹Russell, Stuart J.; Norvig, Peter (2021). Artificial Intelligence: A Modern Approach (4th ed.). Hoboken: Pearson. ISBN 978-0-1346-1099-3. LCCN 20190474

salohiyatini mustaqil rivojlantiradi) va chuquroq o‘rganish (Deep Learning – neyron tarmoqlarga asoslangan usullar bo‘lib, katta hajmdagi strukturalanmagan (matn, rasm, ovoz) ma’lumotlar bilan ishlaydi) kabi usullar yordamida amalga oshadi.

Katta til modeli (LLM – Large Language Model) – bu juda katta miqdordagi matn asosida o‘z-o‘zini nazoratlovchi mashinaviy o‘rganish (self-supervised learning) yordamida o‘qitilgan til modeli bo‘lib, asosan tabiiy tilni qayta ishlash vazifalari, ayniqsa til yaratish (language generation) uchun mo‘ljallangan.

Eng yirik va kuchli LLMlar generativ oldindan o‘qitilgan transformatorlar (GPT – Generative Pretrained Transformers) hisoblanadi. Bu kabi til modellari ChatGPT yoki Gemini kabi generativ chat-botlarda keng qo‘llaniladi. LLMlar maxsus vazifalar uchun o‘ziga xos sozlash (fine-tuning) yoki prompt muhandisligi (prompt engineering) orqali boshqarilishi mumkin. Ushbu modellar inson tili korpuslarida mavjud bo‘lgan sintaksis, semantika va ontologiyalarga oid qonuniyatlarni bashorat qilish qobiliyatiga ega bo‘ladilar. Biroq ular o‘rgatilgan ma’lumotlarda mavjud bo‘lgan xatolar va xatli stereotiplarni ham o‘zlashtiradi².

Generativ oldindan o‘qitilgan transformatorlar (GPT – Generative Pretrained Transformers) – bu yuqorida ta’kidlanganidek katta til modellari bo‘lib, matnlardagi so‘zlar orasidagi semantik bog‘liqliklarga asoslanib yangi matnlar yaratadi. GPT modellar Internetdagi katta hajmdagi matnlar korpusi asosida oldindan o‘qitiladi. Ushbu bosqichda model keyingi belgini (tokenni) bashorat qilish vazifasini bajaradi (token odatda so‘z, so‘z bo‘lagi yoki tinish belgisi bo‘ladi). Shu tarzda, GPT modellar dunyo haqidagi ma’lumotlarni

²Manning, Christopher D. (2022). “Human Language Understanding & Reasoning”. *Daedalus*. 151 (2): 127–138. doi:10.1162/daed_a_01905. S2CID 248377870. Archived from the original on 2023-11-17. Retrieved 2023-03-09.

o‘zlashtiradi va keyingi belgini izchil ravishda aniqlab borish orqali inson tiliga yaqin matnlar yaratishi mumkin.

GPT modelllarini yanada haqiqatga yaqin, foydali va xavfsiz qilish uchun qo‘shimcha mashg‘ulotlar o‘tkaziladi. Bu bosqichda inson fikri asosida kuchaytirish orqali o‘rganish (RLHF – Reinforcement Learning from Human Feedback) usuli qo‘llaniladi. Shunga qaramay, hozirgi GPT modellar “halusinatsiya” deb ataladigan noto‘g‘ri yoki uydirma ma’lumotlar yaratishga moyildir. Bunday xatoliklar RLHF va sifatli ma’lumotlar yordamida kamaytirilishi mumkin, lekin xulosa chiqarish qobiliyati talab qilinadigan vazifalarda bu muammo kuchayib bormoqda³. GPT texnologiyasi quyidagi mashhur chat-botlar va xizmatlarda ishlatiladi: ChatGPT, Gemini (avval Bard), Grok, Claude, Copilot kabilar. Shuningdek, zamonaviy GPT modellar orasida multimodal modellar ham mavjud bo‘lib, ular matn, rasm, video va audio kabi turli formatdagi (modal) ma’lumotlarni qabul qila oladi.

Bundan tashqari, aynan jurnalistika uchun yaratilgan sun‘iy intellektlar ham mavjud bo‘lib, ular quyidagilar sanaladi:

Reuters News Tracer: Reuters agentligi tomonidan ishlab chiqilgan sun‘iy intellect vosita bo‘lib, u Twitter’ni kuzatib, katta voqealarni jonli aniqlaydi. Tizim avval masalan “portlash” yoki “yong‘in” so‘zlari bor postlar guruhini topib, har bir voqeani alohida klasterga ajratadi. So‘ngra har bir tvit uchun 40 ga yaqin mezunga asoslangan tasdiqlik balini hisoblab, maqolalar haqiqiy yoki yolg‘onligini taxmin qiladi⁴. Natijada Reuters bu tizim yordamida Bryusselda portlash yuz berganida ancha tezroq xabar e‘lon qildi. Bu texnologiya aniq va tez xabar tarqatishni afzal ko‘radigan yangilik agentliklari uchun qulaydir.

Wordsmith (Automated Insights): Bu platforma tuzilgan ma’lumotlar (masalan, moliyaviy ko‘rsatkichlar yoki sport natijalari) asosida odam toifasiga

³Metz, Cade; Weise, Karen (5 May 2025). “A.I. Hallucinations Are Getting Worse, Even as New Systems Become More Powerful”. The New York Times. ISSN 0362-4331. Retrieved 6 May 2025.

⁴<https://www.niemanlab.org/2016/11/reuters-built-its-own-algorithmic-prediction-tool-to-help-it-spot-and-verify-breaking-news-on-twitter> (ko‘rildi: 03.07.2025)

qulay tilda hikoya yaratadi. Wired'ning yozishicha, Wordsmith moliya hisobotlari yoki sport yangiliklari kabi ma'lumotlarga boy mavzular uchun algoritmik jurnalistlik qila oladi. Associated Press kabi agentliklar soatlab hisob-kitoblarni avtomatik maqolaga aylantirish uchun Wordsmith'dan foydalanadi – AP har chorakda 3000 dan ortiq moliyaviy hisobotni bu tizimga tayangan holda chop etib, buning evaziga odam maqola mualliflari uchun ish yo'qotilishi bo'lmaganini ta'kidlaydi⁵.

Heliograf (Washington Post): Washington Post'ning o'z robot-jurnalisti. Dastlab 2016-yili Rio Olimpiadasi sport natijalarini yoritish uchun yaratilgan, keyinchalik 2016-yil AQSh saylovlarida 500 ga yaqin saylov hududi natijalarini avtomatik yangilab chiqishga qo'llangan. 2020-yilda Post Heliografni saylov natijalarini har bir shtat bo'yicha tinglovchining joylashuviga moslab ovozli yangilovlar ko'rinishida podkastlarda e'lon qilish uchun ishlatdi. Heliograf matnli axborotni ovozli xabarga aylantirib, mustaqil auditoriya uchun shaxsiy yangilanishlar taqdim eta oladi⁶.

Shunday qilib sun'iy intellekt texnologiyalari, xususan, mashinaviy o'qitish (machine learning), tabiiy tilni qayta ishlash (natural language processing – NLP) va avtomatlashtirilgan ma'lumotlar tahlili (automated data analysis) kabi sohalarda jurnalistik faoliyatning samaradorligini oshirishga xizmat qilmoqda. Sun'iy intellekt jurnalistika amaliyoti ma'lumot yig'ishdan tortib, tahlil, vizualizatsiya va oxir-oqibat hikoya yozishgacha bo'lgan jarayonlarning barchasida sinovdan o'tkazilmoqda.

THE ROLE OF MEDIA IN PREVENTING TERRORISM AND EXTREMISM IN THE DIGITAL ERA: A COMPARATIVE ANALYSIS OF UZBEKISTAN AND RUSSIA

⁵<https://www.wired.com/story/wordsmith-robot-journalist-download/#:~:text=Journalists%20nervous%20about%20being%20out,to%20zero%20human%20job%20losses> (ko'rildi: 03.07.2025)

⁶<https://www.washingtonpost.com/pr/2020/10/13/washington-post-debut-ai-powered-audio-updates-2020-election-results/> (ko'rildi: 03.07.2025)

AKHMEDOVA MALIKA MUKHAMMADOVNA,
PhD in Philological Sciences, Associate Professor, Department of
Information Services and Public Relations
Faculty of International Journalism,
Uzbekistan State University of World Languages, Tashkent, Uzbekistan
E-mail: axmedovamalika13@gmail.com

***Annotatsiya:** Maqolada raqamli transformatsiya sharoitida terrorizm va ekstremizmga qarshi kurashda ommaviy axborot vositalarining profilaktik roli tahlil qilinadi. O‘zbekiston va Rossiya tajribalari asosida amalga oshirilgan qiyosiy tahlil media siyosat va kommunikatsiya strategiyalarining umumiy hamda farqli jihatlarini ochib beradi. Tadqiqotda ta’kidlanishicha, ommaviy axborot vositalari faqat axborot yetkazish vositasi emas, balki jamiyatning radikal g‘oyalarga nisbatan ongli immunitetini shakllantiruvchi muhim mexanizm sifatida namoyon bo‘ladi. Alohida e’tibor media savodxonlikni rivojlantirish, jurnalistika etikasi va raqamli ta’limni uzoq muddatli profilaktika vositalari sifatida qo‘llash masalalariga qaratiladi. Tadqiqot natijalari shundan dalolat beradiki, samarali media profilaktika tizimi institusional nazorat, ta’lim dasturlari va kasbiy mas’uliyatni uyg‘unlashtirgan integratsiyalashgan modelni talab etadi. Maqolada xalqaro hamkorlikni mustahkamlash va media orqali madaniyatlararo muloqotni rivojlantirish barqaror va radikal g‘oyalarga chidamli axborot muhitini yaratishning muhim sharti ekanligi ta’kidlanadi.*

***Kalit so‘zlar:** media, terrorizm, ekstremizm, profilaktika, media savodxonlik, axborot xavfsizligi, O‘zbekiston, Rossiya.*

***Abstract:** The article explores the preventive role of mass media in countering terrorism and extremism in the context of digital transformation. Drawing on a comparative analysis of Uzbekistan and Russia, it identifies both common and distinctive approaches to media policy and communication strategies aimed at reducing radicalization risks. The study emphasizes that mass*

media, beyond their informational function, serve as a vital mechanism for shaping public awareness and resilience against extremist ideologies. Special attention is paid to the development of media literacy, ethical journalism, and digital education as long-term preventive tools. The findings demonstrate that effective media prevention requires an integrated model combining institutional regulation, educational programs, and professional responsibility. The article concludes that strengthening international cooperation and fostering intercultural dialogue through the media are essential to building a sustainable information environment resistant to radical narratives.

Keywords: *media, terrorism, extremism, prevention, media literacy, information security, Uzbekistan, Russia.*

The modern media environment has become a major arena for confronting ideological threats. Propaganda of violence, cyber extremism, and manipulation of public consciousness are increasingly spreading through social networks and online platforms. Uzbekistan and Russia, facing similar challenges, actively develop media prevention strategies based on concepts of spiritual and informational security. In the context of digitalization, the role of journalists is crucial: they shape trust and act as communicative agents against ideological extremism.

The interaction between media and security has been explored by many scholars. According to Baieva [Baieva, 2019: 34], the resilience of society to ideological threats is formed through the development of critical thinking and trust in institutional information sources. Tulchinsky [Tulchinsky, 2020: 78] notes that the media space is an arena of information wars, where positive narratives become a means of preventing radicalization. Karpov [Karpov, 2021: 113] and Axmedova [Axmedova, 2023: 47] emphasize the importance of media

literacy as a tool for fostering critical perception of content, especially among youth.

This study employs comparative and content analysis of media publications in Uzbekistan and Russia from 2020 to 2024 (UzReport, Gazeta.uz, Kun.uz, RT, TASS, RIA Novosti). The structural-functional approach was applied to identify the main directions of media prevention: institutional, educational, and ethical components.

The comparative analysis of the practices of Uzbekistan and Russia demonstrates that the preventive role of media in countering terrorism and extremism is closely linked to national communication strategies and socio-cultural contexts.

In Uzbekistan, after the adoption of the *Action Strategy for the Development of the Country (2017–2021)*, mass media were assigned a significant role in strengthening spiritual and moral values. Television, online platforms, and print media have become key instruments for promoting interethnic harmony and tolerance. News outlets such as *Gazeta.uz* and *UzReport* regularly publish materials that emphasize peaceful coexistence and respect for cultural diversity. The Uzbek media model can be described as educational and humanistic, focused on building moral immunity and public trust.

In Russia, the system of media prevention functions within a broader framework of national security and information policy. The *National Anti-Terrorism Committee* and *Roskomnadzor* coordinate efforts to monitor online spaces, block extremist content, and promote awareness campaigns such as *Safe Internet* and *Media Against Extremism*. These initiatives not only inform the population about the dangers of radical propaganda but also promote civic responsibility and digital ethics. The Russian approach can be characterized as institutional and regulatory, based on centralized coordination and control mechanisms that complement educational initiatives.

Both countries acknowledge the central importance of media literacy in shaping social resilience to extremist narratives. Programs in Uzbekistan focus on integrating media education into journalism faculties and school curricula, teaching students to identify manipulation, misinformation, and hate speech. In Russia, federal projects such as *Information Hygiene* and *Digital Immunity* pursue similar objectives, but place stronger emphasis on digital security and cyber-awareness. The convergence of these experiences reveals that the long-term effectiveness of prevention depends not only on legislation but also on the development of critical thinking and ethical awareness among media professionals and audiences alike.

An important aspect of the discussion concerns the ethical dimension of media practice. The use of emotionally charged narratives, visual violence, and simplified stereotypes in covering terrorism-related topics can unintentionally amplify fear and social polarization. Therefore, ethical journalism based on accuracy, empathy, and cultural respect becomes an indispensable component of counter-extremist communication. By constructing alternative narratives of peace, solidarity, and intercultural dialogue, the media contribute to the creation of a symbolic space resistant to radical influences.

In the digital era, where information circulates rapidly and borders between fact and fiction are increasingly blurred, the preventive potential of media lies in their ability to shape constructive narratives that promote civic unity and a culture of critical reflection. The comparative experience of Uzbekistan and Russia shows that combining educational, ethical, and institutional measures produces a comprehensive and adaptive model of media prevention.

The study confirms that the media perform a multidimensional function in preventing terrorism and extremism, extending beyond mere information dissemination. They act as cultural mediators, educators, and moral agents that shape the public's worldview in an era of digital transformation. The cases of Uzbekistan and Russia reveal that successful prevention requires balance:

between state regulation and creative freedom, between technological efficiency and ethical responsibility, between national identity and global communication.

Developing a preventive media environment is not a one-time effort but a continuous process that demands cooperation among journalists, educators, policymakers, and civil society. The integration of media literacy into educational systems, the cultivation of ethical standards, and the establishment of cross-border partnerships are vital for maintaining social harmony and resilience. Ultimately, a media system that promotes truth, empathy, and interethnic understanding becomes one of the most powerful safeguards against radicalization in the modern world.

REFERENCES

1. Baieva, L.V. *Media and Social Security of Society*. — Moscow: Aspect Press, 2019. — 184 p.
2. Tulchinsky, G.L. *Information Wars and Media Security*. — St. Petersburg: Piter, 2020. — 240 p.
3. Karpov, A.V. Counter-Propaganda and Information Threats in the Digital Era // *Vestnik MSU. Series 10: Journalism*. — 2021. — No. 6. — P. 112–127.
4. Axmedova, M.M. Media Literacy as a Tool for Preventing Ideological Extremism // *Journalism and Society*. — 2023. — No. 3. — P. 45–53.
5. Inoyatov, Sh.Sh. *Media and Spiritual Security of Society in Uzbekistan*. — Tashkent: Fan va Texnologiyalar, 2022. — 132 p.
6. National Anti-Terrorism Committee of the Russian Federation. *Report on the State of Terrorism Prevention in the Information Sphere*. — Moscow, 2023. — 28 p.
7. *Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PF-4947 of February 7, 2017. On the Strategy of Actions for the Further Development of the Republic of Uzbekistan*. — Tashkent, 2017.
8. UNESCO. *Media and Information Literacy: A Global Framework*. — Paris: UNESCO Publishing, 2021. — 92 p.

SUN'IY INTELEKT – SAYLOV JARAYONIDA PR SIFATINI OSHIRISHNING ZAMONAVIY KALITI

*Davron MUITOV,
O'zJOKU prof. v.b.,
siyosiy fanlar nomzodi*

***Annotatsiya:** Ilmiy maqolada axborot asrining rivojlanish tendensiyalari, sun'iy intellekt siyosiy propoganda texnologiyalarining rivojlanishi, fuqarolarning mustaqil fikrlashi, siyosiy xabardorligi, siyosiy tafakkur qilishi, shaxs siyosiy madaniyatini shakllantirish masalalari doirasidagi dolzarb yondashuvlar talqin qilingan. Jumladan, axborot asrida targ'ibotning o'ziga xos jihatlari ilmiy nazar tashlangan.*

***Kalit so'zlar:** Yangi axborot asri jamiyatini, sun'iy intellekt, siyosiy xabardorlik, siyosiy bilimlar, siyosiy tafakkur, siyosiy onglilik, siyosiy madaniyatining transformatsiyalashuvi.*

***Abstract:** This scientific article analyzes current approaches to the development of political artificial intelligence technologies, trends in the development of political PR in the information society, independence of opinion, vigilance, and political prudence of citizens.*

***Keywords:** New Information Age Society, political awareness, political knowledge and political consciousness, transformation of political culture, artificial intelligence.*

Hozirgi siyosiy texnologiyalarda sun'iy intellekt bilan bog'liq o'zgarishlarning yuzaga kelishi – sun'iy intellekt hamda siyosiy PRning zamonaviy muammolari dolzarb ilmiy muammolar qatoridan o'rin oldi. Qolaversa, sun'iy intellekt va raqamli texnologiyalarni rivojlantirish davlatimiz tomonidan jadal sur'atlarda qo'llab-quvvatlab kelinmoqda. Shu maqsadda,

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 17 fevraldagi “Sun’iy intellekt texnologiyalarini jadal joriy etish uchun shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4996-sonli qarori qabul qilinganligini alohida e’tirof etish joiz. Mazkur hujjat sun’iy intellekt asosidagi texnologiyalarni rivojlantirish uchun qulay muhitni shakllantirishda muhim bosqich bo‘ldi. Ana shunday sharoitda su’niy intellekt saylovoldi kampaniyalariga ta’sir qila oladimi? Sun’iy intellekt siyosiy hayotga qanday ta’sir o‘tkazishi mumkin, kabi savollarga javob berilishi kerak.

2023 yilda Peterburgda o‘tkazilgan xalqaro iqtisodiy forumlarning birida “Jirinovskiy” nomli neyrotarmoqning taqdimoti bo‘lib o‘tdi. Aslida tomoshabinlarning ko‘ngilini olish maqsadida amalga oshirilgan savol-javoblar seriyasi sun’iy intellekt imkoniyatlarining bir qismi, edi xolos. Afsuski yildan yilga bu kabi “noinsioniy aql”ning siyosiy kommunikatsiya olamiga kirib kelishiga ko‘p to‘qnash bo‘layotirmiz. Mashinani insondan farqlash kundan kunga tobora murakkablashib bormoqda. Albatta sun’iy intellektning siyosat doirasiga nozik sohalarga kirib borishi barchamizni ogohlikka chaqiradi.

Sun’iy intellekt texnologiyalari jadal sur’atlarda rivoj topmoqda. Bugungi kunda ayniqsa muvaffaqiyatli va mashhur bo‘lgan generativ sun’iy intellekt deb ataladigan tasvirlar (*MidJourney kabi neyron tarmoqlari*), matn (*ChatGPT*, *YandexGPT*), video (*Pictory neyron tarmog‘i* va boshqalar) va aqlli qarorlarni qo‘llab-quvvatlash tizimlari (ma'lum maqsadda ma'lumotlarni qayta ishlash qarorlari) yaratish uchun ishlatilmoqda.

Ayniqsa, boya ta’kidlangan Rossiya Liberal-demokratik partiyasi (LDPR) sobiq partiya yetakchisining so‘zlari va nutqlarini taqlid qiluvchi “Jirinovskiy” nomli neyron tarmog‘ini taqdim etilishidir. Yagona Rossiya neyron tarmoqlarning tahlil, prognozlash, video va tasvir materiallarini yaratish imkoniyatlarini alohida tadqiq etishni taqozo qiladi. Hozirgi paytda Rossiya bir qator siyosiy partiyalari saylovoldi tashviqotida foydalanish uchun sun’iy intellekt imkoniyatlarini o‘rganmoqda. Xususan “Adolatli Rossiya” partiyasi

“Kandinskiy” mahalliy neyron tarmog‘ining potentsial ta`qiqlanishi haqida sarlavhalar chiqargan bo‘lsa, “Yangi odamlar” sun‘iy intellektni kelajak texnologiyasi sifatida himoya qildi.

Sun‘iy intellekt texnologiyalari siyosiy jarayonlarning deyarli barcha bosqichlarida amalga oshirilishi mumkin. Sun‘iy intellekt qo‘llanilishining asosiy sohalari quyidagilardan iborat:

- **Saylov piari kampaniyasi tarkibini yaratish (matn, rasmlar, videolar).** *Saylov kompaniyalarida sun‘iy intellekt* axborot manzarasini tahlil qilishi va mavjud vaziyatga mos keladigan turli shior va tashviqot materiallarini shakllantirishi mumkin. Bu nutq, press-reviz, fotosurat yoki video bo‘lishi mumkin. Sun‘iy intellekt shuningdek, yangiliklarni kuzatish, zararni kamaytirish uchun axboriy xavflarni aniqlashi zarur. Saylovchilar bilan muloqotda javob berish vaqtini soat yoki kunga emas, daqiqalarga qisqartirish mumkin. Ammo, yaratilgan materiallar hozirda ijtimoiy-madaniy kontekstga ega emas. Ular aksariyat hollarda tahrir qilishni talab qiladigan talaba yoki stajyor ishiga o‘xshaydi.
- **Maqsadli xabarlar.** Kelajakda foydalanuvchi qidiruv tarixi va afzalliklari asosida moslashtirilgan matnlar batafsilroq bo‘ladi. Misol uchun, Amerika siyosiy kampaniyalarida, maqsadli xabarlar muayyan saylovchilarni nishonga olish uchun ishlatiladi. Bu nomzodlarga o‘z qarorini qabul qilganlarga pul sarflashdan ko‘ra, oxir-oqibat saylovni hal qiladigan bir qarorga kelmagan saylovchilarga e’tibor qaratish imkonini beradi.
- **Saylovchilarning savollariga javob berish uchun chatbotlardan foydalanish.** O‘qitilgan chatbot telefon operatorlarining vaqtini tejash va saylovchilarning eng ko‘p beriladigan savollariga javob topa oladi. Saylovchilarning turli guruhlarini samarali ishontirish uchun javoblarning murakkabligi hissiy murojaatlar va shiorlardan tortib statistika, huquqni qo‘llash amaliyoti va jahon ilg‘or tajribalarigacha bo‘lishi mumkin.

Bundan tashqari, partiya vakillari o'z saylovchilarining maxsus raqamli platformalarda "to'plashi" va ular bilan muloqot qilishi mumkin bo'ladi.

- ***Siyosiy imtiyozlarni modellashtirish.*** *Sun'iy intellekt* siyosiy kun tartibini shakllantirish uchun katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilishi mumkin. Masalan, Daniyada "Lars Leader" sun'iy intellekti 1970-yildan beri 230 ta kichik siyosiy partiyalarning nashrlarini tahlil qildi va ushbu ma'lumotlardan foydalanib, sintetik partiya dasturini yaratdi, uning kun tartibi mamlakat saylovchilarining taxminan 15-20 foizining siyosiy xohish-istaklarini aks ettiradi. Shunday qilib, *sun'iy intellekt* siyosiy kun tartibida saylovchilarning real talablarini ta'kidlab, inson siyosatchilarni ularga e'tibor berishga majbur qilishi mumkin.

Olingan ma'lumotlar taqqoslanganda sun'iy intellekt tomonidan yaratilgan xabarlar o'quvchilarni ishontiradi. Bundan tashqari, sub'ektlar ularni o'qib chiqqandan so'ng, sun'iy intellekt tomonidan ilgari surilgan pozitsiyani ko'proq qo'llab-quvvatlaganliklarini xabar qilishdi. Eng muhimi, sun'iy intellekt xizmatlari oddiy odamlarga murakkab vositalarni taqdim etadi. Raqamli kontentni yaratish uchun odamlar endi dasturlash mutaxassisi yoki video ustasi bo'lishlari shart emas. Internetda keng ko'lamli siyosiy munozaralarni boshlash uchun ular "trol fermasi"da ishlashlari shart emas. Ular shunchaki ilg'or texnologiyalardan o'zlari xohlagan xabarlarni (shu jumladan, soxta) tarqatish uchun ishlatishlari mumkin. Shu ma'noda har kim siyosiy kontent yaratuvchisiga aylanib, saylovchilar yoki ommaviy axborot vositalariga ta'sir o'tkazishga harakat qilishi mumkin. Shuningdek, sun'iy intellekt saylovlar va boshqa siyosiy kampaniyalar natijalarini bashorat qilishga yordam beradi, odamlarga tushunarsiz bo'lgan o'zaro bog'liqliklarni aniqlash orqali mavjud bashoratli texnologiyalarni to'ldiradi.

Xulosa qilib aytganda, raqamlashtirish va sun'iy intellekt sohasidagi zamonaviy global tendensiyalar saylov tizimidan nafaqat moslashuvchanlikni, balki ilg'or texnologiyalarni jadal sur'atlarda joriy etishni ham talab qiladi.

Xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, saylov jarayoniga sun'iy intellektning muvaffaqiyatli integratsiyasi saylovoldi kampaniya sifatini oshirish, demokratik tanqidiy fikrlashni rivojlantirish imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Mirziyoyev Sh. Yangi O'zbekiston tarrahiyot strategiyasi. To'ldirilgan ikkinchi nashri. "O'zbekiston", T.: 2022.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta'minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" 2019 yil 27 iyundagi PQ-4366-son Qarori. // www.lex.uz

3. Alimov B. Media muhitida O'zbekiston imiji. Ta'lim-media. T.: 2020.

4. Muirov D. Siyosiy PR. O'quv qo'llanma. T.: 2025.

5. Муитов Д. Ахборот асри сиёсий технологиялари ва пропаганда. "Ўзбекистон суд экспертизаси". 2023. 1-сон. 52-57 б.

6. Saidov S. Феномен "мягкой силы" и некоторые аспекты во внешней политике. "Вестник высшей школы. Международные отношения" М.: 2022, №4, 194-108 стр.

7. Qalqonov N. Siyosiy yetakshi imijini himoyalash texnologiyalari. "Ma'naviy xavfsizlik jadal tarrahiyot strategiyasinong muhim omili" mavzusidagi Respublika ilmiy-amaliy anjuman materaillari to'plami. T., O'zDJTU nashriyoti 42-bet.

8. Muminov F., Toshpulotova N. Jurnalistika sotsiologiyasi va psixologiyasi. "O'zbekiston", T.: 2019.

9. Agabayev Sh. Globallashuv va barqarror taraqqiyot. O'quv qo'llanma. T.: O'zDJTU nashriyoti. 2024.

10. Professionalniy nauchno-populyarniy jurnal PR-Dialog - <http://www.pr-dialog.com>

**TOJIKISTON VA O‘ZBEKISTON DAVRIY MATBUOTIDA TINCHLIK
VA DO‘STLIK MAVZUSI: QIYOSIY TAHLIL**
(“Do‘stlik” va “Ovozi Samarqand” gazetalari misolida)

Nosirjon MA’MURZODA,
Tojikiston Respublikasi Boxtar shahridagi Nosir Xusrav nomidagi
universitetning jurnalistik kafedrasida dotsenti
Abdurashid MUSOZODA,
Tojikiston Respublikasi Boxtar shahridagi Nosir Xusrav nomidagi
universitetning jurnalistik kafedrasida mustaqil tadqiqotchisi

***Annotatsiya:** Ushbu maqola Tojikistonning “Do‘stlik” va O‘zbekistonning “Ovozi Samarqand” mahalliy davriy nashrlarida tojik va o‘zbek xalqlari do‘stligi in’ikosi masalasiga bag‘ishlangan. Muallif ikki davlat davriy matbuotida xalqlar do‘stligi mavzusi in’ikos etilishining olti yo‘nalishini tadqiq qilib, davriy matbuot harakatlari asnosida Tojikiston va Y‘zbekiston munosabatlari yanada yaxshilanishini xulosa qilgan. Maqolalarda, matbuot chiqishlarida tinchlik, xalqaro hamkorliklar ahamiyati va xalqlar d‘ystligi bayon etilgan.*

***Kalit so‘zlar:** mahalliū matbuot, “Do‘stlik”, “Ovozi Samarqand”, in’ikos, do‘stlik, siyosat, adabiy aloqalar.*

***Abstract:** This article is devoted to the display of friendship between the Tajik and Uzbek peoples in the local periodicals “Dustlik” of Tajikistan and “Ovozi Samarkand” of Uzbekistan. The author examined six directions of coverage of the topic of friendship between the two countries in the periodical press of the two countries and came to the conclusion that the periodical press tries to create a positive image and optimistic opinion about the relations between Tajikistan and Uzbekistan among the population. The importance of peace and stability, interstate cooperation and friendship of peoples is expres.*

Keywords: local press, "Dustlik", "Ovozi Samarkand", coverage, friendship, politics, literary connections, education, public opinion.

Tojikiston va O‘zbekiston davlatlari do‘stona munosabatlari oxirgi yillarda uzoq tanaffusdan so‘ng yangidan jonlandi va mustahkamlandi. 1990 yillar oxiri va 2000 yillar boshlarida Markaziy Osiyoda joylashgan bu ikki davlat orasidagi munosabatlar sovuqlashdi va muammolarga duch keldi. 2016 yilda muhtaram Shavkat Mirziyoyev O‘zbekiston Respublikasida davlat boshiga kelgach, ikki davlat munosabatlari ijobiy tomonga yuz burdi.

Diplomatik, iqtisodiy va ijtimoiy aloqalar barqarorlashuvi ikki davlat tashqi siyosatining asosiy yūnalishlaridan biriga aylandi. Ikki davlat boshliqlari – muhtaram Emomali Rahmon va hurmatli Shavkat Mirziyoyevlar muloqotlari oxirgi yillarda dūstona munosabatlarga katta turtki būldi. Ular o‘z strategik hamkorliklar kelishuvlarini kengaytirib, savdo, sarmoya kiritish va energetika sohalari būyicha kelishuvlarni imzolashdi.

Jumladan, savdo, energetika, transport sohalari va gumanitar hamkorliklar yūsdī. Ikki davlat orasidagi chegaralar ochilishi, temir yūllar faoliyati qayta yūlga qūyilishi bordi-keldilarni osonlashtirdi. Shuningdek, ikki xalq orasida madaniyat va ilmiy izlanish yuzasidagi hamkorliklar xalqlar do‘stligini yanada sayqallamoqda.

Tojikiston va O‘zbekiston o‘rtasidagi munosabatlar 2023 yilda mintaqaviy hamkorliklar orasida ham savdo va ham madaniy sohalar yuzasidan sezilardi darajada o‘sdi.

Tojikiston va O‘zbekiston davlatlari orasida do‘stona aloqalarning mustahkamlanishida ommaviy axborot vositalari roli muhim va faoldir. Ma’lumotlarga ko‘ra, Tojikiston Respublikasida 926 ming nafar o‘zbekzabonlar (aholining qariyb 10 foizi) [14] va O‘zbekiston Respublikasi 1,5 million tojik (rasmiy ma’lumotlarga binoan, aholining 5 foizi) [13] yashaydi. Milliy qatlamlarda o‘ziga xos auditoriyalarga ega bo‘lgan “Ovozi to‘qik” va va “Xalq

ovozi” gazetolari faoliyat yuritmoqdaki, bu gazetalar muassislari O‘zbekiston Respublikasi vazirlar Mahkamasi va parlamenti hamda Tojikiston Respublikasi Hukumatidir. Shu bilan birgalikda Tojikistonning Xatlon viloyati va O‘zbekistonning Samarqand viloyatlarida mahalliy davriy nashrlar tojik va o‘zbek tillarida chop etiladi. “Do‘stlik” (A-3 formatida haftada bir marta 4 ming nusxada chop etiladi) va “Ovozi Samarqand” (A-2 formatida haftada bir marta 2500 nusxada chop etiladi) nashrlari tojik va o‘zbek xalqlari orasida madaniy va adabiy aloqalar in’ikosi bo‘yicha muhim matbuot vositalaridir. Davlat hokimiyati Xatlon viloyati ijroiya maqomoti muassisi bo‘lgan “Do‘stlik” gazetasi 1991 yil qadimiy Ko‘lob shahrida ta’sis etildi. Keyinchalik Qo‘rg‘onteppa va Ko‘lob viloyatlari birlashgach, “Do‘stlik” nomi bilan viloyatning ma’muriy markazi bugungi Boxtar shahrida faoliyatini davom ettirdi.

Gazetaning “Do‘stlik” deb nomlanishi ikki xalqning jo‘mard farzandlari do‘stligiga borib taqaladiki, bular asrlar qa’rida yelkama- yelka turishib, Tojikistonning iqtisodiy hamda ijtimoiy va madaniy taraqqiyoti uchun harakat qilishgan. Nashr ta’sis etilgach, birinchi yillarda tiraj atigi 200 nusxada b‘yilib, o‘quvchilarni do‘stlik, osoyishtalik, halol mehnatga chorlovchi minbar edi. 1992 yildagi mushkulliklarga qaramasdan gazetani tayyorlab, chop etib mushtariylar qo‘llariga yetkazishga harakat qilinardi, chunki bu gazeta o‘z o‘quvchilariga ega edi. “Qayd etmoq kerakki, ysha qiyinchilik paytlari “Do‘stlik” gazetasi ijodkorlari, jurnalistlari yzining muqaddas vazifalarini bajarishgan. Nashrning taniqli jurnalistlari Haydar Jo‘rayev, Iskandar Mahmadiyev, Shoimnazar Omonovlarning Hukumat va xalq o‘rtasidagi ko‘prik sifatida qilgan xizmatlarini eslamoq lozimdir. Bular notinchlik davrida va undan keyingi paytlarda ham yzlarining kasbiy mas’uliyatlarini bajarishdi. [5, 5-6 s].

“Do‘stlik” davlat hokimiyati Xatlon viloyati ijroiya maqomotining siyosiy ijtimoiy gazetasi bo‘lishi bilan birgalikda viloyat shahru nohiyalaridan muhim xabarlarni, o‘zbeklar hayot va faoliyatlarini, milliy aqalliyatlarning xalq taraqqiyotiga qo‘shayotgan hissalarini yoritadi. Gazeta sahifalarida

o‘zbeklarning madaniyat, adabiyot va hunarmandchiliklari borasida doimiy ravishda materiallar nashr etiladi, tojik va boshqa millat adabiyoti namoyandalari ijodiy mahsullaridan tarjimalar qilinib o‘quvchilarga ulashiladi. [7, 268 s]. Shuningdek, gazetada ikki xalqning madaniy va adabiy aloqalari borasida xabar, suhbat, maqola, taqriz, ocherk va boshqa janrlarda kўplab materiallar berilib boriladi.

“Do‘stlik” gazetasi materiallari aksar vaqt ikki xalq madaniyati, qadimiy sunnatlari mushtarakligini targ‘ib qiladi.

“Ovozi Samarqand” gazetasining birinchi soni 1990 yil 1 yanvarida, qayta qurish va mustaqillik zamonida bir guruh ma’rifatparvar kishilar tashabbusi va harakatlari zamirida chop etildi. Nor Ostonzoda, Shavkat Bahromov, G‘afurjon Mahmudov, Ozodjon Hamidzoda, Baxtiyor Jumayev, Bahodur Rahmonovlar bu gazetaga bosh muharrirlik vazifalarida faoliyat qilishgan.

Nashr tahririyat hay’ati tafsirida keltirilishicha, “Ovozi Samarqand” mamlakatda yashovchi boshqa millatlar va xalqlar urf odatlari va tiliga bo‘lgan ehtirom ramzi bo‘ladi va abadiy tojigu o‘zbek xalqlari o‘rtasida do‘stlik minbari bo‘lib qolaveradi “ [11,12 s]

“Ovozi Samarqand” nashrida ham tojik va o‘zbek xalqlari aloqalari mavzulariga e’tibor beriladi. Bu nashr adabiy va madaniy aloqalar, ikki millatning shoirlari, yozuvchilari va san’ati arboblari hamkorliklarini yoritadi. Bu nashrda, xususan, festivallar, adabiy ko‘rgazmalar tojik va o‘zbek xalqlari ijodkorlari muloqotlari kabi madaniy tadbirlar keng tarzda in’ikos etiladi. “Guftai xush hamesha muxtasar ast” (Yaxshi gap hamisha muxtasardir) (06. 02. 2024), “Mardumi mo do‘stiro parchami xud kardand...” (Xalqlarimiz dўstlikni o‘z bayroqlariga aylantirishgan...) (28. 04. 2023), “Poyanda bod do‘stii җavononi Тоҷикistonu O‘zbekiston” (Tojikiston va O‘zbekiston yoshlari do‘stligi abadiy bo‘lsin” (25. 05. 2023), “Panҗ soli rushdi hamkorī, tahkimi do‘stii bayni O‘zbekiston va Тоҷикiston” (O‘zbekiston va Tojikiston o‘rtasidagi do‘stlik va hamkorlik taraqqiyotining besh yili) (11. 03. 2023), “Тоҷикон va o‘zbekon-

barodari ҷovidon” (Tojiklar va o‘zbeklar-abadiy birodar) (28. 02. 2023), “Xalqhoi to‘çiku o‘zbekro ta’rixii umumī va rishtahoi xeshu taborii chandinasra bo ham mepayvandad” (Tojik va o‘zbek xalqlarini umumiy tarix va bir necha asrlik qarodoshlik iplari bog‘laydi) (07. 05.2022), “Buzurgdoshty Firdavsy va “Shohnoma”i o‘ dar O‘zbekiston” (O‘zbekistonda Firdavsiī ehtiromi va uning “Shohnoma”si) (04. 11. 2022), ““To‘çikon” bo zaboni o‘zbeky do‘stii du xalqi barodarro mustahkam mekunad” (“Tojiklar”ning o‘zbekchasi ikki birodar xalqning do‘stligini mustahkamlaydi) (13. 06. 2022), “Do‘stii o‘zbeku to‘çik abadī va azalī ast” (O‘zbek va tojik do‘stligi abadiy va azaliydir) (01. 06. 2022), “Ravobiti adabiyu farhangī-rukni muhimi tahkimi dīstii to‘çikon va ŷzbekon” (Adabiy, madaniy aloqalar-tojik va o‘zbeklar do‘stligi mustahkamligining muhim rukni) (12. 02. 2022), “Sadoqat ba oini rafoqat” (Rafoqat oiniga sadoqat) 28. 07. 2023), “Dar arzi do‘sty” (Do‘stlik bayonida) 22. 02. 2023), “Paykarai Ro‘daky-ramzi do‘stii xalqho dar Samarqand” (Ro‘dakiy haykali – Samarqandda xalqlar do‘stligi ramzi) 14. 06. 2022), va boshqalar ikki millat do‘stona aloqalariga bag‘ishlangandir.

Tojikiston va O‘zbekiston davriy matbuot nashrlarida xalqlar do‘stligi mavzusi aksar vaqt davlatlararo munosabatlarni mustahkamlashda muhim bir omil, tinchlik va hamkorlik fazosi yaratish ekanligi ta’kidlanadi.

Samarqandlik iste’dodli va taniqli qalamkashlar, jumladan, Hazrat Sabohiy, Adash Istad, Xursand Jumayev, Mirsafo Kamoliy, Shavkat Bahromov, Zohir Hasanzoda, Toshqul Azimov, Baxtiyot Juma, Rahmatullo Sharifzoda, O‘ktam Ibrohim va boshqalar, shuningdek, Xatlon viloyati o‘zbekzabon ijodkorlari Toshmat Temirov, Shodmon Jo‘rayev, Abdurashid Musozoda, Abulqosim Kīganov, Baxtiyor Haydarov, Asliddin Ismatov, Turdinazar Bītayev, Ne‘mat Muhammadsaidlar xalqlar do‘stligi kuychisi bo‘lib, “Ovozi Samarqand” va “Do‘stlik” gazetalari yanada o‘qimishli bo‘lishi uchun harakat qilishadi.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, ikki davlat matbuotida xalqlar do'stligi mavzusi yoritilishi bir qator yo'nalishda ko'rinish beradi:

1. Tarix va madaniy mushtaraklik.

Tojik va o'zbek xalqlari o'rtasida tarixdan mustahkam aloqalari borligini matbuot ta'kidlaydiki, bu zamonaviy d'ystlik aloqalarini tashkil etadi. Xususan, ikki xalqning adabiyot, san'at, urfu odat va an'analari mushtarakligini maqolalar va matbuot dasturlarida keng tarzda yoritadi.

Quyidagi materiallarda "Do'stlik sayqal topadi mudom" (20.03.2018), "Az qadim uzbeku tojik et bilan tirnoq erur..." "Abdulla Oripov-she'riyat doktori" (24.05.2019), "Prezident, do'stlik va tarix" (13.11.2020), "Xalqlar d o'stligi Navoiy va Jomiy timsolida" (12.02.2021), "Tildoshlikdan dildoshlik erur afzal..." (20.07.2022), "Mo baroi vasl kardan omadem" (09.12.2022, №48), "Do'stlik zamiridagi hamkorliklar" (19.08.2022, №33), "Qadimiy do'stligimizning navqiron qirralari" (13.05.2022, №19), "Dildoshlik tildoshlikdan afzaldir" (24.11.2023, №47), "Tojikiston: kecha va bugun" (09.03.2023, №10) va boshqalar "Do'stlik" gazetasida chop etilgan.

Shuningdek, ikki davlat tashabbuslari bilan Xatlon va Surxondaryo viloyatlarida o'tkaziladigan mahfil va madaniy hamda ilmiy konferensiyalar, iqtisodiy-savdo forumlari, Xatlon viloyatining Qabodiyon nohiyasida O'zbekiston Respublikasi tomonidan qurilib foydalanishga topshirilgan 20 bemorga mo'ljallangan tibbiy majmua va Samarqand hamda Farg'ona viloyatlarida Tojikiston tomonidan qurilib foydalanishga topshirilgan maktab hamda maktabgacha bo'lgan ta'lim muassasalari ochilishi borasida gazeta sahifalarida materiallar chop etilgan.

2. Prezidentlarning rasmiy safarlari va muloqotlari

Ikki davlat matbuotlari Prezidentlarning rasmiy safarlari va xalqlar do'stligini mustahkamlovchi yuqori bosqichdagi muloqotlari borasida batafsil xabar beradi. Masalan, Tojikiston va O'zbekiston Prezidentlari hamkorliklar borasidagi uchrashuvlari matbuotda to'liq yoritiladi.

“Do‘stlik” gazetasida yozilishicha, Tojikiston va O‘zbekiston davlatlari mustaqillikka erishgach, ikki davlat xalqlari orasidagi hamkorlik va aloqalar yuqori sifatga ega bo‘ldi, yangi ufqlar ochildi. Bu nashr 2018 yil 1 martini ikki birodar davlatlar tarixida yangi tarix ochilishi, deya tariflaydi. “Biz bu sanada ikki davlat Boshliqlari-Tojikiston Respublikasi Prezidenti Emomali Rahmon va O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev tashabbuslari bilan tojik va o‘zbek xalqlari uchun d‘ystlik va birodarlik eshiklari qaytadan ochildi. Bu tarixiy sanada minglab ikki davlat fuqarolari bir-birlarining, qarindoshlarning diydoriga yetishdi, turli xildagi transport vositalari harakatlari, kirish va chiqish, turizm taraqqiyoti hamda barcha sohalaridagi hamkorliklarga keng yo‘l ochilib berildi. [4. 2 s]

3. Mushtarak loyihalar va iqtisodiy hamkorliklar

Bu yo‘nalishda matbuot iqtisodiy hamkorlik, ikki millat manfaatiga xizmat qiluvchi mushtarak qurilish va loyihalarga ishora qiladi. Energetika, transport va savdo sohalaridagi mushtarak loyihalar xalqlar d‘ystligi namunalari sifatida tavsiflanadi.

“Do‘stlik” va “Ovozi Samarqand” nashrlari iqtisodiy hamkorliklar va mushtarak loyihalar tatbig‘iga bag‘ishlangan bir qator maqolalarida, O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Tojikistonga ilk rasmiy safari (2018 yil 9-10 mart kunlari) va Tojikiston Respublikasi Prezidenti Emomali Rahmonning O‘zbekiston Respublikasiga javobiy safarini (2018 yil 17-18 mart kunlari) shu aloqalarning asosiy mustahkamlanishi, deya hisoblashadi. Bu safarlar zamirida abadiy do‘stlik borasidagi Bitim imzolanishi, 50 dan ortiq kelishuvlarga erishilishi ikki davlat o‘rtasida iqtisod, sanoat, energetika, savdo, qishloq xo‘jaligi, turizm, madaniyat sohalaridagi hamkorliklar yo‘lga qo‘yilishi to‘liq in‘ikos etilgan. “Ikki birodar xalq orasida o‘rnatilgan aloqalar, hamkorliklar qayta jonlanishini tabiat uyg‘onishi va bahoriy do‘stlik, deya atash mumkin” [2. 2 s]

Davomida imzolangan aktlar zahirida mushtarak korxonalar, GESlar qurish, Samarqand viloyatidan Panjakent shahrigacha temir yo‘l qurish, turizm taraqqiyoti, madaniy mushtarak dasturlar, ziyolilar muloqoti, viloyatlar orasidagi hamkorliklar va boshqa foydali ishlar borasida s‘yz yuritiladi.

4. Huquqiy akt va kelishuvlar

Nashrlar kelishuvlari va ikki tomonlama madaniyat, iqtisod va xavfsizlik ta‘mini borasidagi imzolangan aktlar xususida xabar beradi. Bu aktlar davomli do‘stlik ramzi va ikki xalqlar orasidagi foydali munosabatlar sifatida bayon etiladi.

“Ovozi Samarqand” o‘z sahifalarida ikki d‘yst millatning birgalikdagi tinchlik poydorligi uchun qilgan harakatlariga ishora qilib, “Tojik xalqi o‘zbeklar bilan yaxshi munosabat o‘rnatib, ko‘plab og‘ir damlarda yelkama-yelka turib bosqinchi va istilochilarga qarshi kurash olib borgan, shijoat va mardonalik k‘yrsatib o‘z chegaralarini ajnabiy dushmanlardan qo‘riqlagan.

Hunarmandu me‘morlari hamkorlikda shaharu qishloq, ko‘shku qal‘a, madrasayu masjid, minoralar, yo‘lu ko‘prik va gulzoru xiyobonlar bunyod etishgan”[8].

5. Madaniy almashuv va ilmiy ma‘rifat.

Ikki davlat o‘rtasida mushtarak o‘tkaziladigan madaniy va ma‘rifiy dasturlar matbuotda maxsus diqqat bilan yoritiladi. Xalqlar do‘stligini yuksak ko‘rinishda ulug‘lovchi konsertlar, ko‘rgazma va festivallar keng tarzda yoritiladi.

“Ovozi Samarqand” nashri madaniy va adabiy aloqalar yo‘nalishidagi tojik va o‘zbek yozuvchilari yutuqlarini tavsiflaydi. Tojik xalqining buyuk mutafakkirlari ijodiga maxsus ahamiyat beradi, bu ham bo‘lsa, ikki millat hamkorliklarining bir bo‘lagidir. “Ovozi Samarqand” gazetasi tahririyati “Saodati do‘sty” (Do‘stlik saodati) nomli to‘plamni tojik va o‘zbek ijodkorlari ijodiy namunalarini to‘plab chop etdi. Kitob muqaddimasida shunday keltirilgan: “Tojik va o‘zbek xalqlari do‘stligini yuksak xalqlar do‘stligi, deya hisoblash

mumkin. Bu ikki xalq qadimul ayyomdan tillarida tafovut bo‘lsa-da, tarixiy va ijtimoiy jihatdan shunday yaqinki, go‘yo ikki tilda so‘zlovchi bir xalqqa aylangan. ...Abdurahmon Jomiy va Alisher Navoiy do‘stligi va munosabatlari... adabiy aloqalar shu darajada mustahkamlanishi natijasida xalqlar do‘stligi ramziga aylandi. Bu ikki alloma o‘zlarining asarlarida do‘stlikning buyuk kuchini e’tirof etishib, uni tinchlik, osoyishtalik va jamiyat taraqqiyoti, deya bilishgan” [9. 4-5 s]

“Ovozi Samarqand” tojik va o‘zbek madaniy aloqalari ahamiyatini ta’kidlab, ilm taraqqiyotiga, jumladan, O‘zbekistonda adabiyotshunoslik ilmi rivojiga sharoit yaratilishiga chorlaydi. “Bugun shunday sharoit yaratilganki, kasbiy cheklanish oradan ketishi kerak. Ilm, jumladan, adabiyot chegara bilmaydi. Biz dunyo ilg‘orlaridan tajriba olishimiz lozim. Tojikiston va O‘zbekiston orasida adabiyu madaniy aloqalar soha rivojiga olib keladi. Ikki tomonlama tajriba soha uchun samaralidir, undan foydalanmoq lozim”[16. 2 s]

Xatlon viloyati o‘zbekcha “Do‘stlik” nashri ham ikki millatning adabiy, madaniy hamkorliklari masalasiga e’tibor berib, viloyat o‘zbekzabon ijodkorlari minbari sifatida xizmat qiladi. “Adabiy do‘stligimiz timsoli” xabarida nashr Xatlon va Surxondaryo ijodkorlari ijodiy mahsullari o‘rin olgan “Ko‘ngillar diyori” to‘plami haqida xabar berib, buni sadoqat va dildoshlik ramzi sifatida yoritdi [6. 3 s]

“Ko‘ngillar diyori” to‘plami kirish qismida Xatlonu Surxondaryo ijodkorlari nomidan ikki viloyat raislari Davlatali Said va Ulug‘bek Qosimovlarga mazkur loyiha yuzasidan minnatdorlik bildirilib, bu t‘yplam ijodkorlarning yaratuvchilik borasidagi hamkorliklarining mustahkamlanishi qayd etilgan.

To‘plamning tojikcha qismi so‘zboshisida Tojikiston xalq shoiri Ozar Salimiyon: “Hozir Tojikistonda yuzdan ortiq o‘zbekzabon ijodkorlar ijod qilishadi. Ulardan 20 nafardan ortig‘i Tojikiston Yozuvchilar ittifoqi

a'zosidir...Bir so'z bilan aytganda, tojik va o'zbek xalqlari do'stligi sadoqat, mehru vafo ramzidir" [1. 235-236 s]

“Ko'ngillar diyori” to'plami 504 sahifadan iborat b'lib, Xatlonu Surxondaryo tojigu o'zbek adiblari, jurnalistlari she'ru hikoyalari, publisistik materiallari namunalari to'planib, 1500 nusxada chop etilgan.

“Ovozi Samarqand” O'zbekiston va Tojikiston madaniy hamkorliklari borasida ko'plab materiallar chop etgan. Samarqand, Buxoro, Farg'ona, Toshkent, Xorazm, Xujand, Isfara, Istaravshan, Panjakent musiqa maktablari o'rtasidagi hamkorliklar va ularning “Shashmaqom” yo'nalishi taraqqiyoti borasida alohida to'xtalib o'tgan: “Mustaqillik davrida bir qator san'atkorlar Tojikiston va O'zbekiston Xalq artistlari yuksak unvoniga ega bo'lishdi. Masalan, Davlatmand Xol, Adham Xoliqov O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev farmoni bilan O'zbekiston Xalq artisti va Tojikiston Respublikasi Prezidenti Emomali Rahmon farmoni bilan Mardon Mavlonov, Sherali Jo'rayev va Matluba Dadaboyevalar Tojikiston Xalq artisti unvonlarini olishdi” [8].

6. Xalqlar orasida musbat fikrlar shakllanishi

Matbuot Tojikiston va O'zbekiston xalqlari orasida yaxshi munosabatlar mustahkamlanishi uchun harakat qiladi. Maqolalarda, matbuot chiqishlarida tinchlik, xalqaro hamkorlik va xalqlar do'stligi bayon etiladi.

G'. Hasanovning “O'zbeku tojik do'stligi abadiy va azaliydir” maqolasida qo'shni davlat xalqlariga nisbatan musbat fikrlar shakllanishiga e'tibor qaratilgan. Muallif Samarqand viloyatida o'ndan ortiq milliy-madaniy markazlar, tojikzabonlar markazi faoliyat etayotganligi borasida s'yz yuritadi. Samarqand viloyatida yashovchi tojiklarning urf-odatlarini, an'analarini, madaniyat va adabiyot, san'at va boshqa y'nalishlarni targ'ib qilish markazning asosiy faoliyatiga kiradi. “O'zbek va tojik xalqlari turli tilda gaplashsa ham urf-odatlari, madaniyat va san'ati, turmush tarzi qariyb bir xildir, - deydi Samarqand viloyatidagi tojik milliy-madaniy, tojikzabonlar Markazi rahbari Akbar

Mahmudov. – Adabiyotlarimiz ildizlari ham bir-biriga taqaladi. Navoiy va Jomiy xizmatlari hozirgacha ikki xalq aloqalarini mustahkamlaydi. Keyingi yillarda ikki davlat Rahbarlarining oqilona siyosatlari tufayli munosabatlar, aloqalar yanada sayqallanmoqda” [18]

O‘tgan besh yil davomida (2018-2023) Tojikiston va O‘zbekiston o‘rtasida sanoat, qishloq x‘jaligi, savdo, madaniyat sohalarida hamkorliklar yaxshi y‘lga qo‘yildi. Ikki davlat poytaxtlarida, sanoat shaharlarida mushtarak korxonalar, firmaviy magazinlar ta‘sis etilib, yengil avtomashinalar sotuvi, qishloq xo‘jaligi texnikalari ehtiyot qismlari, O‘zbekistonda ishlab chiqarilgan maishiy mahsulotlar, turli rusumdagi avtobuslar, turli xil metallar, yengil sanoat mollari, mevayu sabzavot, Tojikiston Respublikasida ishlab chiqarilgan elektr energiyalari sotilgan. Madaniyat, kino kunlari, tadbirkorlar, hunarmandlar ko‘rgazmasi, adibu olimlar mahfillari, kitoblar chop etish va boshqa tadbirlar O‘zbekiston va Tojikiston do‘stligiga yangi kuch bag‘ishladi.

Tojik va o‘zbek do‘stligi, adabiy, madaniy aloqalari mustahkamlanishida ikki davlat mahalliy nashrlari yuqori mazmunli jurnalistik materiallar, she‘riy va publisistik kitoblar, jumladan, “Saodat tongi” (2020), “Do‘stlik chamani” (2021), “Do‘stlik guldastasi” (2016), “Bahor, ketma mening bog‘imdan” (2023), “Bahor yana qaytarmikan” (2024), “Umrim fasli” (2020), “Ota yurt” (2018) –“Do‘stlik” nashriyasi; “Do‘stlik saodati” (2018), “Samarqandda Aynishunoslik” (2019), “Sā guftor az sā tor” (Y‘ttiz tordan o‘ttiz gap) (2020), “Ovozi Samarqand”: diro‘z va imro‘z” (“Ovozi Samarqand”: kecha va bugun) (2020), “Armug‘on” (2021), “Zi ishq i vatan o‘sh dorad dilam” (Vatan ishq i bilan urar yuragim) (2020) “Sā nomai rīznoma” (Gazetaning o‘ttiz maktubi) (2019) – “Ovozi Samarqand” nashriyasi chop etishdi.

Umuman olganda, ikki davlat davriy matbuotlarida xalqlar do‘stligi mavzusi in‘ikosi xalqlar va davlatlar orasidagi strategik hamkorliklarni yuksaltirishda muhim vositachidir. Shuningdek, Tojikistonda o‘zbekcha,

O‘zbekistonda tojikcha nashrlar borligi ikki davlat do‘stligining ustuvorligidan dalolat beradi.

“Do‘stlik” gazetasi Tojikistonda va “Ovozi Samarqand” O‘zbekistonda adabiy d‘ystlik hamda tojik va o‘zbek madaniy barqarorligi yo‘lida xizmat qilishda o‘z o‘rinlari bor.

Bizning nazarimizda o‘zbekcha nashrlarning Tojikistonda va tojikcha nashrlarning O‘zbekistonda asosiy rollari quyidagichadir:

1. Ma’rifat, xalqni ogohlantirish

Bosma shakldagi OAV Tojikiston va O‘zbekistonda ikki davlat mushtarak tarixi, urf-odatlar, yaqin va bir xil madaniyat hamda an’analari borasida k‘yplab materiallar chop etadi. Bunday jurnalistik materiallar xalqlar bir-birini yaxshi tanishishiga yordam beradi, ikki xalq do‘stligini mustahkamlaydi.

2. Diplomatik tashabbuslar in’ikosi

OAV ikki davlat rahbarlari y‘rtasidagi muloqotlar, uchrashuvlar va kelishuvlarni faolona in’ikos etadi. Ular iqtisodiy, siyosiy va madaniy hamkorliklar rivojini xalqqa muntazam yetkazishadi, bu o‘z navbatida davlatlar orasidagi ishonchni kuchaytiradi.

3. Madaniy shakllanishni ta’minlash

An’anaviy OAV, shuningdek, saytlar madaniyatlararo muloqot shakllanish imkonini beradi. Masalan, san’at sohasida mushtarak yo hamkorlikdagi dasturlar ikki xalq madaniyatini bir-biriga tanishtiradi, hamkorlikni kuchaytiradi.

4. Iqtisodiy hamkorliklar mustahkamlanishi

OAV ikki davlat orasida savdo va sarmoya kiritish taraqqiy etishida hissasi bor. Bu borada tadbirkorlarga savdo va sarmoya kiritish, yangi loyihalar va sharoitlar tavsiya etiladi. Bu sarmoyani jalb etish hamda iqtisodiy munosabatlar yaxshilanishiga xizmat qiladi.

5. Ijtimoiy muammolar hal etilishi

OAV ikki tomonlama bir-biriga zid holatlar vujudga kelsa, musbat maydonni yaratadi. Chegara, muhojirlik muammolari va boshqa muhim

masalalar yuzasidan tarmoqlarda in'ikos etilib, ularning hal etilishida muhim rol o'ynaydi.

Shuningdek, OAV Tojikiston va O'zbekistonning do'stona munosabatlari va ko'p tomonlama hamkorliklari taraqqiyotida vosita sifatida muhim o'rin tutadi.

Адабиёт ва манбалар:

1. Ko'ngillar diyori (Surxondaryo va Xatlon ijodkorlari to'plami). – Termiz: Surxon nashr, 2024. – 504 b.
2. Dildoshlik tildoshlikdan afzaldir // D'yustlik. - №47. – 2023, 24 noyabr.
3. “Donishnomai matbuoti to'chik”. – Dushanbe: Mehroj Graf, 2021. 488 b.
4. Do'stlik zamiridagi hamkorliklar // D'yustlik. - №33. – 2022, 19 avgust.
5. Do'stlik chamani. – Dushanbe: Tab'u nashr, 2021. – 176 b.
6. “Ko'ngillar diyori” – abadiy do'stligimiz timsoli // Do'stlik. – №40. - 2024, 11 oktyabr.
7. Ma'murzoda N. “Jurnalistikai Xatlon: mushkilot va peshomadho”. – Dushanbe: Irfon, 2023. – 294 b.
8. “Payg'omi dosti” [Elektron zahirasi]: <https://ovozi.uz>, 2023-06-24. – Qy'llash rejasi: <https://ovozi.uz/53217/> (murojaat sanasi: 02.10.2024).
9. “S'i nomai r'yznoma” - – Toshkent: Vneshinvestprom, 2020. – 148 s.
10. “Ovozi Samarqand”: diro'z va imro'z” – Toshkent: Vneshinvestprom, 2020. – 166 s.
11. “Saodati do'sti” – Toshkent: Yangi kitob, 2018. – 144 b.
12. Temirov T. “Subhi saodat” – Dushanbe: Farxunda-M, 2020. – 240 b.
13. “To'chikoni O'zbekiston” [Elektron zahirasi]: <https://tg.wikipedia.org>, 2022-12-23. – Qo'llash rejasi:

https://tg.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D2%B7%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B8_%D3%AE%D0%B7%D0%B1%D0%B5%D0

[%BA%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%BD](#) (murojaat sanasi: 01.10.2024).

14. “O‘zbekhoi To‘jikiston” [Elektron zahirasi]: <https://tg.wikipedia.org>, 2021-12-23. – Qo‘llash rejasi:

https://tg.wikipedia.org/wiki/%D3%AE%D0%B7%D0%B1%D0%B5%D0%BA%D2%B3%D0%BE%D0%B8_%D0%A2%D0%BE%D2%B7%D0%B8%D0%BA%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%BD (murojaat sanasi: 01.10.2024)

15. Farg‘onā M.A. Orzu va ormon. – Toshkent: Tamaddun nashr, 2022. – 464 b.

16. Farhodzod D. “Man dar oina xudro soxtam va han̄y ham mesozam” // Ovozi Samarqand. – №60. - 2019, 31 iyul.

17. Hamrohoda A. “Bahori do‘stī” [Elektron zahirasi]: <https://ovozi.uz>, 2023-05-02. – Qo‘llash rejasi: <https://ovozi.uz/52089/> (murojaat sanasi: 03.10.2024).

18. Hasanov G‘. “Do‘stii o‘zbeku to‘jik abadī va azalī ast” [Elektron zaxirasi]: <https://ovozi.uz>, 2022-06-01. – Qo‘llash rejasi: <https://ovozi.uz/44225/> (murojaat sanasi: 03.10.2024).

ANTHROPOCENTRISM AND GENDER IN THE PAREMIOLOGICAL FUND OF LANGUAGE

*Mukhammad CHUTPULATOV,
Vice-Rector for Academic Affairs of
Uzbekistan State World Languages University*

***Abstract:** The problem of anthropocentrism in general linguistics appeared about a century ago in the USA where a special attention was paid to a user of language - a human-being. Gender as a part of anthropocentrism was a matter of sociological and linguistic investigation beginning with the 60s of last*

century. Paremiological fund of a language, i.e. proverbs and saying can be a good reliable source for the study of the connection of anthropocentrism and gender. This paper will discuss some important issues related to the realization of gender and anthropocentric approach in present-day paremiological units.

Key words: anthropocentrism, gender linguistics. paroemia, paremiology, set expression, linguistic unit, paremiography, aphorisms, proverbs, sayings, paremiologist

Annotatsiya: Umumiy tilshunoslikda antroposentrizm muammosi taxminan bir asr oldin AQShda paydo bo'lgan, u yerda til foydalanuvchisiga – insonga alohida e'tibor berilgan. Gender antroposentrizmning bir qismi sifatida o'tgan asrning 60-yillaridan boshlab sotsiologik va lingvistik tadqiqotlar mavzusi bo'lgan. Tilning paremiologik fondi, ya'ni maqol va matallar antroposentrizm va gender o'rtasidagi bog'liqlikni o'rganish uchun yaxshi ishonchli manba bo'lishi mumkin. Ushbu maqolada zamonaviy paremiologik birliklarda gender va antroposentrik yondashuvni amalga oshirish bilan bog'liq ba'zi muhim masalalar muhokama qilinadi.

Kalit so'zlar: antroposentrizm, gender lingvistikasi. paremiya, paremiologiya, turkum ifoda, lingvistik birlik, paremiografiya, aforizmlar, maqollar, maqollar, paremiolog.

The linguistic units that most vividly captured the historical experience of the people and the social, aesthetic, moral-ethical and spiritual worldviews developed on the basis of this experience are paroemias which include proverbs and sayings. Any native speaker of any language in the world, regardless of gender, education, social class, acts as a generalized bearer of traditional-cultural, cultural-linguistic values, traditional or religious norms and prescriptions expressed in speech by means of paroemias.

The impetus for the study of paroemias (proverbs, riddles, omens, etc.) was the study of folklore - examples of oral creativity, thereby stretching the

connecting thread between the sources of folk art - mythology - to modern cultural and social norms of society, providing extensive material for study and analysis not only for philologists-linguists, but also for anthropologists, psychologists, etc. The development of paremiological research in the process of forming paremiology as a special field of linguistic knowledge has come a long way from collecting samples of oral folklore and compiling collections of paroemias to studying paremiological units as special forms of oral folklore, and has reached its peak in linguistic research as meaningful units of language. In fact, today we speak of paroemias as a subject of research in the aspect of linguacultural science and cognitive science, anthropology and genderology.

Numerous definitions of paroemias, formulated both in the last century and in our time, indicate that the question of what a “paroemia” is is still open. T.A. Shaikhullin formulated the definition of paroemia as “stable verbal sayings that have the syntactic structure of closed sentences, possess a direct or figurative plane of expression, aphorism, and denote situations containing philosophical generalizations or moral maxims that have entered the language from folklore or other sources”ⁱ.

L. B. Savenkova characterizes pareomias very accurately, noting that they are “secondary linguistic signs, closed set expressions (proverbs and sayings), which are markers of situations or relationships between realities”ⁱⁱ. This definition succinctly characterizes both current realities, such as pseudo-authorial aphorisms (that is, aphorisms attributed to popular media personalities, actors, etc.), and Internet meme jokes.

It is curious that the tendency to use the term “pareomia” in English-language scientific and pseudo-scientific (i.e. in numerous online sources) is weakly expressed. A large North American online portal InfScipedia – a generator of scientific publications, managed by IGI Global Scientific Publishing gives the following definition of pareomia: “Proverbs and sayings, which along

with aphorisms of non-folklore origin form rather an independent layer of language expressions, which are conditionally united with phraseology”ⁱⁱⁱ

The initial stage in the history of paremiology (the study of proverbs and sayings) – paremiography (the collection of proverbs) – contributed to the collection and recording of oral material, then its ordering and systematization, which was reflected in the compilation of collections of folk sayings, the material for which was subject to evaluation and selection in order to maintain its uniformity and homogeneity.

The study of paroemias in a linguistic sphere began in the late 19th - early 20th centuries; significant attention was paid to them in their works in the 1950s-1980s by V.P. Anikin (1957), A. M. Babkin (1957), V. V. Vinogradov (1977), and others; their ideas and concepts were further developed in the works of Z.K. Tarlanov (1999), V. M. Mokiyeiko (2010; 2011; 2013; 2015), G.L. Permyakov (1970; 1971; 1988), N.N. Semenenko (2011), L.B. Savenkova (2002; 2015), M.A. Bredis (2015) and many others. The study of proverbs is more relevant than ever in our time; for example, the collective monograph “Paremiology without Borders” (“Паремология без границ”) published by RUDN in 2020, edited by M. A. Bredis and O. V. Lomakina^{iv}, or the book “Paremiology in the Digital Era” by the Spanish paremiologist Luis J. Tosin Fernandez, published in September 2024, with the subtitle ‘Survival, adaptability, and prospects for proverb scholarship in the 21st century’, which in the English-language annotation proclaims the topic of the research to be an analysis of “how proverbs are used in some of the most popular forms of entertainment at present, from TV series to Internet memes, but also video games, popular music, or graphic literature, among others, to determine how these modern media employ pieces of traditional wisdom with different purposes”^v.

So, it can be observed a steady interest in the studies of the paremiological fund of language that began in the previous century, at the beginning of the 21st century and today. Paroemias differ favorably from other linguistic units by their

rich content plane, since we can distinguish the general human (universal) and national-cultural (specific) plans of content. The general human content reflects the commonality of the existential plane inherent in all of humanity, regardless of national, linguistic, historical, cultural and mental differences, such as labor, skill, diligence, etc., while national-cultural specificity reveals unique differences.

As M.D. Djusupov^{vi} writes, anthropocentric proverbs, that is, proverbs in the content plane of which the central role is assigned to human, occupy a special place in the system of paremiological units of language. They are aimed at human, at their active work, at the manifestations of their character and national mentality not only directly, but also figuratively, abstractly, generally, collectively. According to the author, human-orientation, that is, anthropocentrism, is present to one degree or another in proverbs, sayings, phraseological units, rubaiys, sayings – in all types of paremiological units, and this presence is expressed both explicitly and implicitly. For instance: in Russian: **Баба с возу — кобыле легче** (*A woman off the cart is easier for the mare*) (explicitly), **Без труда не вынуть рыбку из пруда** (*No pain, no gain*) (implicitly). In Uzbek: **Yigitning so‘zi otadan, qizning so‘zi onadan** (*A boy's word comes from his father, a girl's word comes from her mother*) (explicitly). **Ishlasang tishlamaysan** (implicitly: *if you work, you will eat, i.e. you will be full*). In English: **Like father, like son** (explicitly). **A house is not a home** (implicitly).

Discussing the problem of anthropocentrism in proverbs, and taking into account that the cognition of reality has a universal, global character, in which there are no national restrictions, it is necessary to note that proverbs can reflect views on women and men - that is, gender - from the position of both universal and national-cultural values. Where a person is the center of the content plane, the gender component is invariably pulled in, therefore we consider the study of gender in isolation from anthropocentrism, or the study of anthropocentrism without analyzing the gender component, to be biased. A comparative study of

proverbs based on the material of languages of different structures helps to identify unique differences caused by the absence of linguistic kinship, the peculiarities of the historical development of society, the uniqueness of customs and traditions, ethnographic realities, religious beliefs, etc. The paremiological fund of the English, Russian and Uzbek languages, the analysis of the content and methods of linguistic construction of gender stereotypes in the linguistic picture of the world of the English, Russian and Uzbek peoples will allow us to define and interpret these stereotypes through the prism of linguacultural studies. Proverbs and sayings embody the cultural and national worldview of each nation.

REFERENCES:

1. Shaykhullin T. A. Semantics and pragmatics of Russian and Arabic proverbs with a component-name of family relations: monograph - Kazan: Publishing house of Kazan. University, 2012. - p. 19 (Шайхуллин Т. А. Семантика и прагматика русских и арабских паремий с компонентом-наименованием родственных отношений: монография - Казань : Изд-во Казан.ун-та, 2012. - с.19)
2. Savenkova L. B. Negative comparison in the semantic structure of Russian pareomias // Philology and Culture. Philologyandculture / Kazan (Volga Region) Federal University (Kazan). - 2015. No. 2 (40). - p. 101. (Савенкова Л. Б. Отрицательное сравнение в семантической структуре русских паремий // Филология и культура. Philologyandculture / Казанский (Приволжский) федеральный университет (Казань). - 2015. № 2 (40). - С. 101.
3. <https://www.igi-global.com/>
4. Paremiology without borders. / Antonova, E.N.; Bredis, M.A.; Vladimirova, T.E.; Gishkayeva, L.N.; Ivanov, E.E.; Zinovieva, E.I.; Komova, D.D.; Lomakina, O.V.; Makarova, A.S.; Mokiyeenko, V.M.; Nelyubova, N.Yu.; Nikolayeva, Yelena Kairovna; Seliverstova, E.I.;

Semenenko, N.N.; Fatkulina, F.G.; Khairulina, R.Kh.; Tsao, Ts. Moscow: Peoples' Friendship University of Russia, 2020. 244 p. (Паремиология без границ. / Антонова, Е.Н.; Бредис, М.А.; Владимирова, Т.Е.; Гишкаева, Л.Н.; Иванов, Е.Е.; Зиновьева, Е.И.; Комова, Д.Д.; Ломакина, О.В.; Макарова, А.С.; Мокиенко, В.М.; Нелюбова, Н.Ю.; Николаева, Елена Каировна; Селиверстова, Е.И.; Семененко, Н.Н.; Фаткулина, Ф.Г.; Хайрулина, Р.Х.; Цао, Ц. Москва : Российский университет дружбы народов, 2020. 244 стр.)

5. TosinaFernández, 2024URL: https://www.comares.com/libro/paremiology-in-the-digital-era_158084/Last visited: 19.02.2025
6. Djusupov M.M Anthropocentric proverbs as a linguacontrastive and lingua-methodical problem // O‘zbekistonda xorijiy tillar. - 2022. - No. 5 (46). - pp. 40-42. (Джусупов М.Антропоцентрические пословицы как лингвоконтрастивная и лингвометодическая проблема // O‘zbekistonda xorijiy tillar. - 2022. - № 5 (46). - В. 40-42.)

SUN’IY INTELLEKTDAN FOYDALANISH BO‘YICHA XALQARO TAJRIBALARNI QIYOSIY TAHLIL QILISH

Abdulaziz AHMEDOV,

O‘zbekiston davlat jahon tillari universiteti

“Zamonaviy axborot texnologiyalari” kafedrası

p.f.b.f.d.(PhD) dotsent v.b.,

abdulaziz9333.aa@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada sun’iy intellekt (SI) texnologiyalaridan turli mamlakatlarda foydalanish tajribalari tahlil qilinib, ularning afzalliklari, muammolari va istiqbollari qiyosiy ravishda o‘rganiladi. AQSh, Yevropa Ittifoqi,

Xitoy va boshqa davlatlarning ta'lim, sog'liqni saqlash, sanoat hamda boshqaruv sohalarida SI'dan foydalanish tajribalari tahlil etilib, O'zbekiston uchun muhim xulosalar chiqariladi.

Kalit so'zlar: *sun'iy intellekt, xalqaro tajriba, qiyosiy tahlil, raqamli transformatsiya, innovatsion texnologiyalar.*

Annotation: *In this article, the experiences of using artificial intelligence (AI) technologies in different countries are analyzed, and their advantages, challenges, and prospects are comparatively studied. The practices of the United States, the European Union, China, and other countries in the fields of education, healthcare, industry, and governance are examined, and important conclusions are drawn for Uzbekistan.*

Keywords: *artificial intelligence, international experience, comparative analysis, digital transformation, innovative technologies.*

So'nggi yillarda sun'iy intellekt (SI) texnologiyalari global miqyosda eng tez rivojlanayotgan sohalardan biriga aylandi. Dastlab ilmiy tadqiqot va texnologik tajribalar doirasida qo'llanilgan ushbu texnologiyalar bugungi kunda iqtisodiyot, sog'liqni saqlash, ta'lim, transport, qishloq xo'jaligi va davlat boshqaruvi kabi turli sohalarda keng miqyosda tatbiq etilmoqda. SI nafaqat avtomatlashtirish vositasi, balki strategik qarorlar qabul qilishni qo'llab-quvvatlovchi intellektual tizim sifatida ham muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, sun'iy intellekt iqtisodiy rivojlanishning yangi drayveriga aylangan. Masalan, ishlab chiqarishda SI asosidagi robotlashtirilgan tizimlar samaradorlikni oshirib, inson mehnatini yengillashtirmoqda; moliya sohasida esa katta hajmdagi ma'lumotlarni real vaqt rejimida tahlil qilish orqali moliyaviy xatarlarni kamaytirish imkonini bermoqda. Shuningdek, SI ijtimoiy boshqaruvda ham muhim rol o'ynamoqda – elektron hukumat tizimlari, aqlli shaharlar konsepsiyasi va raqamli xizmatlar orqali fuqarolarga qulaylik yaratmoqda.

Ta'lim tizimida esa sun'iy intellektning o'rni tobora ortib bormoqda. Adaptiv o'qitish dasturlari, avtomatik baholash tizimlari, plagiatni aniqlash vositalari va talabalarga shaxsiy ta'lim trayektoriyalarini shakllantirib beruvchi algoritmlar ta'lim sifatini oshirishga xizmat qilmoqda. Bu jarayon o'quvchilarning individual ehtiyojlarini hisobga olgan holda samarali o'qitishni ta'minlaydi.

Shu bilan birga, xalqaro miqyosda turli mamlakatlarning SI texnologiyalarini rivojlantirish va tatbiq etish bo'yicha olib borgan tajribalari bir-biridan sezilarli darajada farq qiladi. Masalan, AQSh tajribasi innovatsion ekotizim va xususiy sektor yetakchiligiga asoslangan bo'lsa, Yevropa Ittifoqi ko'proq etik me'yorlar va huquqiy tartibga solishga urg'u bermoqda, Xitoy esa davlat siyosati darajasida keng ko'lamlı SI strategiyasini amalga oshirmoqda.

Shu sababli, ushbu tajribalarni o'rganish va qiyoslash, ularning ijobiy jihatlarni milliy sharoitga moslashtirish raqamli transformatsiya jarayonida beqiyos ahamiyat kasb etadi. Bu nafaqat texnologik rivojlanishni tezlashtiradi, balki mamlakatning xalqaro miqyosda raqobatbardoshligini ta'minlaydi.

AQSh tajribasi:

AQSh bugungi kunda sun'iy intellekt texnologiyalarini ishlab chiqish va qo'llash bo'yicha jahonda yetakchi o'rinlardan birini egallaydi. Mamlakatda ushbu sohani rivojlantirish uchun ilmiy-tadqiqot institutlari, startaplar, yirik texnologik kompaniyalar va davlat tashkilotlari o'rtasida samarali hamkorlik yo'lga qo'yilgan. Natijada, fundamental tadqiqotlardan tortib amaliy innovatsiyalargacha bo'lgan keng ko'lamlı loyihalar amalga oshirilmogda.

Ta'lim sohasida AQSh tajribasi alohida ahamiyatga ega. Sun'iy intellekt asosida ishlab chiqilgan adaptiv o'qitish platformalari o'quvchilarning bilim darajasi va qobiliyatlarini hisobga olgan holda individual o'quv yo'nalishlarini shakllantiradi. Bu esa shaxsga yo'naltirilgan ta'limni yanada samarali tashkil qilish imkonini bermoqda.

Sogʻliqni saqlash tizimida esa SI texnologiyalari keng joriy etilgan. Xususan, tibbiy diagnostikada katta maʼlumotlar bazasini tahlil qiluvchi algoritmlar shifokorlarga kasalliklarni erta aniqlash va davolash strategiyalarini tanlashda yordam bermoqda. Klinik qarorlarni qoʻllab-quvvatlash tizimlari bemorlarga koʻrsatiladigan xizmatlar sifatini oshirib, inson omiliga bogʻliq xatoliklarni kamaytirmoqda.

AQSh tajribasining asosiy xususiyati – davlat va xususiy sektorning yaqin hamkorligidir. Hukumat tomonidan qabul qilinayotgan milliy strategiyalar, grantlar va tadqiqot dasturlari xususiy sektor innovatsiyalarini qoʻllab-quvvatlaydi. Shu boisdan, AQSh SI sohasida nafaqat texnologik yangiliklarni yaratishda, balki ularni amaliyotga tezkor joriy etishda ham yetakchi sifatida maydonga chiqmoqda.

Yevropa Ittifoqi tajribasi:

Yevropa davlatlari sunʼiy intellektdan foydalanishda, avvalo, **huquqiy tartibga solish, etik tamoyillarga rioya qilish** va inson manfaatlarini himoya qilishga alohida eʼtibor qaratmoqda. Yevropa Ittifoqi (YI) bu borada 2019-yilda “**Etik sunʼiy intellekt tamoyillari**” hujjatini qabul qilgan boʻlib, unda inson huquqlari, shaffoflik, xavfsizlik, hisobdorlik va masʼuliyatlilik masalalari ustuvor yoʻnalish sifatida belgilab berilgan.

Yevropa yondashuvining muhim jihati shundaki, SI texnologiyalari nafaqat texnik samaradorlik, balki **ijtimoiy ishonch** va **inson qadriyatlariga moslik** nuqtayi nazaridan ham baholanadi. Shu sababli, YI mamlakatlarida ishlab chiqilayotgan SI loyihalari majburiy ravishda etik ekspertizadan oʻtkaziladi va inson huquqlariga ziddiyat keltirmasligi talab etiladi.

Taʼlim sohasida Yevropa davlatlari SIʼdan foydalanishda shaffoflik va hisobdorlikni asosiy mezon sifatida belgilamoqda. Masalan, oʻquvchilarning bilimni baholashda qoʻllanilayotgan algoritmik tizimlarning qaror qabul qilish jarayoni tushunarli va tekshiriladigan boʻlishi shart. Bu esa oʻqituvchilar,

talabalar va ota-onalarning texnologiyaga bo‘lgan ishonchini oshirishga xizmat qiladi.

Davlat boshqaruvida ham SI texnologiyalari ochiqlik va fuqarolarga qulaylik yaratishga yo‘naltirilgan. “Raqamli Yevropa” dasturi doirasida turli mamlakatlarda elektron hukumat tizimlari, aqlli transport infratuzilmalari va ijtimoiy xizmatlarni avtomatlashtirish loyihalari amalga oshirilmoqda.

Umuman olganda, Yevropa Ittifoqi tajribasi shuni ko‘rsatadiki, SI texnologiyalaridan foydalanishda **huquqiy-me’yoriy asoslarni yaratish** va **etik tamoyillarni qat’iy saqlash** barqaror rivojlanish va jamiyat ishonchini ta’minlashning eng muhim sharti hisoblanadi.

Xitoy tajribasi:

Xitoy sun’iy intellektni (SI) milliy rivojlanishning strategik ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida belgilagan va ushbu sohani keng miqyosda rivojlantirish uchun yirik davlat dasturlarini amalga oshirmoqda. 2017-yilda qabul qilingan “**Sun’iy intellektni rivojlantirish milliy strategiyasi**”ga ko‘ra, mamlakat 2030-yilga borib SI texnologiyalari bo‘yicha dunyo yetakchisiga aylanishni maqsad qilgan.

Xitoyning SI bo‘yicha tezkor yuksalishiga bir nechta omillar sabab bo‘lmoqda. Avvalo, mamlakatda **katta hajmdagi ma’lumotlardan (Big Data)** foydalanish imkoniyatining mavjudligi algoritmlarni mukammal o‘qitish va amaliyotga tezkor tatbiq qilish uchun qulay sharoit yaratmoqda. Bundan tashqari, hukumat tomonidan ajratilayotgan moliyaviy resurslar, ilmiy-tadqiqot institutlari va yirik texnologik kompaniyalar o‘rtasidagi hamkorlik SI rivojlanishining asosiy drayveri sifatida maydonga chiqmoqda.

Ta’lim tizimida Xitoy SI texnologiyalarini keng tatbiq etmoqda. Jumladan, **yuzni aniqlash texnologiyalari** yordamida o‘quvchilarning darsdagi faoliyati, diqqat darajasi va hissiy holati kuzatib boriladi. Shuningdek, elektron nazorat tizimlari orqali bilimlarni avtomatik baholash va o‘quvchilarning individual rivojlanish trayektoriyalarini belgilash imkoniyatlari yaratilgan.

Sogʻliqni saqlash sohasida esa Xitoyning tajribasi oʻziga xosdir. **Keng koʻlamli tibbiy maʼlumotlar bazalari** asosida yaratilgan SI tizimlari kasalliklarni aniqlash, davolash usullarini takomillashtirish va yangi dori vositalarini ishlab chiqishda qoʻllanilmoqda. Masalan, radiologiya va genomika yoʻnalishida SI diagnostika aniqligini sezilarli darajada oshirib, shifokorlarga klinik qaror qabul qilishda yordam bermoqda.

Xitoy tajribasi shuni koʻrsatadiki, davlat tomonidan kuchli qoʻllab-quvvatlash, katta maʼlumotlardan samarali foydalanish va texnologik gigantlarning faol ishtiroki sunʼiy intellektni tezkor surʼatlarda rivojlantirishda muhim omillardir. Shu bilan birga, Xitoyning SI sohasidagi amaliyotlari inson huquqlari, shaxsiy maʼlumotlarni himoya qilish va etik meʼyorlarga oid global bahslarni ham yuzaga keltirmoqda.

Oʻzbekiston tajribasi:

Oʻzbekiston soʻnggi yillarda sunʼiy intellekt (SI) texnologiyalarini rivojlantirish va ularni turli sohalarga tatbiq etish boʻyicha muhim qadamlarni tashlamoqda. 2021-yilda qabul qilingan **“Sunʼiy intellekt texnologiyalarini rivojlantirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi Prezident qarori** ushbu sohani milliy darajada qoʻllab-quvvatlash va uni iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanishning ustuvor yoʻnalishlaridan biri sifatida belgilab berdi.

Oʻzbekiston tajribasining oʻziga xos jihati shundaki, SI texnologiyalaridan foydalanish bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda va bunda xalqaro hamkorlikka alohida eʼtibor qaratilmoqda. Jumladan:

Taʼlim sohasida: sunʼiy intellekt asosidagi elektron taʼlim platformalari, masofaviy oʻqitish tizimlari va avtomatlashtirilgan baholash vositalari bosqichma-bosqich joriy etilmoqda. Toshkent shahrida tashkil etilgan **Sunʼiy intellekt boʻyicha ilmiy-tadqiqot instituti** ilmiy salohiyatni oshirish va SI mutaxassislarini tayyorlashda muhim rol oʻynamoqda.

Davlat boshqaruvida: **“Raqamli Oʻzbekiston – 2030”** strategiyasi doirasida SI texnologiyalari elektron hukumat tizimlarida, fuqarolarga

ko‘rsatiladigan xizmatlarni avtomatlashtirishda, shuningdek, byurokratik jarayonlarni qisqartirishda tatbiq etilmoqda.

Sog‘liqni saqlashda: SI asosida diagnostika vositalarini joriy etish, telemeditsina xizmatlarini kengaytirish va kasalliklar tarqalishini monitoring qilish tizimlari rivojlantirilmoqda.

Iqtisodiyot va biznesda: bank-moliya sektorida kredit xavflarini baholash, mijozlar bilan ishlashni avtomatlashtirish va elektron savdo platformalarida SI algoritmlaridan foydalanilmoqda.

Shuningdek, O‘zbekiston BMT va UNESCO kabi xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlikda **sun‘iy intellektning etik tamoyillarini** ishlab chiqish va milliy qonunchilikni takomillashtirish borasida ham faol ish olib bormoqda.

Umuman olganda, O‘zbekiston tajribasi hali shakllanish bosqichida bo‘lsa-da, davlat siyosatining qat‘iy qo‘llab-quvvatlashi, xalqaro hamkorlik va milliy kadrlar tayyorlashga qaratilgan sa‘y-harakatlar kelgusida mamlakatni mintaqada sun‘iy intellekt bo‘yicha yetakchi markazlardan biriga aylantirish imkoniyatini bermoqda.

Rivojlanayotgan mamlakatlar tajribasi:

Hozirgi davrda rivojlanayotgan mamlakatlar ham sun‘iy intellekt (SI) texnologiyalarini milliy taraqqiyot strategiyalariga faol tatbiq etmoqda. Hindiston, Braziliya, Janubiy Koreya kabi davlatlar SI’ni iqtisodiy o‘rishni jadallashtirish, ta’lim tizimini modernizatsiya qilish va ijtimoiy xizmatlarni samarali tashkil etishda muhim vosita sifatida ko‘rmoqda.

Hindiston tajribasi asosan raqamli transformatsiya jarayonlari bilan chambarchas bog‘liq. “Digital India” dasturi doirasida SI texnologiyalari elektron hukumat xizmatlarida, sog‘liqni saqlashda telemeditsina platformalarida hamda qishloq xo‘jaligida hosildorlikni prognoz qilish tizimlarida qo‘llanilmoqda. Shuningdek, Hindiston startaplari ta’lim sohasida adaptiv onlayn kurslar va virtual repetitorlik tizimlarini rivojlantirmoqda.

Braziliya esa SI'dan asosan sog'liqni saqlash va ijtimoiy boshqaruvda foydalanmoqda. Mamlakatda yaratilgan elektron salomatlik tizimlari aholini qamrab olish darajasini oshirib, chekka hududlarda ham tibbiy xizmatlardan foydalanish imkoniyatini kengaytirmoqda. Shu bilan birga, SI asosidagi ekologik monitoring tizimlari o'rmonlarni muhofaza qilish va atrof-muhit barqarorligini ta'minlashda qo'llanilmoqda.

Janubiy Koreya rivojlanayotgan mamlakatlar orasida SI sohasida eng ilg'or tajribaga ega davlatlardan biri hisoblanadi. Mamlakatda SI texnologiyalari ta'lim tizimida interaktiv raqamli platformalar va avtomatlashtirilgan baholash vositalarida keng qo'llanmoqda. Bundan tashqari, elektron hukumat tizimlari va "aqlli shaharlar" konsepsiyasi Koreyaning SI yutuqlarini amaliyotga tatbiq etishdagi muvaffaqiyatlarini namoyon etmoqda.

Umuman olganda, rivojlanayotgan mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, SI texnologiyalari ular uchun faqat texnik yangilik emas, balki **ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotning muhim katalizatori** sifatida xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, resurslar va infratuzilma cheklangan bo'lsa-da, innovatsion yondashuvlar va xalqaro hamkorlik orqali sezilarli natijalarga erishilmoqda.

Sun'iy intellekt (SI) texnologiyalari bugungi kunda global miqyosda nafaqat texnik innovatsiya, balki ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning strategik omili sifatida maydonga chiqmoqda. Turli mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, SI'dan foydalanishda yagona yo'l mavjud emas – har bir davlat o'z iqtisodiy salohiyati, siyosiy ustuvorliklari va ijtimoiy ehtiyojlariga mos strategiyani ishlab chiqmoqda.

AQSh tajribasi – innovatsion ekotizim va davlat-xususiy sektor hamkorligiga asoslangan bo'lib, ilmiy izlanishlar, startaplar va texnologik kompaniyalar faoliyati orqali global yetakchilikni saqlab qolmoqda. **Yevropa Ittifoqi** esa huquqiy tartibga solish, etik tamoyillar va inson manfaatlarini himoya qilishga alohida urg'u berib, SI texnologiyalariga jamiyat ishonchini ta'minlashni

maqsad qilmoqda. **Xitoy** davlat siyosati darajasida kuchli qo‘llab-quvvatlash, katta ma’lumotlardan samarali foydalanish va texnologik gigantlarning faol ishtiroki orqali SI’ni jadal rivojlantirib, 2030-yilga borib dunyo yetakchisiga aylanishni maqsad qilmoqda.

Rivojlanayotgan mamlakatlar (Hindiston, Braziliya, Janubiy Koreya va boshqalar) SI’ni iqtisodiy o‘rishni tezlashtirish, ta’lim va sog‘liqni saqlash tizimini modernizatsiya qilish hamda elektron hukumat xizmatlarini rivojlantirish vositasi sifatida qo‘llamoqda. Resurs cheklangan bo‘lsa-da, innovatsion yondashuvlar sezilarli natijalar bermoqda.

O‘zbekiston SI rivojlanishida shakllanish bosqichida bo‘lsa-da, davlat siyosati, xalqaro hamkorlik va kadrlar tayyorlashga qaratilgan sa’y-harakatlar orqali mintaqada yetakchi markazlardan biriga aylanish salohiyatiga ega.

Umuman olganda, xalqaro tajriba shuni ko‘rsatadiki, sun’iy intellektni muvaffaqiyatli rivojlantirish uchun **ilmiy-tadqiqot salohiyati, huquqiy va etik me’yorlar, davlat va xususiy sektor hamkorligi, infratuzilma va kadrlar tayyorlash** muhim ahamiyat kasb etadi. O‘zbekiston uchun esa ushbu tajribalarni qiyosiy o‘rganib, ijobiy jihatlarini milliy sharoitga moslashtirish SI texnologiyalarini barqaror va samarali rivojlantirishning asosiy omili bo‘lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Russell, S., & Norvig, P. (2021). Artificial Intelligence: A Modern Approach (4th ed.). Pearson.
2. European Commission. (2019). Ethics Guidelines for Trustworthy AI. Brussels: European Union Publications.
3. National Science and Technology Council (NSTC). (2019). The National Artificial Intelligence Research and Development Strategic Plan: 2019 Update. Washington, D.C.
4. State Council of China. (2017). New Generation Artificial Intelligence Development Plan. Beijing: Government of China.

5. UNESCO. (2021). Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence. Paris: UNESCO Publishing.

6. Ahmedov A.M. (2021). “Ta’lim tizimida innovatsion texnologiyalardan foydalanishning nazariy asoslari.” O‘zbekiston Pedagogika Jurnal, №3, 45–52.

7. Ahmedov A.M. (2022). “Raqamli transformatsiya sharoitida ta’lim jarayonida sun’iy intellekt texnologiyalarining ahamiyati.” Ilm va Jamiyat, №2, 67–73.

8. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future. W.W. Norton & Company.

9. Floridi, L., & Cowls, J. (2022). The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities. Oxford University Press.

10. Karimov A., & Rakhimov B. (2020). “O‘zbekiston sharoitida sun’iy intellektni joriy etish istiqbollari”. “Raqamli iqtisodiyot jurnali”, №4, 23–30.

JURNALISTIK KONTENT FORMATLARINI YARATISHDA AXBOROT TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISHNING O‘ZIGA XOS JIHATLARI

*Muhayyo SAIDOVA,
O‘zDJTU dotsenti v.b., PhD*

***Annotatsiya:** Mazkur maqolada immersiv texnologiyalarning asosini tashkil etuvchi VR texnologiyasining o‘ziga xos xususiyatlari tadqiq etilgan. Jurnalistik kontent formatlarini loyihalashtirish jarayonlarida axborot texnologiyalaridan foydalanish muhim rol o‘ynaydi. Texnologiyalar yordamida mualliflar axborotni yanada samarali taqdim etish, auditoriya uchun qiziqarli va foydali formatlar yaratish imkoniyatiga ega bo‘lishadi. Masalan, yangi texnologiyalar yordamida interaktiv maqolalar, video reportajlar va blog postlari yaratish hamda auditoriya bilan o‘zaro aloqani kuchaytirish mumkin.*

Shuningdek, ma'lumotlarni to'plash va tahlil qilish jarayonida BIG data va sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish, faktlarni tezda tasdiqlash va xato ma'lumotlarga qarshi kurashishga yordam beradi. Bularning barchasi jurnalistikani yanada sifatli va ishonchli qilishga xizmat qiladi, shuningdek, auditoriya bilan munosabatlarni mustahkamlashga ko'maklashadi. Jamoatchilik bilan o'zaro aloqalar va axborot tarqatish jarayonlari yanada samarali, tezkor va moslashuvchan bo'ladi.

Kalit so'zlar: *VR texnologiya, "asset-list", VR-loyiha, vizual effekt, geymdizayner, tovush kartasi.*

Abstract: *This article examines the unique features of virtual reality (VR), the technology that underlies immersive experiences. The use of information technology plays a significant role in the design of journalistic content formats. With the help of technology, authors are able to present information more effectively and create engaging and useful formats for their audiences. For example, new technologies can be used to create interactive articles, video reports, and blog posts, as well as to improve audience engagement. Furthermore, the use of big data and artificial intelligence technologies in data collection and analysis facilitates rapid fact-checking and the fight against disinformation. All this contributes to the quality and credibility of journalism and strengthens relationships with audiences. Public relations and information dissemination processes will become more effective, faster, and more flexible.*

Keywords: *virtual reality technology, asset list, virtual reality project, visual effects, game designer, sound card.*

Jurnalistik kontent formatlarini loyihalashtirish jarayonida axborot texnologiyalaridan foydalanish muhim rol o'ynaydi. Texnologiyalar yordamida mualliflar axborotni yanada samarali taqdim etish, auditoriya uchun qiziqarli va foydali formatlar yaratish imkoniyatiga ega bo'lishadi. Masalan, yangi texnologiyalar yordamida interaktiv maqolalar, video reportajlar va blog postlar

yaratish hamda auditoriya bilan o‘zaro aloqani kuchaytirish mumkin. Shuningdek, ma’lumotlarni to‘plash va tahlil qilish jarayonida BIG data va sun’iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish, faktlarni tezda tasdiqlash va xato ma’lumotlarga qarshi kurashishga yordam beradi. Bularning barchasi jurnalistikani yanada sifatli va ishonchli qilishga xizmat qiladi, shuningdek, auditoriya bilan munosabatlarni mustahkamlashga ko‘maklashadi. Jamoatchilik bilan o‘zaro aloqalar va axborot tarqatish jarayonlari yanada samarali, tezkor va moslashuvchan bo‘ladi.

VR ilovalarda ishlash uchun dastavval “asset-list” shakllantirish lozim. Assetlar, (ing. Assets) – o‘yin yoki dasturiy ta’minotni ishlab chiqishda kontent yaratish uchun foydalaniladigan raqamli komponentlar. Bu asosan bir xil turdagi ma’lumotlardan iborat ajralmas obyekt. Assetlarning ko‘rinishi ular qanday tuzilganiga bog‘liq. Dasturiy ta’minotlarda har kim o‘zining assetlarini yaratishi va boshqalar bilan baham ko‘rishi mumkin. Ayni tadqiqotimizda nazarda tutilgan asset-list (raqamli komponentlar) – bu VR loyiha hujjati bo‘lib, unda har bir obyektning tuzilishi batafsil izohlanishi talab etiladi. Mazkur hujjatda poligonlar soni, teskturalar sifatining 3D modelidagi detallashtirilgan darajalari ko‘rsatilishi muhim. Asset-listning vizual uslubida VS-multivlik tili va sxematik realizm va aniqlik; yuqori VS detallashuvi; VSning yorqin ranglar jilosi va boshqalar ko‘rsatilib, platformaning texnik chegaralangan xususiyatlari ham inobatga olinishi kerak.

Keyingi bosqichda tovush kartasi shakllantriladi, ya’ni loyiha kartasi bu – sahnalashtirish jarayoni mexanika va assetlar bilan birlashtiriladi. Bu jarayonda barcha harakatlar konkretlashtirilishi zarur: loyihada ko‘rsatilgan detallar qachon, qanday qilib va nima uchun ishlashi kerakligi qayd etiladi. Karta loyihasi quyidagicha ko‘rinishda bo‘ladi:

- Mexanikalarning ishga tushirilishi;
- Personajlar replikasi;
- Obyektlarda tovushni yoqish;

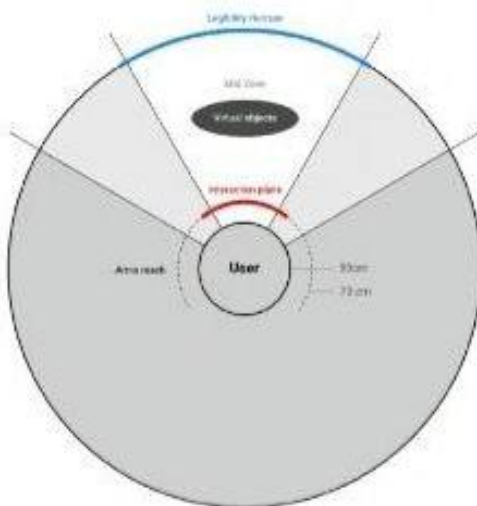


- Ekranida matnning paydo bo'lishi;
- Ekrandagi obyektlarning animatsiyasi;
- Vizual effektlar.

Keyingi jarayonda mehnat xarajatlari baholanadi. Baholash tizimi 2 ta tamoyilga asoslanadi: Birinchisi loyiha izohi asosida va ikkinchisi loyihani muddatga korreksiyalash (o'z muddatida tugatish). Shu bilan prodakshn ishlab chiqarishning dastlabki bosqichi yakunlanadi.

Sahnalashtirish bosqichida bir qancha qoidalarga amal qilish bilan birgalikda syujetni tizimli yoki tizimsiz turlarga ajratib olish muhim. Foydalanuvchining loyihadagi ishtiroki: faqat nigoh; nigoh va qo'llar; butun borlig'i (tanasi) bilan ishtiroki ta'minlanadi. Ya'ni foydalanuvchi voqelikni faqat tomosha qilishi mumkin. Nigoh va qo'llar ishtiroki loyihasida voqelikni ko'rib, qo'llari bilan detallarni his etadi. Uchinchi holatda butun borlig'i bilan voqelikka "sho'ng'iydi".

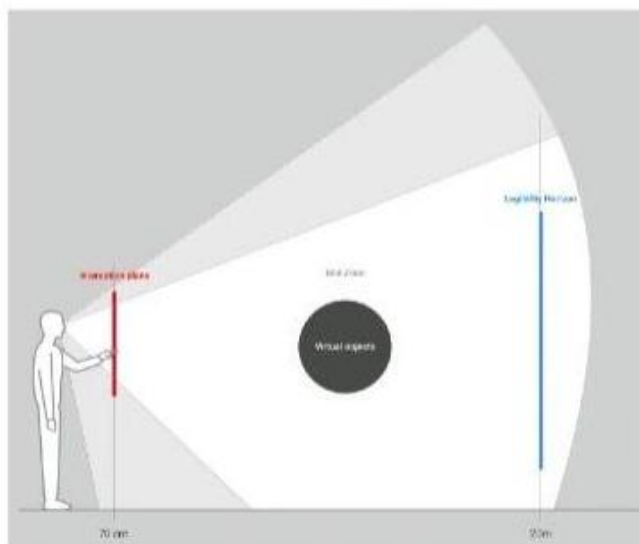
Loyhalashning keyingi bosqichida rakurslar (UX/UI) belgilanadi. 1-



rakurs:

Rakurs-1

2-rakursda obyektlarning distansion joylashish korreksiyasi loyihalashtiriladi:



Rakurs-2

Keyingi navbatda loyihani ishlash jamoasini tuzish vazifasi turibdi. Media uchun VR-loyiha ishlash xuddi kompyuter o'yinlariga o'xshash jihatlari bor, lekin jarayon boshqacha kechadi. Loyiha jamoasi:

- ✓ Geymdizayner;
- ✓ Loyiha menejeri (texnik menejment bilan shug'ullanadi);
- ✓ Ishlab chiqaruvchilar guruhi;
- ✓ Dizaynerlar guruhidan iborat.

VRbop axborot topish va uning ustida ishlash, ya'ni syujet masalasi keyingi o'rinda turibdi. Odatda, immersiv kontent yaratishda tajribasi bor medialar tahririyat mavzusidan kelib chiqib, muhim sanalar, takrorlanib turadigan tadbirlar, bayramlar, yangiliklar kun tartibi, global miqyosdagi informatsion trendlar asosida syujet yaratadi. Mazkur loyihalarni ishlashda ham o'ziga xos talablar doirasida ishlash muhim.

Generativ ravishda harakat parallaks qobiliyati va chuqur hissiyotlarni idrok etish imkoniyati yaratiladi⁷. Odatiy ko'rish qobiliyati bilan ishtirok etganda turli tizimlar orqali ular faollashtiriladi. Bunda stereoning o'zi kamlik qiladi,

⁷Анджана В. Проекты [keckcaves](https://keckcaves.org). Самые известные пещеры в мире. <https://keckcaves.org/most-famous-caves-in-the-world/>.

tasvir tizimlarida ovoz muhitini yaratish muhim. Muhit shovqini tufayli virtual dunyo ovozi to‘g‘ri nuqtadan to‘g‘ri obyektga uzatiladi va ishtirokchining muhitga to‘liq sho‘ng‘ish effektini yaratadi. Aynan shu hodisa VR muhitini yuzaga keltiradi⁸.

Xulosa qilib aytganda, XX–XXI asrlar virtual reallik masalalariga tadqiqot nuqtayi nazaridan qiziqishlar ortib, mazkur izlanishlarning yo‘nalishlari nafaqat aniq fanlar negizida, balki falsafiy, ijtimoiy va gumanitar fanlar asosida ham olib borilayotgani ushbu yangilikning o‘ta dolzarb ekanligini isbotlab turibdi. Agar bu yangi texnik va texnologik imkoniyatlarni fenomen sifatida ko‘radigan bo‘lsak, bu fenomenni zamonaviy borliqda sodir bo‘layotgan VR texnologiyalarning shiddat bilan taraqqiy topayotganligi bilan bog‘lashimiz mumkin.

MEDIA KONTENT YARATISH VA UNDA SUN‘IY INTELLEKTNING O‘RNI

*Madina MIRZAQOBILOVA,
O‘zDJTU mustaqil izlanuvchisi*

***Annotatsiya:** Maqolada media kontent yaratish jarayonida zamonaviy tendensiyalar va sun‘iy intellekt texnologiyalarining o‘rni tahlil qilingan. XXI asrda raqamli kommunikatsiyalar rivoji natijasida axborot ishlab chiqarish va tarqatish jarayonlari tubdan o‘zgarib, media sohasida yangi formatlar, avtomatlashtirilgan tahrirlash tizimlari va intellektual tavsiya mexanizmlari paydo bo‘ldi. Tadqiqotda sun‘iy intellektning kontent yaratish, tahrir qilish, vizual va audio materiallarni generatsiyalashdagi imkoniyatlari hamda axborot sifatini oshirishdagi samarasi yoritilgan. Shuningdek, sun‘iy intellektdan foydalanishning etik, huquqiy va texnik jihatlari tahlil qilingan. Maqolada zamonaviy media muhitida inson omili va algoritmik boshqaruv o‘rtasidagi muvozanatni saqlashning ahamiyatiga alohida e‘tibor qaratilgan.*

⁸Artus R. Звуковые эффекты в виртуальных мирах. <https://habr.com/ru/post/323072/>.

Kalit soʻzlar: media kontent, sunʼiy intellekt, raqamli jurnalistika, avtomatlashtirish, axborot texnologiyalari, innovatsiya, axborot etikasi.

Annotation: The article analyzes modern trends in media content creation and the role of artificial intelligence technologies in this process. In the 21st century, the development of digital communications has fundamentally transformed the production and distribution of information, leading to the emergence of new formats, automated editing systems, and intelligent recommendation mechanisms in the media sphere. The study highlights the possibilities of artificial intelligence in content creation, editing, and the generation of visual and audio materials, as well as its effectiveness in improving information quality. Ethical, legal, and technical aspects of using artificial intelligence in media are also examined. Special attention is paid to the importance of maintaining a balance between the human factor and algorithmic management in the modern media environment.

Keywords: media content, artificial intelligence, digital journalism, automation, information technology, innovation, information ethics.

Anʼanaviy axborotni taqdim etish tadqiqotlari qoʻllanilish va erishish kabi mexanizmlarni taʼkidlasa ham ushbu jarayonlar endilikda murakkab va shaxsiylashtirilgan media muhitlarida kechadi. Muhimlik endi faqat xabar dizayni yoki takrorlash bilan aniqlanmasdan, balki shaxsning kuratsiyalangan lentasidagi kontentning joylashtirilishi va ustunlik berilishi bilan ham belgilanadi. Masalan, algoritmik reyting muayyan sayqallashni foydalanuvchining oldingi harakati yoki xulosa qilingan afzalliklari bilan moslashtirish orqali ularning koʻrinishini oshirishi mumkin. Tadqiqotlar shuni koʻrsatdiki, foydalanuvchilarning manba ishonchliligi va kontent ishonarliligi haqidagi idroklari algoritmik vaqt jadvallaridagi postlarning joylashtirilishiga taʼsir qiladi. Bu platformalarning oʻzlari axborotni taqdim etish taʼsirlarini

ko‘rsatishi mumkinligini anglatadi [9]. Ushbu o‘zgarishlarga qaramay, axborotni taqdim etish nazariyasi raqamli kontekstlarda media ta’sirlarini o‘rganish uchun juda samarali konseptual vosita bo‘lib qoladi. U shaxslar axborotni qanday talqin qilishi, javobgarlikni qanday belgilashi va masalalar taqdim etilish usuliga asoslanib munosabatlarni qanday shakllantirishi bilan bog‘liq. Ushbu talqin yo‘nalishi algoritmik muhitlar muayyan rivoyatlarni kuchaytirib, boshqalarini o‘chirish usullarini tushunish, ko‘pincha foydalanuvchi xabardorligidan chetda qolishini tushunish uchun juda mos keladi [10].

Sun‘iy intellekt bo‘yicha yangiliklarni taqdim etishga xos tadqiqotda [11] mediada qo‘llaniladigan sayqallash va vizuallar jamoatchilikning sun‘iy intellektning ishonchliligi va e‘tiborliligi haqidagi idroklarini qanday shakllantirishini o‘rgandilar. Sun‘iy intellekt ijtimoiy taraqqiyot vositasi sifatida sayqallanganda, ishtirokchilar uni ijobiy qabul qilish ehtimoli yuqori bo‘ldi, bu texnologiyaga bo‘lgan ishonchning oshishiga olib kelishi mumkin. Aksincha, sun‘iy intellektning xavflarini ta’kidlovchi “Pandora qutisi” ramkasi sun‘iy intellektning niyatlari yoki xavfsizligi haqida qo‘rquv yoki shubha uyg‘otish orqali ishonchlilik idroklarini buzishga moyil bo‘ldi. Ijobiy sayqallash va tanimal, tahdidsiz vizuallar sun‘iy intellektning ishonchliligini oshirish, salbiy sayqallash va tahdidli tasvirlar esa texnologiyaga bo‘lgan jamoaviy ishonchni kamaytirishi mumkin. Kelajakda mediaindustriya yanada shaxsiylashtirilgan va interaktiv yo‘nalishda rivojlanishi kutilmoqda, bunda an’anaviy va yangi media shakllari birgalikda mavjud bo‘lib, o‘ziga xos ekotizimni tashkil etadi.

2025-yilda kontent tarqatishda bir qancha yangi trendlar shakllandi. Qisqa hajmdagi video kontentlar, jonli efirlar va interaktiv kontentlar keng tarqaldi.

⁹Bandy, J., & Diakopoulos, N. (2020). Auditing news curation systems: A case study examining algorithmic and editorial logic in Apple News. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 14(1), 36–47. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v14i1.7277>

¹⁰Lecheler, S., & de Vreese, C. H. (2018). *News framing effects: Theory and practice* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315208077>

¹¹Bunz, F., & Braghieri, M. (2024). The news framing of artificial intelligence: A critical exploration of how media discourses make sense of automation. *AI & Society*, 39, 437–451. <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01511-1>

Generativ sun'iy intellekt vositalari kontent yaratish jarayonini oddiylashtirdi. Buni quyidagi jadvalda (1-jadval) ko'rish mumkin:

Kontent yaratish jarayonlari

Kontent turi	O'sish sur'ati	Asosiy platforma	Auditoriya qiziqishi
Qisqa videolar	+45%	Facebook, Instagram	Barcha yosh guruhlari
Jonli efirlar	+38%	YouTube, Twitch, Telegram	Barcha yosh guruhlari
Interaktiv kontent	+32%	Veb-saytlar	Korporativ auditoriya
SI bilan yaratilgan kontent	+58%	Barcha platformalar	Texnik auditoriya

Mediakontentga qo'yiladigan zamonaviy me'yoriy talablar raqamli mediakontent yuridik, etik va texnik me'yorlarga muvofiq ravishda tayyorlanishi zarur. Quyida asosiy talablar jamlangan: (2-jadval)

Mediakontentga qo'yiladigan zamonaviy me'yoriy talablar

Talab turi	Mazmuni
Yuridik talablar	Mualliflik huquqi, shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish, feyk axborot tarqatmaslik, ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi qonunlarga rioya qilish
Etik talablar	Teng huquqlilik, axloqiy prinsiplarga rioya etish, diniy va milliy qadriyatlarni tahqirlamaslik
Texnik talablar	Formatlar muvofiqligi (HD, mobil format), SEO talablari, yuklash tezligi, qolipga tushgan stil va struktura
Axborot sifati	Axborotning ishonchliligi, manbaga tayanish, tahlilchanlik, obyektivlik

Bu talablar kontentning omma orasida ishonchli va foydali qabul qilinishi uchun muhim ahamiyatga ega. Raqamli kontent sohasida me'yoriy baza turli

darajalarda shakllanmoqda. Yevropa Ittifoqining Raqamli xizmatlar akti (DSA) onlayn vositachi platformalar faoliyatini tartibga soladi va noqonuniy hamda zararli faoliyatni oldini olishga qaratilgan. Bu akt ijtimoiy tarmoqlar, kontent almashinuv platformalari va ilova do'konlarini qamrab oladi [12].

Buyuk Britaniyada Media Act 2024 media tartibga solish tizimini tubdan isloh qildi va chiziqli eshittirish modelidan internet asosidagi dastur yetkazib berish shakllariga o'tishni aks ettirdi. Bu qonun mediakontentni zamonaviy raqamiy muhitga moslashtirish uchun qabul qilindi [13].

Sun'iy intellekt kontent yaratish jarayonida inqilobiy o'zgarishlar olib keldi. 2024-2025-yillarda sun'iy intellekt kontent-marketingda asosiy trend bo'lib qoldi va sifat yo'qotilmasdan matnlar yaratish imkonini berdi. Bu texnologiya bir necha sohalarda qo'llanilmoqda: Birinchi, kontent-plan yaratish. Sun'iy intellekt murakkab mavzular bo'yicha sifatli va axborotli rejalar tuzishda yordam beradi. Ikkinchi, vizual kontent generatsiyasi. SI vositalari unikal tasvirlar yaratish va mualliflik huquqlari bilan bog'liq muammolarni hal qilishda samarali. Uchinchi, analitika va raqobatchi tahlili. 2024-yilda sun'iy intellekt raqobatchi tahlilini bir necha daqiqada bajarish va chuqur insightlar olish imkonini berdi.

O'zbekiston kontekstida raqamiy kontent yaratish va tarqatish uchun quyidagi tavsiyalar beriladi:

Birinchi, xalqaro standartlarga muvofiqlik. O'zbek kontent ishlab chiqaruvchilari Yevropa va AQSh me'yorlarini e'tiborga olib, o'z strategiyalarini moslashtirishi kerak.

Ikkinchi, sun'iy intellekt etikasi. SI vositalaridan foydalanishda shaffoflik va axloqiy prinsiplarga amal qilish zarur.

Uchinchi, mahalliy me'yoriy baza ishlab chiqish. O'zbekiston o'z

¹²European Commission. (2024). *The EU's Digital Services Act*

¹³РБК Тренды. (2023). *Искусственный интеллект 2023–2024: борьба за данные и открытая разработка*

raqamli kontent standartlarini yaratib, xalqaro talablar bilan uyg'unlashtirishi maqsadga muvofiq.

To'rtinchidan, ta'lim va malaka oshirish. Kontent ishlab chiqaruvchilar uchun doimiy ta'lim dasturlari ishlab chiqish va xalqaro tajriba almashinuvi.

Xulosa qiladigan bo'lsak, raqamlashtirish jarayoni mediakontent yaratish va tarqatish sohasini tubdan o'zgartirdi. Zamonaviy texnologiyalar, ayniqsa, sun'iy intellekt vositalari, kontent industriyasida yangi imkoniyatlar yaratdi. Biroq bu yutuqlar bilan birga yangi me'yoriy talablar va huquqiy cheklovlar ham paydo bo'ldi.

Kelajakda muvaffaqiyatga erishish uchun kontent ishlab chiqaruvchilar xalqaro standartlarga amal qilishi, sun'iy intellekt vositalaridan mas'uliyat bilan foydalanishi va doimiy innovatsiyalarga tayyor bo'lishi kerak. O'zbekiston bu sohada o'z milliy strategiyasini ishlab chiqib, xalqaro tajriba bilan integratsiyalashishi va ijtimoiy-madaniy kontentni auditoriya ehtiyojlariga moslashtirish zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Bandy, J., & Diakopoulos, N. (2020). Auditing news curation systems: A case study examining algorithmic and editorial logic in Apple News. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 14(1), 36–47. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v14i1.7277>

2. Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14(7), 1164–1180. <https://doi.org/10.1177/1461444812440159>

3. Bunz, F., & Braghieri, M. (2024). The news framing of artificial intelligence: A critical exploration of how media discourses make sense of automation. *AI & Society*, 39, 437–451. <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01511-1>

4. European Commission. (2024). *The EU's Digital Services Act*

5. Lecheler, S., & de Vreese, C. H. (2018). News framing effects: Theory

and practice (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315208077>

6. РБК Тренды. (2023). Искусственный интеллект 2023–2024: борьба за данные и открытая разработка.

7. Thorson, K., Cotter, K., Medeiros, M., & Pak, C. (2021). Algorithmic inference, political interest, and exposure to news and politics on Facebook. (2), 183–200.

TELEJURNALISTIKADA SUN'iy INTELLEKT YORDAMIDA MILLIY BRENDNI ILGARI SURISH TEXNOLOGIYALARI

Sultonposhsho SOTIBOLDIYEVA,

O'zDJTU mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya: Mazkur maqolada telejurnalistika sohasida sun'iy intellekt (SI) texnologiyalaridan foydalanish orqali milliy brendni ilgari surishning zamonaviy usullari, amaliy imkoniyatlari va istiqbollari tahlil etiladi. Shuningdek, SI yordamida axborot kontentini ishlab chiqish, maqsadli auditoriyani aniqlash, axborot oqimlarini boshqarish hamda milliy qadriyatlarni targ'ib etish jarayonlari samaradorligini oshirish masalalari yoritilgan.

Kalit so'zlar: sun'iy intellekt, telejurnalistika, milliy brend, media kommunikatsiya, raqamli transformatsiya, axborot texnologiyalari.

Annotation: This paper examines contemporary approaches, practical opportunities, and future prospects for promoting the national brand through the application of artificial intelligence (AI) technologies in television journalism. It explores how AI can enhance the effectiveness of content production, audience targeting, information flow management, and the promotion of national values. The study also discusses the role of AI-driven tools in advancing media communication and supporting the digital transformation of the television industry.

Keywords: artificial intelligence, television journalism, national brand, media communication, digital transformation, information technologies.

Bugungi globallashtirish va raqamli iqtisodiyot sharoitida axborot makonida milliy manfaatlarini himoya qilish, madaniy qadriyatlarini keng targʻib etish va mamlakat imidjini mustahkamlash masalalari dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Bu jarayonda telejurnalistika milliy brendni shakllantirish va uni xalqaro miqyosda tanitishning eng taʼsirchan vositalaridan biri boʻlib qolmoqda.

Soʻnggi yillarda sunʼiy intellekt texnologiyalarining media sohasi, xususan, telejurnalistikada qoʻllanilishi mazkur yoʻnalishda yangi imkoniyatlar yaratmoqda. SI vositalari axborotni tezkor ishlash, auditoriyani chuqur tahlil etish, kontentni shaxsiylashtirish va kommunikatsion samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi.

Oʻzbekiston Respublikasida “Raqamli Oʻzbekiston – 2030” strategiyasi doirasida media tizimini raqamlashtirish, sunʼiy intellektni davlat va xususiy sektorga joriy etish boʻyicha qator tashabbuslar amalga oshirilmoqda. Shu nuqtai nazardan, milliy brendni ilgari surishda telejurnalistikada sunʼiy intellektdan foydalanish istiqbollari ilmiy va amaliy jihatdan oʻrganishga arzigulik mavzudir.

Bugungi kunda sunʼiy intellekt jurnalistika jarayonining barcha bosqichlariga – axborotni izlash, tahrirlash, efirga tayyorlash va tarqatishgacha chuqur kirib borayotganini¹⁴, tan olishimiz joiz. Bu texnologiyalar jurnalist mehnatini avtomatlashtirish, inson xatolarini kamaytirish va axborot oqimini tezlashtirishda beqiyos ahamiyat kasb etadi. Masalan, SI asosidagi algoritmlar orqali axborot manbalarini real vaqt rejimida tahlil etish, yangiliklarni tezda saralash va tasniflash, dolzarb voqealarni monitoring qilish imkoniyatlari kengayotganini alohida taʼkidlash mumkin.

Tahrir jarayonida sunʼiy intellekt matni grammatik, uslubiy va semantik jihatdan tahlil qilib, avtomatik tahrir takliflarini beradi. Shu bilan birga, ovoz sintezi va tasvirni qayta ishlash texnologiyalari yordamida yangiliklarni ovoqli

¹⁴Floridi L. *The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities*. Oxford University Press, 2023.

shaklda tayyorlash, subtitrlarni avtomatik yaratish, hatto virtual boshlovchilar orqali efirga uzatish imkoniyatini yuzaga keltiradi.

Efirga tayyorlash bosqichida SI dasturlari kontentni tomoshabinlarning yosh, hududiy va madaniy xususiyatlariga qarab moslashtiradi, efir jadvalini optimallashtiradi va ko‘rsatuvlarning reytingini bashorat qilish imkonini beradi. Tarqatish bosqichida esa sun‘iy intellekt algoritmlari ijtimoiy tarmoqlar va raqamli platformalarda auditoriya reaksiyasini o‘lchab, keyingi kontent strategiyasini shakllantirishga yordam beradi¹⁵.

Shu o‘rinda yana bir jihat – telejurnalistikada SI texnologiyalari orqali quyidagi yo‘nalishlarda samarali natijalar erishish mumkin:

- ✓ avtomotik kontent ishlab chiqish – yangilik matnlari va ssenariylarni SI yordamida generatsiya qilish¹⁶;
- ✓ ovoz va tasvirni sintez qilish – virtual boshlovchilar va 3D avatarlar yordamida efirlar uchun tayyorlash¹⁷;
- ✓ auditoriyani tahlil qilish – SI yordamida tomoshabinlar qiziqishlarini tahlil etish hamda kontentni shunga moslashtirish¹⁸.

Milliy brend – mamlakatning iqtisodiy, madaniy va ijtimoiy qadriyatlarini jahon miqyosida tanituvchi tushuncha bo‘lib, telejurnalistika bu brendni vizual hamda emotsional ifodalashning eng samarali platformasidir¹⁹. Sun‘iy intellekt yordamida milliy brendni ilgari surishda quyidagi texnologik yechimlarni taklif etish mumkin²⁰:

¹⁵Kaplan A., Haenlein M. “Siri, Siri, in my hand: Who’s the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence.” *Business Horizons*, t. 62, № 1, b. 15–25, 2019.

¹⁶UNESCO. *Reporting on Artificial Intelligence: A Handbook for Journalism Educators*. UNESCO Publishing, 2023.

¹⁷Systematic Review. “Artificial Intelligence in Journalism.” *Open Science Framework*, 2022.

¹⁸Nanz A. “AI in the Newsroom: Does the Public Trust Automated News?” *Journalism Studies*, 2025.

¹⁹Kaplan A., Haenlein M. “Siri, Siri, in my hand: Who’s the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence.” *Business Horizons*, t. 62, № 1, b. 15–25, 2019.

²⁰Floridi L. *The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities*. Oxford University Press, 2023.

1. Media monitoring va tahlil tuzilmalari – ijtimoiy tarmoqlardagi fikrlarni o‘rganib, PR strategiyalarini shakllantirish²¹;
2. Raqamli marketing avtomatizatsiyasi yordamida reklama va e’lonlarni avtomatik joylashtirish;
3. Til va tarjima tizimlari – milliy kontentni chet tillariga tarjima qilish orqali xalqaro auditoriyani kengaytirish;
4. Virtual brend-elchilar – SI asosida yaratilgan 3D qahramonlar yordamida brendni targ‘ib etish²² kabilar.

Telejurnalistikada SI texnologiyalarini samarali joriy etish uchun quyidagi amaliy choralarni taklif etish mumkin:

- Vaholanki, SI mazkur sohaga ham kirib ulgurgan ekan, telekanallar huzurida SI laboratoriyalarini tashkil qilish;
- Jurnalistlar uchun SI savodxonligi bo‘yicha treninglar o‘tkazib borish;
- Mahalliy dasturchilar bilan hamkorlikni yo‘lga qo‘yish orqali SI dasturlarni ishlab chiqish;
- Milliy telekontentni himoya qilish uchun blokcheyn (***Blokcheyn** — bu ma’lumotlarni o‘zgartirishdan himoya qiluvchi, markazsiz, ya’ni yagona boshqaruvsiz hisoblangan ishonchli raqamli tizim²³*) texnologiyasini qo‘llash kabilar orqali ijobiy natijalarni qayd etish mumkin.

Xulosa o‘rnida shuni aytish mumkinki, telejurnalistikada sun’iy intellektdan foydalanish texnologik innovatsiya bilan bir qatorda, milliy brend siyosatini rivojlantirishda ham muhim ahamiyat kasb etadi²⁴. SI vositalari orqali ishlab chiqilgan media kontent milliy qadriyatlarni zamonaviy formatda targ‘ib

²¹Ardabili S. F., Mosavi M., Varkonyi-Koczy A. R. va boshq. *A comprehensive review of AI in journalism. Scientific Research Publishing Journal*, 2023.

²²Nanz A. “AI in the Newsroom: Does the Public Trust Automated News?” *Journalism Studies*, 2025.

²³Ghiro L., Restuccia F., D’Oro S., Basagni S., Melodia T., Maccari L., Lo Cigno R. *What is a Blockchain? A Definition to Clarify the Role of the Blockchain in the Internet of Things. arXiv preprint arXiv:2102.03750*. – 2021. – Manba: <https://arxiv.org/abs/2102.03750>

²⁴*The Washington Post*. “What happened when a newspaper let AI take over,” 26 mart, 2025.

etish imkonini beradi. Shu sababli, mamlakatimiz telejurnalistika sohasi uchun sun'iy intellektni keng joriy etish istiqbollari dolzarb masaladir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI:

1. Ardabili S. F., Mosavi M., Varkonyi-Koczy A. R. va boshq. *A comprehensive review of AI in journalism. Scientific Research Publishing Journal*, 2023.
2. Floridi L. *The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities*. Oxford University Press, 2023.
3. Ghiro L., Restuccia F., D'Oro S., Basagni S., Melodia T., Maccari L., Lo Cigno R. *What is a Blockchain? A Definition to Clarify the Role of the Blockchain in the Internet of Things. arXiv preprint arXiv:2102.03750*. – 2021. – Manba: <https://arxiv.org/abs/2102.03750>
4. Kaplan A., Haenlein M. “Siri, Siri, in my hand: Who’s the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence.” *Business Horizons*, t. 62, № 1, b. 15–25, 2019.
5. Nanz A. “AI in the Newsroom: Does the Public Trust Automated News?” *Journalism Studies*, 2025.
6. O‘zbekiston Respublikasi. *O‘zbekiston – 2030 strategiyasi*. Rasmiy hujjat, 2023.
7. Systematic Review. “Artificial Intelligence in Journalism.” *Open Science Framework*, 2022.
8. UNESCO. *Artificial Intelligence and Journalism: Ethical and Practical Issues*. UNESCO Reports, 2021.
9. UNESCO. *Reporting on Artificial Intelligence: A Handbook for Journalism Educators*. UNESCO Publishing, 2023.
10. *The Washington Post*. “What happened when a newspaper let AI take over,” 26 mart, 2025.
11. Zhaxylykbayeva R. “Artificial Intelligence and Journalistic Ethics: A Comparative Study.” *MDPI Publications*, 2025.

INTERNET OAVLARIDA SUV TANQISLIGI MASALALARINI YORITISHIDA SUN'YIY INTELLEKTNING O'RNI

Malika SABUROVA,

O'zDJTU o'qituvchisi

malikasaburova69@gmail.com

***Annotatsiya:** So'nggi yillarda global iqlim o'zgarishi, suv resurslarining kamayishi va aholining ko'payishi sababli suv tanqisligi dolzarb masalalardan biriga aylandi. Ushbu tezisdagi internet ommaviy axborot vositalarida suv tanqisligi muammosini yoritishda sun'iy intellekt (SI) texnologiyalaridan foydalanishning o'rni tahlil qilinadi.*

***Kalit so'zlar:** sun'iy intellekt, suv tanqisligi, internet OAV, tahlil, prognoz, O'zbekiston, ma'lumotlar vizualizatsiyasi.*

***Annotation:** In recent years, water scarcity has become one of the pressing issues due to global climate change, the depletion of water resources, and population growth. This thesis analyzes the role of the use of artificial intelligence (AI) technologies in covering the problem of water scarcity in the Internet media.*

***Keywords:** artificial intelligence, water scarcity, internet media, analysis, forecasting, Uzbekistan, data visualization.*

So'nggi yillarda butun dunyoda suv resurslarining tanqisligi muammosi jiddiy ekologik va ijtimoiy-iqtisodiy muammolardan biriga aylanmoqda. Global iqlim o'zgarishi, aholining ko'payishi, sanoat va qishloq xo'jaligi tarmoqlarida suvga bo'lgan talabning ortishi natijasida mavjud suv zahiralari bosim ostida qolmoqda [Ne'matov, 2020: 45].

O'zbekiston ham ushbu jarayondan chetda emas. 2023–2025-yillar davomida mamlakatda suv resurslarini boshqarish, ularni tejash va samarali taqsimlash bo'yicha qator muhim davlat qarorlari qabul qilindi. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan 2024-yil 5-yanvarda "Quyida

bo‘g‘inda suv resurslarini boshqarish tizimini takomillashtirish hamda suv resurslaridan foydalanish samaradorligini oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ–5-son qaror imzolandi [O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti qarori, 2024]. Mazkur hujjat suv resurslarini boshqarishni raqamlashtirish, innovatsion texnologiyalarni joriy etish va mahalliy darajada samaradorlikni oshirishni ko‘zda tutadi.

Zamonaviy axborot-kommunikatsiya vositalari, xususan, internet medialar suv tanqisligi bilan bog‘liq masalalarni yoritishda muhim platformaga aylanmoqda. Mavzuga oid ma‘lumotlarni tezkor tahlil qilish, grafik va infografikalar orqali auditoriyaga yetkazish hamda ekologik madaniyatni oshirishda sun‘iy intellekt texnologiyalarining qo‘llanilishi dolzarb ahamiyat kasb etadi [Ed-Dehbi va boshq., 2025: 52].

Bugungi kunda sun‘iy intellekt vositalari yordamida suv resurslariga oid statistik ma‘lumotlarni qayta ishlash, prognoz modellarini yaratish va OAV materiallarining sifatini oshirish imkoniyatlari kengaymoqda. Shu bois, internet jurnalistikasida suv tanqisligi masalalarini yoritishda sun‘iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish masalasini ilmiy jihatdan o‘rganish zamonaviy OAV rivojining muhim yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi.

BMTning 2023-yildagi hisobotiga ko‘ra, dunyo aholisi suvga bo‘lgan ehtiyojining 40 % dan ortig‘i xavf ostida qolgan. Markaziy Osiyoda, xususan, O‘zbekistonda bu muammo yanada dolzarb bo‘lib, 2024-yilda mamlakatning ayrim hududlarida suv ta‘minoti 15–20 % ga kamaygani qayd etilgan. Shu sababli internet medialarida suv tanqisligi haqidagi axborotning sifatli, tezkor va tahliliy tarzda yoritilishi ijtimoiy ongni shakllantirish va qaror qabul qiluvchilarga ta‘sir ko‘rsatishda muhim vosita hisoblanadi. Hozirgi kunda OAV xodimlari uchun katta hajmdagi ma‘lumotlar tahlili, vizualizatsiya qilish va prognozlash jarayonida sun‘iy intellektning imkoniyatlaridan foydalanish zaruriyati kuchaymoqda.

Dunyo miqyosida suv tanqisligi XXI asrning eng keskin ekologik muammolaridan biriga aylandi. BMTning 2023-yilgi hisobotiga ko‘ra, yer yuzida yashayotgan har uch kishidan biri toza ichimlik suviga yetarli darajada ega emas. Markaziy Osiyo, jumladan O‘zbekiston uchun ham suv resurslarining kamayishi dolzarb masalaga aylandi, chunki qishloq xo‘jaligi sohasi yalpi ichki mahsulotning 28% ini tashkil etib, suvga bog‘liqligi juda yuqori. Internet OAVlari bugungi kunda ekologik muammolarni yoritishda asosiy axborot manbaiga aylandi. Suv tanqisligi haqidagi dolzarb ma‘lumotlarni tezkor yetkazish, ko‘p manbali statistikani birlashtirish va keng auditoriyani xabardor qilishda sun‘iy intellekt (SI) texnologiyalari jurnalistlarga katta imkoniyat yaratmoqda [Nargis Qosimova The Times of Central Asia 2024 yil 13 fevral].

Sun‘iy intellektning internet jurnalistikaga integratsiyasi uch asosiy yo‘nalishda namoyon bo‘ladi: **(1) ma‘lumotlarni yig‘ish va tahlil qilish, (2) vizual kontent yaratish va ma‘lumotlarni taqdim etish, (3) prognozlash va kelajak ssenariylarini modellashtirish.** Quyida ushbu yo‘nalishlarning har biri chuqur tahlil qilinadi.

1. Ma‘lumotlarni yig‘ish va tahlil qilish

O‘zbekiston internet OAVlarida suv tanqisligi bo‘yicha maqolalar soni yildan-yilga ortib bormoqda. Bunda sun‘iy intellektning tabiiy tilni qayta ishlash (NLP) texnologiyalari muhim rol o‘ynamoqda. NLP vositalari davlat hisobotlari, ilmiy maqolalar va ijtimoiy tarmoqlardagi postlardan muhim raqamlarni ajratib olishga yordam beradi.

Jadval 1. O‘zbekiston internet OAVlarida suv tanqisligi mavzusidagi materiallar va SI qo‘llanilishi

Yil	Maqolalar soni	SI asosida tahlil qilinganlari (%)
2023	850	12 %
2024	1 120	26 %
2025 (prognoz)	1 450	41 %

Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, 2023-yilda internet OAVlarida suv tanqisligi bo‘yicha chop etilgan maqolalarning atigi 12 foizi SI yordamida tahlil qilingan bo‘lsa, 2025-yilda bu ko‘rsatkich 41 %ga yetishi kutilmoqda. Bu sun‘iy intellektning jurnalistikaga faol kirib kelayotganini ko‘rsatadi.

2024-yilda ishga tushirilgan **“Open Water Data”** platformasi bu borada katta o‘zgarish yasadi. U SI algoritmlari yordamida davlat idoralaridan kelayotgan ma’lumotlarni avtomatik tahlil qilib, internet OAVlarga real vaqt rejimida suv sarfi va taqchilligi haqida aniq raqamlarni taqdim etmoqda.

2. Vizual kontent yaratish va taqdim etish

Ma’lumotlarni nafaqat to‘plash, balki ularni o‘quvchi uchun tushunarli va jozibador ko‘rinishda taqdim etish ham muhim. Sun‘iy intellekt asosida ishlaydigan vizualizatsiya vositalari (Datawrapper, Flourish, Tableau AI) jurnalistlarga interaktiv xaritalar, diagrammalar va infografikalar yaratishda yordam bermoqda.

2024-yilda “Gazeta.uz” va “Kun.uz” kabi yirik nashrlar sun‘iy intellekt yordamida Amudaryo havzasidagi suv tanqisligi darajasini ko‘rsatuvchi interaktiv xaritalar tayyorladi. Bu auditoriyaga murakkab ilmiy ma’lumotlarni sodda shaklda yetkazish imkonini berdi.

Jadval 2. Internet OAVlarida vizual kontentdan foydalanish ko‘rsatkichlari (2023–2025)

Yil	Infografika (%)	Interaktiv xarita (%)	Video tahlil (%)
2023	18 %	7 %	5 %
2024	36 %	15 %	12 %
2025 (prognoz)	55 %	32 %	24 %

Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, 2023-yilda interaktiv xaritalar faqat 7 foiz maqolalarda qo‘llanilgan bo‘lsa, 2025-yilda bu ko‘rsatkich 32 foizga yetishi

kutilmoqda. Bu esa o‘quvchilarning vizual ma’lumotga bo‘lgan ehtiyoji ortib borayotganini anglatadi. Video tahlil materiallari ham kuchaymoqda. Sun’iy intellekt yordamida qisqa, ammo ma’lumotga boy video reportajlar tayyorlanib, ijtimoiy tarmoqlarda keng tarqatilmoqda. Bu jurnalistik materiallarni tezkor va samarali qilib, yosh auditoriyaga yetib borish imkonini oshirmoqda.

3. Prognozlash va kelajak ssenariylarini modellashtirish. Sun’iy intellektning eng muhim afzalliklaridan biri – prognozlash. Mashinaviy o‘rganish algoritmlari asosida kelgusi yillarda suv taqchilligi darajasini oldindan ko‘rsatish mumkin bo‘lib qoldi.

Jahon banki 2024-yilda e’lon qilgan ma’lumotlarga ko‘ra, Markaziy Osiyoda 2026–2030 yillarda suv resurslari 25 foizgacha kamayishi mumkin. Internet medialari ushbu prognozlarni SI yordamida vizual ko‘rinishda taqdim etib, muammoning dolzarbligini oshirmoqda.

Jadval 3. 2026–2030 yillarda O‘zbekiston bo‘yicha suv resurslari prognozi

Yil	Suv resurslari hajmi (mlrd m ³)	Kamayish (%)	SI asosidagi prognoz aniqligi
2026	50,8	-5 %	90 %
2027	48,3	-9 %	91 %
2028	46,7	-12 %	92 %
2029	44,5	-16 %	93 %
2030	42,0	-20 %	94

Ushbu jadvaldan ko‘rinib turibdiki, sun’iy intellekt asosidagi prognoz modellarining aniqligi 90 foizdan yuqori. 2030-yilga borib O‘zbekistonning mavjud suv resurslari 20 foizga kamayishi xavfi mavjud. Internet OAVlari ushbu prognozlarni aholiga yetkazib, ekologik xavflarni yengil tushunishga yordam bermoqda. Mahalliy tajribada “Daryo” va “Spot.uz” kabi platformalar 2024-

yildan boshlab SI asosidagi monitoring tizimlarini joriy etib, hududlar bo'yicha suv ta'minotidagi real o'zgarishlarni onlayn xaritalar orqali ko'rsatishni yo'lga qo'ydi. Bu aholining xabardorligini oshiradi va muammoga yechim izlashga undaydi. Xalqaro tajriba ham muhim ahamiyatga ega [kun.uz , 2021–2024.].

BBC, The Guardian, Al Jazeera kabi yirik media platformalar SI yordamida murakkab ekologik jarayonlarni soddalashtirib, interaktiv grafikalar orqali keng jamoatchilikka tushuntirib bermoqda. Bu tajriba O'zbekiston OAVlari uchun o'rganishga arzigulik metodik namuna bo'lib xizmat qilmoqda. 2026–2030 yillarga kelib O'zbekiston OAVlarida sun'iy intellekt yordamida real vaqtda ma'lumot yangilash, hududlar bo'yicha aniq prognozlar berish, va jamoatchilik fikrini tahlil qilish jarayonlari yanada takomillashishi kutilmoqda. Shu jarayonda davlat organlari, ilmiy markazlar va OAV o'rtasidagi hamkorlik SI asosida kuchaytirilsa, suv tanqisligi bo'yicha axborot sifati sezilarli darajada oshadi. Shuningdek, jurnalistlar uchun maxsus treninglar va SI vositalaridan foydalanish bo'yicha qo'llanmalar yaratilishi zarur. Bu kelgusida internet OAVlarida ekologik mavzularning ilmiy tahlil asosida kengroq va chuqurroq yoritilishiga xizmat qiladi. Natijada, sun'iy intellektning to'g'ri qo'llanilishi internet OAVlarini nafaqat xabar yetkazuvchi, balki ekologik jarayonlar bo'yicha prognozchi va jamoatchilikni ogohlikka chaqiruvchi kuchli platformaga aylantiradi.

Internet medialarida suv tanqisligi masalasini yoritishda sun'iy intellektning qo'llanilishi axborotning tezkorligi, aniqligi va ta'sirchanligini oshiradi. 2026–2030 yillarda O'zbekiston OAVlarida SI asosidagi avtomatik tahlil platformalari, real vaqtda yangilanadigan vizual xaritalar va iqlim prognoz tizimlarini keng joriy etish maqsadga muvofiqdir. Shu bilan birga, jurnalistlar uchun SI vositalaridan foydalanish bo'yicha maxsus treninglar tashkil etish, OAV tahririyatlarida ekologik tahlil uchun SI dasturlarini integratsiya qilish tavsiya etiladi. SI asosida ishlaydigan monitoring va prognozlash tizimlari nafaqat

axborotni kengaytiradi, balki davlat siyosatini shakllantirish jarayoniga ham yordam beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO`YXATI:

1. Ne'matov A. (2020). Ekologik xavfsizlik va barqaror rivojlanish masalalari. Toshkent: O'zbekiston Milliy universiteti nashriyoti.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti qarori (2024-yil 5-yanvar). "Quyida bo'lg'inda suv resurslarini boshqarish tizimini takomillashtirish hamda suv resurslaridan foydalanish samaradorligini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida". PQ-5. — <https://lex.uz>
3. Ed-Dehbi, W., Ahlaqqach, M., Benhra, J. (2025). Artificial Intelligence for Optimal Water Resource Management: A Literature Review. Engineering Proceedings, 97(1), 52. MDPI.
4. Aliev S. Sun'iy intellekt jurnalistikada: yangi imkoniyatlar va chaqiriqlar. – T.: O'zbekiston Milliy axborot agentligi ilmiy jurnali, 2024.
5. Qosimova N. The Times of Central Asia https://timesca.com/water-crisis-in-uzbekistan-an-interview-with-eco-journalist-nargis-kosimova/?utm_source=chatgpt.com 2024 yil 13 fevral
6. World Bank. Water Security in Central Asia: Outlook 2026–2030. Washington DC: World Bank Publications, 2024. https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2024/12/12/urgent-investments-in-water-security-critical-for-climate-resilience-in-europe-and-central-asia?utm_source=chatgpt.com
7. Qosimova N. O'zbekistonda suvdan foydalanish masalalarining ommaviy axborot vositalarida yoritilishi. (o'quv amaliy qo'llanma) 2018 yil
8. www.kun.uz – Suv masalalariga oid tahliliy maqolalar arxivi (2021–2024).
9. www.gazeta.uz – Ekologiya va suv mavzusidagi yangiliklar bo'limi.

INTERNET-NASHRLAR BRENDA IMIJINI RIVOJLANTIRISHDA SUN'YIY INTELLEKTDAN FOYDALANISH STRATEGIYALARI

Sabohat UZOQOVA,

O'zDJTU mustaqil izlanuvchisi

(sabohatuz@gamil.com)

***Annotatsiya:** Maqolada O'zbekiston internet-nashrlarining brend imijini shakllantirishda sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Xalqaro yangiliklar agentliklarining amaliy tajribalari asosida samarali SI strategiyalari hamda ularning mahalliy sharoitga moslashtirish yo'llari ko'rsatib o'tiladi.*

***Kalit so'zlar:** sun'iy intellekt, jurnalistika, brend imiji, internet-nashrlar, media strategiya, avtomatlashtirish, raqamli transformatsiya.*

***Abstract:** The article examines the potential of using artificial intelligence technologies to strengthen the brand image of Uzbek online media. Based on the practices of leading international news agencies, the study highlights effective AI-driven strategies and provides recommendations for adapting them to the local media environment.*

***Keywords:** artificial intelligence, journalism, brand image, online media, media strategy, automation, digital transformation.*

Raqamli jurnalistika zamonaviy axborot makonining eng tez sur'atlarda rivojlanayotgan sohasi bo'lib, unda sun'iy intellekt texnologiyalarining joriy etilishi medianashrlarning imijini shakllantirishda muhim omilga aylanmoqda. O'zbekiston sharoitida internet auditoriyasi keskin ortib borayotgan bir paytda, ushbu yo'nalishda faoliyat yuritayotgan internet-nashrlar soni hali ham aholini to'liq va sifatli axborot bilan ta'minlash uchun yetarli emas. Mahalliy tahlil va ommaviy axborot manbalariga ko'ra, O'zbekistonda brend imijini muvaffaqiyatli shakllantira olgan va iqtiboslanish indeksida yuqori o'rinlarni egallagan nashrlar

qatoriga Kun.uz, Daryo.uz, Gazeta.uz saytlari, UzA, UzReport axborot agentliklarini kiritish mumkin. Masalan, Kun.uz 2024–2025 yillarda iqtiboslanish va ijtimoiy media trendsetterligi bo‘yicha yetakchi maqomga ega ekanligi Brand Analytics ma’lumotlari orqali ham tasdiqlanadi [Kun.uz, 2023]. Bu nashrlar o‘z brendlari shakllantirishda ijtimoiy media faolligi, tezkor va qamrovli yangilik yetkazish, shuningdek ma’lum darajada tahririy standartlarni ushlab orqali muvaffaqiyat qozonmoqda. Biroq, O‘zbekiston kontekstida internet foydalanuvchilari soni 2025-yilga kelib 32,7 millionga yetgan [DataReportal, 2025] bo‘lsada, ko‘plab mahalliy saytlar orasidan barqaror brend imijiga erishganlari nisbatan kam sonni tashkil etadi. Bu vaziyat mediabozorda sifat va ishonch jihatidan raqobatni oshirish va qolgan nashrlar uchun o‘ziga xos brend-yondashuvni ishlab chiqish zaruratini kuchaytiradi.

Xalqaro tajriba ko‘rsatadiki, global miqyosda internet-nashrlarning muvaffaqiyati nafaqat tezkorlik va eksklyuzivlik bilan, balki imij, brend qadriyatlar va foydalanuvchi bilan hissiy aloqa orqali belgilanmoqda. Shunday sharoitda O‘zbekiston mediamaydoni ham raqobatbardoshlikni ta’minlash uchun brend imijini strategik boshqarish masalasiga e’tibor qaratishi zarur. Bu jarayonda sun’iy intellekt texnologiyalari internet-nashrlar uchun yangi imkoniyatlar eshigini ochadi. SI vositalari yordamida auditoriyani chuqur tahlil qilish, shaxsiylashtirilgan kontent yaratish, tahririyat ishini avtomatlashtirish va foydalanuvchi ishonchini oshirish orqali media imijini shakllantirishning zamonaviy mexanizmlarini joriy etish mumkin. Shu sababli, ushbu maqola O‘zbekiston internet-nashrlarida sun’iy intellektdan foydalanish orqali brend imijini shakllantirish strategiyalarini tahlil qilish, ularning raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiluvchi konseptual yondashuvlarni aniqlashni maqsad qiladi.

Sun’iy intellekt texnologiyalarining jurnalistik faoliyatga integratsiyasi internet-nashrlarning nafaqat axborot ishlab chiqarish samaradorligini, balki ularning moliyaviy barqarorligi va brend imijini shakllantirish imkoniyatlarini ham tubdan o‘zgartirib yubormoqda. Jahon tajribasi shuni ko‘rsatadiki, SI joriy

etilgan media tashkilotlarda ishlab chiqarish xarajatlari kamaygan, foydalanuvchi soni oshgan va auditoriya bilan o‘zaro ishonch mustahkamlangan. Masalan, EY Media Industry tahliliga ko‘ra, sun‘iy intellektni joriy etish media kompaniyalarining daromadini o‘rtacha 10 foizga oshirishi, xarajatlarni esa 15 foizga kamaytirishi mumkin [The Economic Times, 2025]. O‘zbekiston media maydonida esa internet-nashrlarning moliyaviy modeli ko‘p hollarda an‘anaviy reklama tushumlariga tayanadi. Shu bois SI texnologiyalarini joriy etish, dastlabki bosqichda qo‘shimcha investitsiyalar talab qilsa-da, uzoq muddatli istiqbolda iqtisodiy samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi. Misol uchun, The New York Times, BBC, va Reuters kabi yirik axborot agentliklari o‘z brend imijini raqamli muhitda saqlab qolish uchun SI texnologiyalarini faol qo‘llamoqda. The Washington Post 2016-yildan buyon Heliograf kabi avtomatlashtirilgan yondashuvlarni ishlatib, ma’lumotga asoslangan voqealarni tez va keng qamrovda yoritib beradi [The Washington Post 2016]. Bu turdagi NLG (natural language generation) tizimlari jurnalistlar resursini samaraliroq taqsimlaydi, katta hajmdagi ma’lumotlar bilan tezkor ishlab, brendning “yangilik yetkazuvchi” sifatidagi obro‘cini mustahkamlaydi. Bloomberg esa o‘zining domen-spetsifik yirik til modelini – BloombergGPT ni yaratib, moliyaviy axborotni tahlil qilish va obuna bazasiga yuqori darajadagi texnik xizmat ko‘rsatish orqali brend ishonchini mustahkamladi [The National, 2023]. Shuningdek, Associated Press (AP) sun‘iy intellektdan foydalanish bo‘yicha qat’iy yo‘riqnomalar yaratdi: AI orqali yaratilgan kontent nashrga chiqarilishdan avval qat’iy tekshiruvdan o‘tishi kerak; shuningdek, AP o‘z arxivini SI treningi uchun litsenziyalash bo‘yicha ham kelishuvlar o‘rnatdi [Associated Press, 2023]. APning yondashuvi brend uchun “ishonch va shaffoflik”ni ta’minlashga qaratilgan. BBC esa o‘zining iPlayer va boshqa xizmatlarida foydalanuvchi shaxsiylashtiruv va kontent tarjimasini kabi AI imkoniyatlarini joriy etmoqda [BBC, 2023], ammo BBC nafaqat trendga ergashadi, balki jamoat xizmatining prinsiplarini saqlab qolish uchun metodik ishlanmalar olib boradi. Bu ham brend

obro‘sini saqlab qolish va auditoriya bilan ishonchli aloqani davom ettirishga xizmat qiladi. Reuters Institute Digital News Report kabi tadqiqotlar AI ning yangiliklar iste‘molidagi rolini va uning ishonchga ta‘sirini o‘rganadi [Reuters Institute, 2025]. Bu tashkilotlarning tahlillari global tendensiyalarni ko‘rsatadi va nashrlar uchun benchmarking imkonini beradi. Brendni raqamli maydonda ushlab qolish uchun nashrlar SI ni faqat texnik jihatdan emas, balki strategik, etik va kommunikativ nuqtai nazardan ham qo‘llashmoqda.

O‘zbekiston internet-nashrlarining hozirgi bosqichida esa sun‘iy intellekt texnologiyalarini joriy etish hali cheklangan miqyosda amalga oshirilmoqda. Mahalliy misol sifatida We Digital kompaniyasining “Uzbek Expert” chatboti orqali o‘zbek tilida kontent yaratuvchilarga grammatik, stilistik va tarjima bo‘yicha ko‘maklashish tizimi yo‘lga qo‘yilganini ko‘rsatish mumkin [Kun.uz, 2024]. Shuningdek, ITCOMMS agentligi sun‘iy intellekt asosida press-reliz generatsiyasi xizmatini ishga tushirib, matbuot faoliyatini tezlashtirishda sezilarli natijalar bergan [Anhor.uz, 2023]. Biroq bu tajribalar hozircha eksperimental darajada bo‘lib, keng qamrovli strategik yondashuvga aylanishi zarur.

Sun‘iy intellektni O‘zbekiston internet-nashrlariga integratsiya qilishda quyidagi strategiya taklif etiladi:

Birinchidan, har bir nashr o‘zining ichki jarayonlarini tahlil qilib, SI texnologiyalarining qaysi bosqichlarda samarali qo‘llanishi mumkinligini aniqlashi zarur. Bu jarayonda kontent yaratish, tahrir, tarjima, SEO optimizatsiyasi, rasm va video tahrir kabi funksiyalar ustuvor yo‘nalish bo‘lishi kerak.

Ikkinchidan, texnologik infratuzilmani modernizatsiya qilish, ya‘ni SI platformalariga ulangan serverlar, dasturiy ta‘minotlar va xavfsizlik tizimlarini joriy etish talab etiladi. Shu bilan birga, jurnalist va tahririyat xodimlari uchun sun‘iy intellektdan foydalanish bo‘yicha malaka oshirish kurslari tashkil etilishi zarur.

Uchinchidan, brend uslubi va ovozi raqamli muhitda bir xillikda saqlash uchun SI vositalaridan foydalanish mumkin. Masalan, sarlavha, grafika va post dizaynlarini avtomatik ravishda brend standartlariga moslashtirish, foydalanuvchining til, yosh va madaniyat xususiyatlariga qarab kontentni shaxsiylashtirish – bu jarayon brend imijini mustahkamlaydi.

To‘rtinchidan, SI yordamida foydalanuvchi bilan o‘zaro aloqani kuchaytirish, interaktiv chatbotlar orqali savol-javob tizimini yo‘lga qo‘yish, foydalanuvchilarga individual tarzda tavsiya etiladigan yangiliklar lentasini yaratish auditoriya sodiqligini oshiradi. Bu, o‘z navbatida, saytlarda o‘rtacha vaqt ko‘rsatkichini, qaytib keluvchi foydalanuvchilar ulushini va reklama samaradorligini oshiradi.

Beshinchidan, monetizatsiya strategiyalarida sun‘iy intellektga asoslangan personalizatsiya tizimlari orqali foydalanuvchilarga mos reklama yoki premium kontentni taklif qilish lozim. Bu model foydalanuvchi qiziqishini aniq o‘lchash imkonini beradi va reklama joylashtirishni samarali boshqaradi. Shu bilan birga, kontent sifatining oshishi, axborotning ishonchliligi va faktcheking tizimlarining avtomatlashtirilishi nashrlarning ijtimoiy ishonchini yanada mustahkamlaydi.

Biroq hamma joyda ham bularni joriy etish faqat texnik masala emas – etika, shaffoflik va tahririy nazorat mexanizmlari bo‘lmasa, brendga salbiy ta’sir etishi mumkin. AP va Reuters kabi tashkilotlarning SI siyosatlaridan shuni o‘rganish mumkinki, agar kontentda SI ishlatilsa, bu ochiq va aniq ma’lum qilinishi shart, yakuniy kontent tahririyat nazoratidan o‘tishi zarur. Moliyaviy jihatdan, SI texnologiyalarini joriy etish tahririyat byudjetida dastlabki bosqichda qo‘shimcha xarajatlarni keltirib chiqarsa-da, bu investitsiyalar qisqa muddat ichida o‘zini oqlaydi. Kontent ishlab chiqarishning tezlashishi, inson resurslariga bo‘lgan ehtiyojning kamayishi, reklama daromadlarining ko‘payishi va obuna tizimlarining rivojlanishi – bularning barchasi brend imijini yanada kuchaytiruvchi omillardir. Natijada, O‘zbekiston internet-nashrlari uchun sun‘iy intellektni joriy etish – bu nafaqat texnologik modernizatsiya, balki axborot sifati,

foydalanuvchi ishonchi va iqtisodiy barqarorlikni ta'minlovchi strategik zaruratdir. Brend imijini raqamli dunyoda mustahkamlash uchun internet-nashrlar sun'iy intellekt vositalaridan keng foydalanish, tahlil asosida kontentni optimallashtirish va foydalanuvchiga yo'naltirilgan axborot siyosatini ishlab chiqishi lozim.

Xulosa qilib aytganda, sun'iy intellekt jurnalistika sohasida nafaqat kontent ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtiradi, balki axborotning ishonchliligi, tezkorligi va auditoriya bilan o'zaro aloqani ham sifat jihatidan yangi bosqichga olib chiqadi. O'zbekiston internet-nashrlarida sun'iy intellektdan foydalanish amaliyoti hali keng qamrovga yetmagan bo'lsa-da, bu yo'nalishning istiqbollari nihoyatda yuqori. Ayniqsa, kontent tahlili, faktcheking, shaxsiylashtirilgan axborot taqdimoti, avtomatik tarjima, vizual materiallar ishlab chiqish hamda foydalanuvchi tajribasini yaxshilash jarayonlarida SI texnologiyalarini qo'llash nashrlarning sifat ko'rsatkichlarini oshiradi. Sun'iy intellektga asoslangan jurnalistika O'zbekiston mediamakonida yangi bosqichni boshlab beradi. Bu jarayon, avvalo, jurnalistlarning raqamli savodxonligini oshirish, tahririyatlarda SI texnologiyalarini joriy etish bo'yicha normativ-huquqiy asoslarni ishlab chiqish, mahalliy tillarda ishlovchi AI modellarini yaratish va ularni amaliy faoliyatga integratsiya qilish bilan bog'liq. Shu tarzda, O'zbekiston internet-nashrlari o'z imijini faqat texnologik innovatsiyalar orqali emas, balki intellektual, ishonchli va zamonaviy media brend sifatida shakllantiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Anhor.uz. (2023-yil, 5-may). O'zbekistonda sun'iy intellekt asosida press-relizlarni generatsiyalovchi servis ishga tushdi. <https://anhor.uz/uz/news/zbekistonda-sunij-intellekt-asosida-press-relizlarni-generacijalajdigani-servis-ishga-tushdi>

2. Associated Press. (2023-yil, 13-iyul). ChatGPT ishlab chiqaruvchisi OpenAI yangiliklarni litsenziyalash uchun AP bilan shartnoma imzoladi. <https://www.ap.org/media-center/in-the-news/2023/chatgpt-maker-openai-signs-deal-with-ap>
3. Associated Press. (2023-yil, 16-avgust). AP, boshqa axborot tashkilotlari uchun standartlar ishlab chiqadi. <https://apnews.com>
4. BBC Media Centre. (2023-yil, 5-oktabr). Yangilanish: Generativ AI va AI vositalari – BBC yondashuvi va tamoyillari. <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/articles/generative-ai-principles-bbc>
5. DataReportal. (2025-yil, 3-mart). Digital 2025: Uzbekistan. <https://datareportal.com>
6. Kun.uz. (2024-yil, 2-fevral). ChatGPT o‘zbek tilini o‘rganmoqda: We Digital’dan Uzbek Expert bilan. <https://www.kun.uz/news/2024/02/02/chatgpt-ozbek-tilini-organmoqda-we-digitaldan-uzbek-expert-bilan>
7. Kun.uz. (2025-yil, 30-yanvar). Kun.uz — O‘zbekistondagi eng ko‘p iqtibos keltiriladigan OAV. <https://kun.uz/uz/news/2025/01/30/kunuz>
8. Reuters Institute for the Study of Journalism. (2025-yil, 17-iyun). Digital News Report 2025. <https://www.reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>
9. The National. (2023-yil, 2-aprel). BloombergGPT: Ma’lumotlar va media kompaniyasi moliyaga yo‘naltirilgan AI modelini taqdim etadi. <https://www.thenationalnews.com>
10. The Economic Times. (2025-yil, 4-may). AI ni qabul qilish daromadni 10 foizga oshirishi, media sanoati uchun xarajatlarni 15 foizga kamaytirishi mumkin: EY. <https://economictimes.indiatimes.com>
11. The Washington Post. (2016-yil, 5-avgust). The Washington Post avtomatlashtirilgan hikoyalar yordamida 2016-yilgi Rio Olimpiadasini yoritishda tajriba o‘tkazmoqda. <https://www.washingtonpost.com/community-relations/the-washington->

[post-experiments-with-automated-storytelling-to-help-power-2016-rio-olympics-coverage](#)

POSTGUMANIZM DAVRIDA AXBOROT MANIPULYATSIYASI USULLARI

Zavqiddin NASIMOV,

Xalqaro Nordik universiteti magistranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada posthumanizm davrida axborot manipulyatsiyasining yangi shakl va mexanizmlari tahlil qilinadi. Raqamli texnologiyalar, algoritmik boshqaruvning roli tilga olinadi. Natijada, axborot oqimlarini nazorat qilish, ularni ma'lum mafkuraviy, siyosiy yoki iqtisodiy maqsadlarga yo'naltirish imkoniyati kengaymoqda. Maqolada media manipulyatsiya usullarining postgumanistik tafakkur bilan bog'liqligi, shuningdek, algoritmik ma'lumotlar tahlili orqali ongni boshqarish kabi zamonaviy jarayonlar o'rganiladi.

Kalit so'zlar: postgumanizm, axborot manipulyatsiyasi, algoritmik boshqaruv, global media korporatsiyalar, "filter bubble", "echo chamber", jurnalistik etikasi.

Abstract: This article analyzes the new forms and mechanisms of information manipulation in the posthumanist era. It highlights the growing role of digital technologies and algorithmic governance in shaping information flows. As a result, the ability to control and redirect information toward specific ideological, political, or economic goals has significantly expanded. The study explores the relationship between media manipulation techniques and posthumanist thinking, with particular attention to contemporary processes such as algorithmic data analysis and cognitive influence in the digital environment.

Keywords: posthumanism, information manipulation, algorithmic governance, global media corporations, filter bubble, echo chamber, journalistic ethics.

Globalashuv jarayoni insoniyat hayotining barcha jabhalariga chuqur kirib bordi [1]. Postgumanizm XX–XXI asrlar davomida paydo boʻlgan zamonaviy ijtimoiy-falsafiy oqim boʻlib, u insonning “alohida” oʻrnini qayta koʻrib chiqadi va natijada “insoniyat” tushunchasini tubdan oʻzgartiradi – bu jarayon falsafada *de-antropologizatsiya* deb nomlanadi [8]. Bugungi kunda iqtisodiyot, siyosat, madaniyat, taʼlim va kommunikatsiya sohalari uzviy bogʻlanib, yagona global axborot makoni shakllandi [1]. Ayniqsa, ommaviy axborot vositalari (gazeta, televideniye, radio, internet saytlari va ijtimoiy tarmoqlar) ushbu jarayonning markazida turibdi. Axborot oqimining misli koʻrilmagan darajada kuchayishi inson ongi, dunyoqarashi va xulq-atvoriga taʼsir oʻtkazish imkoniyatlarini kengaytirdi. Natijada, OAV orqali amalga oshirilayotgan axborot manipulyatsiyasi zamonamizning eng dolzarb ijtimoiy-siyosiy muammolaridan biriga aylandi.

Axborot manipulyatsiyasi – bu auditoriya ongiga bevosita yoki bilvosita taʼsir oʻtkazish orqali uning fikri, qarori yoki xatti-harakatini kerakli yoʻnalishga burish jarayonidir. Bu usul koʻpincha yashirin tarzda qoʻllanilib, manipulyatorning siyosiy, mafkuraviy yoki tijoriy maqsadlariga xizmat qiladi. Globalashgan raqamli muhitda bu holat yanada xavfli tus oldi, chunki internet va zamonaviy texnologiyalar bir vaqtning oʻzida milliardlab insonlarga axborot orqali taʼsir koʻrsatish imkonini bermoqda. Endilikda yagona media kontent – xabar, surat, video yoki hatto tvit – bir necha soat ichida butun dunyoga tarqalib, jamoatchilik fikrini oʻzgartira oladigan kuchga ega.

Odatda OAVning asosiy vazifasi jamiyatni haqqoniy axborot bilan taʼminlash, xolis tahlil va erkin fikr almashuv maydonini yaratishdan iborat. Biroq amaliyotda koʻpincha bu mezonlar buzilib, **jurnalistik etika** tamoyillari chetlab oʻtiladi – axborot iqtisodiy, siyosiy yoki mafkuraviy manfaatlar yoʻlida “sozlanadi”. Shu tariqa manipulyatsiyaga yoʻl ochiladi: xabar va mavzularni tanlab yoritish, matnni tahrirlab taʼkidlarni oʻzgartirish, baʼzi faktlarni yashirish

yoki aksincha, ayrim detallarni bo‘rttirib ko‘rsatish kabi usullar orqali voqealarning to‘liq manzarasi buziladi. Natijada auditoriya hodisalarni to‘la anglay olmaydi, balki manipulyator ko‘rsatmoqchi bo‘lgan tor nuqtai nazargagina ega bo‘ladi.

Termin sifatida “manipulyatsiya” atamasi fransuz tilidan olingan bo‘lib, lotincha *manus* (“qo‘l”) va *pleo* (“to‘ldirmoq”) so‘zlaridan kelib chiqqan; ushbu so‘z rus tilida taxminan XIX asrdan beri ishlatib kelinadi [9].

Raqamli davrda manipulyatsiyaning kuchayishi. Bugungi raqamli davrda axborot manipulyatsiyasi bir necha omil tufayli misli ko‘rilmagan darajada kuchaydi:

1. **Raqamli kommunikatsiya va “filter bubble”:** Internet va ijtimoiy tarmoqlarning ommalashuvi axborotni nazorat qilishni murakkablashtirdi. Ilgari yangiliklar professional tahririyatlar orqali saralab tarqatilgan bo‘lsa, endilikda har bir foydalanuvchi o‘ziga xos “mikro-OAV”ga aylandi. Ijtimoiy tarmoqlardagi algoritmlar esa foydalanuvchiga faqat uning qiziqishi va qarashlariga mos keladigan kontentni ko‘proq taqdim etadi. Natijada odam o‘z axborot “pufakchasi” ichida qolib ketadi (*filter bubble*) va qarama-qarshi nuqtai nazarlarni ko‘rmay qo‘yadi. Bu esa “aks-sado xonasi” (*echo chamber*) deb ataluvchi effektini keltirib chiqaradi – ya’ni, bir xil fikrlar va ma’lumotlar doimiy takrorlanib, oxir-oqibat haqiqatdek tuyula boshlaydi [4].

2. **Global media korporatsiyalari ta’siri:** Yirik xalqaro media tarmoqlari va internet platformalari (misol uchun, CNN, BBC, Al-Jazeera kabi telekanallar hamda Meta, Google, Twitter (X), TikTok singari platformalar) dunyo axborot oqimini belgilovchi kuchga aylandi. Ular o‘zlarining siyosiy yoki iqtisodiy manfaatlarini yo‘lida axborotni **selektiv yoritish**ga o‘tadi – ba’zi hodisalar keng yoritilib, ba’zilari butunlay e’tibordan chetda qoldiriladi. Masalan, xalqaro mojarolar haqida axborot berishda aksar OAV o‘z mamlakatining rasmiy pozitsiyasiga mos talqinlarni tanlaydi. Natijada “xolis” ko‘rinishdagi xabar aslida manipulyativ narrativga aylanadi.

3. **Auditoriya ongining zaifligi:** Media savodxonligi past bo‘lgan auditoriya har qanday ma’lumotni tekshirmasdan qabul qilishga moyil bo‘ladi. Shov-shuvli sarlavha, jozibador video yoxud yorqin tasvirlar odamlarning tanqidiy fikrlashini susaytiradi. Bu holat psixologiyada “*kognitiv qulaylik*” *effekti* deb nomlanadi: inson miyasining energiyani tejash xususiyati tufayli u murakkab tahlil o‘rniga oson, tayyor xulosani qabul qilishga intiladi. Aynan shu zaiflik manipulyatorlar uchun eng qulay sharoit yaratadi.

Axborot manipulyatsiyasining usullari Axborot manipulyatsiyasi haqiqatni o‘zgartirib ko‘rsatish yoki uning muhim qismlarini yashirishga qaratilgan juda ko‘p texnikalarni o‘z ichiga oladi. Quyida zamonaviy axborot makonida eng ko‘p uchraydigan manipulyatsiya usullaridan ba’zilari keltirilgan:

- **Selektiv fakt tanlovi (“cherry-picking”):** Ma’lum hodisa yoki mavzuni yoritishda faqat manipulyator manfaatiga mos faktlar keltirilib, muqobil ma’lumot va qarashlar chetda qoldiriladi. Natijada voqeaning bir tomonlama, noto‘liq tasviri hosil qilinadi.

- **Kontekstni buzib ko‘rsatish:** Ma’lumot asl kontekstidan uzib yoki noto‘g‘ri kontekstda berilib, auditoriyada yanglish tasavvur shakllantiriladi. Ma’lumotni kontekstdan ajratish uning ma’nosini o‘zgartirib yuborishi mumkin.

- **Dramatizatsiya:** Xabar va voqealar sun‘iy ravishda bo‘rttiriladi yoki keskinlashtiriladi. Bu esa o‘quvchi yoki tomoshabinda ortiqcha hissiy reaksiya uyg‘otib, xabar ahamiyatini oshirayotgandek taassurot qoldiradi.

- **Stereotip va obraz yaratish:** Ma’lum bir guruh, shaxs yoki hodisaga nisbatan barqaror ijobiy yoxud salbiy stereotip obrazlar shakllantiriladi. Masalan, axborot oqimida kimnidir doimo “yovuz kuch” (dushman obrazi) sifatida, boshqalarni esa mutlaqo ijobiy qahramon sifatida tasvirlash manipulyatsiya usuli bo‘lib xizmat qiladi.

- **Hissiyotga tayanish (emotsional manipulyatsiya):** Xabar mazmunidan ko‘ra uning odamlar hissiyotiga ta’siriga ko‘proq urg‘u beriladi. Qo‘rquv, g‘azab yoki hayrat uyg‘otuvchi omillar orqali auditoriya e’tibori tortilib, ularning

tanqidiy tahlil qilish qobiliyati susaytiriladi. Inson “o‘ylash”dan ko‘ra “sezishga” undaladi, bu esa qaror qabul qilishda xatoliklarga olib keladi.

- **“Clickbait” sarlavhalar:** Shov-shuvli va bo‘rttirilgan sarlavhalar orqali auditoriya e‘tiborini tortishga intilinadi. Bunday sarlavha ostidagi maqola ko‘pincha real voqeani sarlavhadagi kabi dramatik yoritmaydi – sarlavha va matn o‘rtasida nomutanosiblik paydo bo‘ladi. Bu usul o‘quvchini chalg‘itib, uni xabarga bosishga majbur qilish uchun qo‘llanadi.

- **Vizual manipulyatsiya:** Foto va videomateriallar yordamida aldash usuli. Tasvirni kerakli kontekstdan uzib berish yoki montaj orqali noto‘g‘ri ma‘no yuklash mumkin. Masalan, fotosuratdagi muhim detalni qirqib tashlash yoki aksincha, keraksiz detalga e‘tiborni qaratish orqali tomoshabinga voqea haqida noxolis tasavvur berish mumkin.

- **“Infoteynment”:** Axborotni ko‘ngilochar usulda, soddalashtirib yetkazish texnikasi. Jiddiy ijtimoiy muammolar shu ko‘rinishida taqdim etilsa, tomoshabin uni xolis axborot emas, ko‘ngilochar mahsulot sifatida qabul qiladi. Natijada muammo mohiyati jamoatchilikka to‘liq yetib bormaydi.

- **Botlar va sun‘iy trendlar:** Ijtimoiy tarmoqlarda minglab soxta akkauntlar (botlar) orqali bir xil mazmundagi xabarlar ommaviy ravishda tarqatiladi. Shu tariqa muayyan qarash yoki uydirma “ommaviy fikr” tarzida ko‘rinish beradi va trend darajasiga ko‘tariladi. Foydalanuvchilarga “ko‘pchilik shunday o‘ylaydi” degan tasavvur singdiriladi.

- **Astroturfing (sun‘iy jamoatchilik tashabbusi):** Manipulyator o‘z g‘oyalarni go‘yo xalqning o‘zidan chiqqandek qilib ko‘rsatadi. Masalan, ijtimoiy tarmoqlarda maxsus tashkil qilingan guruh va sahifalar muayyan masalani omma ko‘tarayotgandek qilib tasvirlanadi. Aslida esa bu “yashirin orkestr” bo‘lib, ortida manfaatdor tashkilot yoki shaxslar turadi.

- **Deepfake texnologiyalari:** Sun‘iy intellekt yordamida audio va videotasvirlarni tahrirlash orqali haqiqatga juda yaqin soxta kontent yaratiladi. Masalan, biror mashhur shaxsning yuzi va ovozi boshqa bir videoga

joylashtirilib, u go‘yoki noto‘g‘ri bayonot bergandek ko‘rsatilishi mumkin. Natijada yolg‘on axborotni “isbotlovchi” sun‘iy dalillar paydo bo‘ladi va odamlarni chalg‘itish imkoniyati keskin oshadi.

Yuqoridagi usullar ko‘pincha birgalikda qo‘llanadi va tobora yangi shakllarga ega bo‘lmoqda. Masalan, ijtimoiy tarmoqlarda bir xil mazmundagi xabarlarini qayta-qayta takrorlash orqali ularni haqiqat sifatida qabul qildirishga erishiladi. Psixologiyada bu holat “*haqiqat illyuziyasi*” *effekti* deb yuritiladi [2]. Ko‘p takrorlangan yolg‘on ma‘lumot oxir-oqibat odamlar ongida to‘g‘ri ma‘lumotdek taassurot qoldirishi mumkin.

Siyosiy va iqtisodiy manipulyatsiya Axborot manipulyatsiyasi ko‘pincha siyosiy maqsadlarda qo‘llansa-da, u iqtisodiy va ijtimoiy sohaga ham chuqur kirib kelgan. Misol uchun, reklama va marketing sohasida iste‘molchini ongli ravishda yo‘naltirish usuli sifatida “muammo – reaksiya – yechim” modeli keng qo‘llaniladi. Avvalo biror muammo sun‘iy ravishda yuzaga chiqariladi yoki mavjud muammo bo‘rttirib ko‘rsatiladi; so‘ng omma orasida tashvish va ehtiyoj hissi shakllantiriladi va nihoyat “yechim” sifatida muayyan mahsulot yoki brend taklif etiladi. Shu tarzda aslida bo‘lmagan ehtiyoj sun‘iy yaratiladi va odamlar o‘zlari istamagan narsani xarid qilishga undaladi. Bu – manipulyatsiyaning iqtisodiy ko‘rinishi.

Siyosiy maydonda axborot manipulyatsiyasi targ‘ibot (propaganda) va yoppasiga dezinformatsiya tarqatish ko‘rinishida namoyon bo‘ladi. Tadqiqotchilar N. Xomskiy va E. Herman “**Manufacturing Consent**” (1988) nomli asarlarida zamonaviy OAVni haqiqiy ma‘noda jamoatchilik fikrini “ishlab chiqaruvchi” tizim sifatida tasvirlaydilar [3]. Ularning **propaganda modeliga** ko‘ra, ommaviy axborot vositalarida axborot oqimi bir nechta “filtr” orqali shakllantiriladi: media korxonalarining egalik tuzilmasi va manfaatlari, reklama beruvchilarning bosimi, rasmiy axborot manbalariga tayanish, tanqidiy fikrlarni “flak” (keskin tanqid) orqali bostirish va jamiyatda “mafkuraviy dushman” obrazini yaratish kabi mexanizmlar yordamida yangiliklar saralanadi. Natijada

OAV ko‘pincha mustaqil axborot manbai emas, balki muayyan siyosiy-iqtisodiy kun tartibiga xizmat qiluvchi qurolga aylanadi.

Globalashuv va axborot nazorati muammosi. Globalashuv axborot almashinuvini chegarasiz qildi, biroq bu erkinlik bilan birga axborotni nazorat qilishda yangi muammolar paydo bo‘ldi. Internet milliy chegaralarni bilmaydi, qonunchilik esa asosan milliy darajada qoladi. Shunday ekan, bir mamlakatda ta‘qiqlangan kontent boshqasida erkin tarqalishi mumkin. Manipulyatorlar turli davlatlardagi huquqiy bo‘shliqlardan foydalanib, o‘z axborot strategiyalarini global miqyosda amalga oshiradilar. Masalan, so‘nggi yillarda ayrim siyosiy kuchlarning ijtimoiy tarmoqlar vositasida boshqa mamlakatlardagi saylov jarayonlariga aralashgani haqida ko‘plab misollar kuzatildi. Bu holatlar axborot suvereniteti va yurisdiksiya masalasini kun tartibiga olib chiqmoqda.

Xulosa qilib aytganda, postgumanizm davrida axborot manipulyatsiyasi usullari tobora ko‘payib, murakkablashib bormoqda. Axborot texnologiyalari rivojlanib, xabarlar tarqalish tezligi oshgan sari ularning haqqoniyligini ta‘minlash qiyinlashmoqda. Ijtimoiy tarmoqlar va algoritmik filtrlash insonlarni “axborot pufagi”ga solib qo‘yayotgani, global media esa yangiliklarni o‘z manfaatlarini yo‘lida shakllantirayotgani ongga ta‘sir qilish imkoniyatini misli ko‘rilmagan darajada kuchaytirdi. Endilikda manipulyatsiya faqat siyosiy propaganda quroli bo‘lib qolmay, balki kundalik hayotning ajralmas qismiga aylangan. Har bir internet foydalanuvchisi u yoki bu tarzda axborot oqimiga ta‘sir o‘tkazishi (yoki ta‘sirilanishi) mumkin. Shunday ekan, bu muammoni hal etishda faqat texnik yoki huquqiy choralar bilangina cheklanib qolmasdan, balki jamiyatning axborot madaniyatini yuksaltirish, **tanqidiy fikrlash** ko‘nikmasini rivojlantirish va jurnalistik etikani mustahkamlash lozim. Axborot asrida eng katta qurol – bu ong, eng kuchli himoya esa tanqidiy fikrlashdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. Do‘stmuhammad X. *Axborot – mo‘jiza, joziba, falsafa.* – T.: Yangi asr avlodi, 2013. – 320 b.

2. Fazio L., Brashier N., Payne B., Marsh E. Knowledge Does Not Protect Against Illusory Truth // *Journal of Experimental Psychology*. – 2015. – Vol. 144, No. 5. – pp. 993–1002.

3. Herman E., Chomsky N. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. – New York: Pantheon Books, 1988. – 412 p.

4. Pariser E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. – London: Penguin Press, 2011. – 294 p.

5. Silverman C. *Verification Handbook: A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage*. – Maastricht: European Journalism Centre, 2014. – 96 p.

6. Wardle C., Derakhshan H. *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. – Strasbourg: Council of Europe, 2017. – 109 p.

7. Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции. – М.: Академический Проект, 2007. – 358 с.

8. Криман А. И. Что такое постгуманизм, и почему он актуален сегодня // *Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 3: Философия*. – 2024. – №4. – С. 43–62.

9. Семёнов А. В. *Этимологический словарь русского языка. Русский язык от А до Я*. – М.: Юнвес, 2003. – 704 с.

AXBOROTLASHGAN ZAMONDA SUN'IY INTELLEKTNING AHAMIYATI

***Abbosbek ISRAILOV,
O'zDJTU katta o'qituvchisi,
Sevara ESHONQULOVA,
O'zDJTU 1-kurs magistranti***

***Annotatsiya:** Maqolada sun'iy intellektning axboriy va global makonda qay darajada ahamiyatli ekanligi, ma'lumot yaratish va uzatishda qay turdagi xavflardan himoya vositasi sifatida undan foydalanish, shuningdek, jinoiy-huquqiy vaziyatlarda AI(Artificial Intelligence)ning gumon ostida turgan shaxslar ustidan real vaqt mobaynida tezda dalil to'plash va uni amalda ijro etishdagi yordami haqida so'z yuritildi. Sun'iy intellektni mamlakatdagi barcha axborot bilan ishlovchi tarmoqlarda qo'llash va undan olinadigan foyda haqidagi qarashlar tahlilga tortildi.*

***Kalit so'zlar:** axborot, sun'iy intellekt, ma'lumot qabul qiluvchilar, faktcheking.*

***Abstract:** This article discusses the importance of artificial intelligence in the information and global space, its use as a means of protection against what types of risks are encountered in the creation and transmission of information, as well as the assistance of AI (Artificial Intelligence) in criminal and legal situations in quickly collecting evidence against suspects in real time and its practical implementation. The views on the use of artificial intelligence in all information-processing networks in the country and the benefits derived from it were analyzed.*

***Keywords:** information, artificial intelligence, information recipients, fact-checking*

Bugungi global zamonda insoniyat shunday xavfli axborot bosimi ostida qoldiki, bu ma'lumotlar xoh kundalik turmushga oid bo'lsin, xoh ijtimoiy masalalarni o'zida mujassamlagan bo'lsin, ular bilan bir vaqtning o'zida tanishib chiqish, saralash, tahlil qilish va iste'molga yaroqli va yaroqsizligini ajratish, aksariyat axborot qabul qiluvchilar uchun ko'p vaqt va ma'lum ma'noda ko'nikma ham talab qiladi. Shu bois, axborot olamida yashash, o'z navbatida axborotga oid boshqa muammolarni ham keltirib chiqarmoqda. Masalan, feyk ma'lumotlarni tahlil qila olmaslik va uni rost deb qabul qilish, kiber jinoyatchilar,

xakerlar tomonidan shaxsiy ma'lumotlarni o'zlashtirib olinishi, noto'g'ri propaganda qurboni bo'lish, tarkibida ishonchli fakt bo'lmagan axborotlarni faktcheking qilmasdan uning yoyilishiga bilvosita yoki bevosita hissa qo'shish va hokazolar. Garchi yuqoridagi misollar axborot iste'molchisini qo'rqitsada, aslida shunday axborot girdobida qolgan foydalanuvchilarning, shu va shunga o'xshash xatolarni qilishi va hatto takrorlashi o'ta normal holatdir.

Olimlarning ta'kidlashicha, insoniyat paydo bo'lgandan beri 3 ta to'liqinni bosib o'tdi: 1) qishloq xo'jaligi sivilizatsiyasi; 2) sanoatlashgan tamaddun; 3) axborot tamadduni. Keyingi to'liqin "axborot madaniyati" bilan bog'liq bo'lishi ilgari surilmoqda.

Darhaqiqat, axborotdan foydalanar ekanmiz, bizga singdirilayotgan ma'lumotlardan yosh va jinsga ko'ra, etnik kelib chiqish, mentalitet muhitiga to'g'ri yoki unga mutanosib bo'lgan xabarlarini qabul qilishni o'rganish jarayonidamiz. Biroq undan keyinchi? Keyingi bosqich qanday bo'ladi? Filologiya fanlari doktori, professor Xurshid Do'stmuhammadning ilmiy qarashlarida ham "axborot madaniyati" tilga olinadi.

Bizningcha, so'nggi boshqich bunday nomlanmaydi va bu bosqichlarning yakuni haqida ham hech qanday prognoz bo'lishi mumkin emas, ammo undan keyingi bosqich "axborotni qayta ishlash" bo'lishi ehtimoldan holi emas. Negaki, yer shari aylanishda davom etar ekan, axborot har soniyada, balki har millisekundda biz tasavvur qilgandan ham ko'proq va hatto biz tasavvur qila olmaydigan darajada katta axborot oqimini hosil qiladi. Tabiiyki, bu holatda insonlar axborotdan haddan ortiq to'yinadi, ularni qabul qilishdan charchaydi, o'z-o'zidan uni qayt qiladi.

Bu holatda esa, omma axborotni qaysidir ma'noda tahlil qilishda, uni filtrlashda xuddi shunday kuch talab etiladi, aynan sun'iy intellekt mazkur muammoga qisman bo'lsa-da ijobiy yechim berishi mumkin. Sun'iy intellekt (AI) – Oksford lug'atida "Kompyuterlar yoki boshqa mashinalarning aqlli xatti-harakatlarni ko'rsatish yoki simulyatsiya qilish qobiliyati" deya izohlangan

bo'lsa, o'zbek manbalarida "Inson intellektiga taqlid qilishga qodir bo'lgan mashinalar yaratishga qaratilgan fan va texnologiya sohasi" nazarda tutiladi.

Qisqasi, sun'iy intellekt ma'lumotlarni qayta ishlash, tahlil qila olish va inson ong ostiga axborotning qay darajada ta'sir ko'rsatishini farqlay olish "qobiliyat"iga ega bo'ladi.

Ko'pchilik sun'iy intellektning ma'lum foydalariga ko'z yumib, uning zararlari xavfliroq, degan qarashda qat'iy turib olishadi. Bir tomondan bu haqiqat bo'lishi mumkin, ammo uning insoniyatga ijobiy ta'sirlari ham bor. Masalan, ommabop platformalarda sun'iy intellekt funksiyasi qo'shilsa, u platforma foydalanuvchisi tomonidan kiritilgan buyruqlar asosida axborotdan feyk ma'lumotlarni aniqlab, adovat tiliga asoslangan xabarlarni avtomatik ta'qiqlash, haqoratimiz yoki xavfli propoganda materiallarini tahlil qilgan holda, bunday xabar jo'natuvchilarini bloklab qo'yish orqali ma'lumotlarni foydali va zararliga ajratish mumkin.

Su'niy intellektdan foydalanishga doir Prezident Shavkat Mirziyoyev 2024-yil 14-oktabr kuni O'zbekistonda sun'iy intellekt texnologiyalarini rivojlantirishga qaratilgan qarorni ma'qullagan edi. Bu qaror ayni vaqtda sun'iy intellektga ehtiyoj yuqoriligi bilan bir qatorda, uning ahamiyati ham kam emasligiga yaqqol misoldir. Shuningdek, uning huquqni muhofaza qilishda ham sezilarli ta'siri bor. Sun'iy intellekt turli manbalardan, jumladan, ijtimoiy tarmoqlardan, ommaviy yozuvlar (arxiv, eski ma'lumotlarni o'zida saqlovchi shunga o'xshash boshqa ma'lumotlar) va kuzatuv kamera yozuvlari tasvirlaridan olingan katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilishi, yuz ifodalar, birlamchi dalillar va anomaliyalarni aniqlash orqali jinoiy faoliyatni oldindan bashorat qilishi, resurslarni yanada samaraliroq joylashtirishda yordam berishi mumkin.

Bu "aqlli" intellekt faqatgina huquq-tartibot yoki jurnalistikada emas, balki favqulodda yordam ko'rsatish tarmoqlari, xususan, tibbiyot va o't o'chirish (og'ir ahvoldagi bemorning birinchi tahlili asosida unda mavjud xuruj va kasalliklar prognozini sun'iy intellektdan olgan holda, birinchi tez yordam

ko'rsatishda vaqtdan yutish va bemorning hayotini saqlab qolishda muvaffaqiyatga erishish yoki boshqa misolda, ma'lum hududdagi yong'in ma'lumotlari, binoning konstruktiv holati, zararlangan qismlarni yong'in bo'layotgan manzilga yetib borishdan oldin tahlil qilish, zararlanmagan hududni saqlab qolish uchun oldindan samarali reja bilan yetib borish)da, ta'lim dargohlarida (bunda pedagog dars o'tish metodlarini sun'iy intellekt orqali yanada foydalisiga o'zgartiradi, o'quvchilar tayyorlagan vazifalarida ham imloviy, ham mantiqiy yutuq-kamchiliklarni eng qisqa fursatda aniqlaydi, muvaffaqiyatli faoliyat olib borish va eng asosiysi vaqt unumdorligini ta'minlashda foydalana oladilar.

Raqamli zamonda yashar ekanmiz, bundan besh yil muqaddam odamlar sun'iy intellekt nimaligi, undan bugunga kelib foydalanishimiz mumkinligini oldindan bilishmagan edi. Vaholanki, bugun biz u bilan kundalik turmushda, deyarli barcha sohalarda doimiy foydalanamiz, ehtiyojimizga taalluqli mavzularda yordam so'raymiz va hatto rejalarimizni uning taqsimotiga ko'ra tuzamiz. U qaysidir ma'noda bizni fikrlashdan, oddiy narsalarni ham, bizni o'rnimizga o'ylashidan tashvishga tushmaymiz, o'zimizga sun'iy intellektdan keyingi davr qanday bo'ladi, degan savolni bermaymiz. Albatta, bu dunyo inson manfaati uchun yaratildi, biroq bizga manfaatdor narsalar kun kelib, bizni inson maqomida tutib turgan ongimizni bo'm-bo'sh qilmasligi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Application of Foreign Experience in the Legal Regulation of Artificial Intelligence the Republic of Uzbekistan
(https://irshadjournals.com/index.php/ujldp/article/view/211?utm_source=chatgpt.com)
2. The Legal Challenges of Regulating AI in Cybersecurity: A Comparative Analysis of Uzbekistan and Global Approaches
(https://irshadjournals.com/index.php/ijlp/article/view/202?utm_source=chatgpt.com)

3. <https://www.oed.com>
4. <https://najotalim.uz>
5. <https://mohirdev.uz>

DAVLAT TILI RIVOJIDA SUN'IY INTELLEKT

Shaxobiddin MUSAYEV,

O'zJOKU tadqiqotchisi

Annotatsiya: Maqolada “Davlat tili haqida”gi qonun ijrosining yoritilishida sun’iy intellekt va undan zamon talabi nuqtai nazaridan foydalanishning ahamiyati ochib berilgan.

Kalit so‘zlar: sun’iy intellekt, davlat tili, qonun, tarjima, mavzu, lotin, kiril, yoritish.

Annotation: The article identifies the use of artificial intelligence in the implementation of the Law “On the State Language”. Latin script, Cyrillic script, media coverage.

Key words: artificial intelligence, state language, translation, law, topic, Latin script, Cyrillic script.

Bugungi kunda sun’iy intellekt (SI) vositasida til o‘rganish va o‘qitishdagi afzalliklar, kamchiliklar, o‘qituvchilarning qarashlari va real vaqtda o‘zgarib borayotgan fikrlari o‘rganilmoqda. Biroq SIning davlat tilini, bizning misolimizda “Davlat tili haqida”gi qonun ijrosi, o‘zbek tilini o‘rganish va uning taraqqiyoti yo‘lidagi salohiyati hamda afzalliklari hali chuqur tadqiq qilingani yo‘q. Xo‘sh, davlat tili to‘g‘risidagi qonunchilik ijrosida SIning o‘rni nimalarda ko‘rinadi?

Davlat tili qonunchiligi ijrosida SI texnologiyalarining qo‘llanilishini nazorat qilish, rivojlantirish va ommalashtirishda qator imkoniyatlar beradi. Masalan, SI matn tahlili va monitoringini yuritishi mumkin. Bunda, avvalo,

hujjatlar tahlil qilinadi, ya'ni SI yordamida rasmiy hujjatlarda o'zbek tilidan foydalanish darajasi aniqlanadi.

SI orqali avtomatik tekshiruv o'tkazilib, davlat organlari veb-saytlari, reklama, ijtimoiy tarmoqlardagi kontentining davlat tili me'yori va normalariga muvofiqligini baholanadi. SI til qo'llanilishi statistikasini ko'rib chiqadi. Bunda davlat tilining qay sohada, qanchalik to'g'ri yoki noto'g'ri qo'llanilayotgani haqida aniq ma'lumotlar yig'ish mumkin. Shuningdek, avtomatik tarjima va lotin-kiril yozuvlarida ishlash mumkin. Mashina tarjimasini: xalqaro hujjatlarni davlat tiliga va aksincha, tez va aniq tarjima qilish imkoniyatini beradi (Google Translate, DeepL kabi SI tizimlari).

Yozuvlar grafikasini avtomatik o'zgartirish imkoniyati. Bunda kirill va lotin alifbosi o'rtasida avtomatik konvertatsiya qilish orqali turli sohalarda yagona standartni saqlash osonlashadi. Masalan, O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi o'z veb-saytida qonunlar va me'yoriy hujjatlarni lotin yoki kirill alifbosida taqdim etadi. Avtomatik konvertatsiya platformasi yordamida foydalanuvchi hujjatni lotin alifbosida o'qiydi. Boshqa foydalanuvchi esa kirill alifbosida o'qishni afzal ko'radi – sistema matnni avtomatik tarzda konvertatsiya qilib, har ikkisi uchun yagona mazmun va standartni saqlaydi. Natijada matn mazmuni o'zgarmaydi, har ikki alifboda bir xil axborot tarqaladi. Bu davlat tilidagi axborotni keng omma uchun tushunarli va qulay qiladi.

SI dan tilni o'rgatish va ommalashtirishda ham keng foydalanish mumkin. SI asosidagi Interaktiv til o'rgatuvchi dasturlar chat-botlar va mobil ilovalar orqali davlat tilini o'rganish imkoniyatlari kengaymoqda (masalan, Duolingo'ga o'xshash modellar). Duolingo modeli – SI va ta'lim texnologiyalari asosida ishlovchi til o'rganish platformasining o'qitishga oid pedagogik va texnologik yondashuvi bo'lib, u til o'rganish jarayonini interaktiv, individuallashtirilgan va o'yinlashtirilgan tarzda tashkil qiladi.

SI yordamida bugun ijtimoiy tarmoqlar orqali, turli yozuvlar vositasida ko'zga tashlanayotgan savodsizlikning oldi olinadi. Bunda to'g'ri imlo,

grammatika va uslubiy me'yorlarga muvofiqlashtirish imkoni yaratiladi. Aholi bilan muloqotda tilni rag'batlantirish masalasi ham ahamiyatli. Davlat xizmatlarini taqdim etuvchi platformalarda davlat tilida so'rovlarga javob beradigan SI chat-botlar joriy etilishi mumkin. Shu bilan birga murojaatlarni tahlil qilishda qo'llanilishi mumkin. Bunda fuqarolarning elektron murojaatlari SI yordamida tahlil qilinib, javoblar davlat tilida avtomatik tayyorlanadi.

Noto'g'ri til qo'llanilishini aniqlash va oldini olishda ham foydalaniladi. Masalan, tahrir va tahlil vositalari o'laylik. Bunda davlat tilida yozilgan matnlardagi imlo va uslubiy xatolarni SI avtomatik aniqlab, to'g'ri variantlarni taklif qiladi.

Kontent filtratsiyasida ham foydalanish mumkin. Bu esa chet tildagi keraksiz kontentlarni kamaytirish orqali davlat tili ustuvorligini ta'minlashga yordam beradi. SI texnologiyalari davlat tili ijrosini ta'minlashda nazorat, tahlil, rag'batlantirish, o'rgatish va avtomatlashtirish kabi sohalarda katta imkoniyatlar yaratmoqda. Bu esa davlat tilining hayotning barcha jabhalarida to'laqonli faoliyat yuritishini ta'minlashga xizmat qiladi.

Boshqa sohalar qatorida OAVda SI texnologiyalari juda muhim va keng qo'llanila boshladi. Sun'iy intellektning katta hajmdagi ma'lumotlarni qisqa vaqt ichida tahlil qilib, dolzarb va muhim xabarlarni saralab chiqishi bu sohaga ham tegishlidir. Bu jurnalistlar ishini yengillashtiradi va tezkorlikni oshiradi. Jumladan, kontent yaratishda oddiy yangiliklarni (masalan, ob-havo, sport natijalari, moliyaviy hisobotlar) SI yordamida avtomat ravish shakllantirish mumkin. SI vositalari orqali OAV o'z auditoriyasining mavzu doirasidagi qiziqishlari va munosabatlarini tahlil qilib, maqsadli yoki individual kontent yaratish imkoniga ega bo'ladi.

Yana bir muhim xususiyati SI yordamida soxta (feyk) yoki manipulyativ axborotlarni aniqlash va ularni to'g'ri ma'lumotlar bilan almashtirish imkoni yaratiladi. SI ommaviy axborot vositalarini tezkor, aniq va samarali axborot yetkazishda qo'llab-quvvatlovchi kuchli vositaga aylangan. Biroq, bu

texnologiyalardan oqilona va mas'uliyat bilan foydalanish ham muhim, chunki noto'g'ri qo'llanilsa, axborot manipulyasiyasi yoki shaxsiy ma'lumotlarning buzilishiga olib kelishi mumkin. Xulosa qilib aytganda, davlat tilining rivojida SIDan munosib foydalanish zarur bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Odilov Y., Azimov I. Til siyosatini muvofiqlashtirib boradigan muassasa zarur // "Ma'rifat" gazetasi, 2019-yil 25-yanvar.

2. Artificial Intelligence for Language Learning and Teaching: A Narrative Literature Study. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/englisia/index>

3. Saidov H. Jamiyatning demokratlashuvi jarayonida axborot janrlarining rivojlanish omillari. – T.: "Ta'lim-media", 2020. - 135-b.

4. Нурматов А. Миллатнинг медиасаводхонлик ўлчами. <http://www.insonhuquqlari.uz/uz/news/millatning-mediasavodxonlik-olchami>.

“PRDA YANGI TRENDLAR: AXBOROTNI YETKAZISHDA SUN'IY INTELLEKTDAN FOYDALANISH MEKANIZMLARI

Sevara URINBAYEVA,

Adliya vazirligi “Adolat” MHAM bo'limi boshlig'i,

O'zDJTU mustaqil izlanuvchisi,

E- mail:s.urinbaeva.85@gmail.com

Annotatsiya: Maqolada jamoatchilik bilan aloqalar sohasida yuzaga kelayotgan yangi tendensiyalar, xususan, sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanishning dolzarbligi yoritilgan. Shuningdek, PR faoliyatining raqamli transformatsiyasi, ijtimoiy tarmoqlar, sun'iy intellektning PR jarayonlariga kirib kelishi, xususan, axborotni tezkor va tahliliy shaklda yetkazish, auditoriya bilan o'zaro muloqotni kuchaytirish, imidj va ishonchni mustahkamlashdagi imkoniyatlari tahlil qilingan. O'zbekistonda PR strategiyalarini takomillashtirish bo'yicha takliflar ilgari surilgan.

Kalit soʻzlar: jamoatchilik bilan aloqalar, sunʼiy intellekt, raqamli kommunikatsiya, ijtimoiy tarmoqlar, axborot texnologiyalari, auditoriya tahlili, zamonaviy tendensiyalar, kommunikatsiya strategiyasi.

Annotation: The article highlights new trends emerging in the field of public relations , particularly the relevance of using artificial intelligence technologies. It also analyzes the digital transformation of PR activities, the role of social networks, and the integration of AI into PR processes — especially its potential to deliver information quickly and analytically, enhance audience engagement, and strengthen image and trust. The article also proposes recommendations for improving PR strategies in Uzbekistan.

Keywords: public relations, artificial intelligence, digital communication, social networks, information technologies, audience analysis, modern trends, communication strategy.

Mamlakatimizda soʻz erkinligini taʼminlash, axborot va ommaviy kommunikatsiyalar sohasini boshqarish tizimini qayta tashkil qilish, turli sohalardagi muammoli masalalarini hal etishda ommaviy axborot vositalarining rolini oshirish boʻyicha sezilarli ishlar amalga oshirilmoqda. Davlatimiz rahbari tomonidan olib borilayotgan izchil islohotlarning ustuvor yoʻnalishlari ham soʻz erkinligi printsipligiga rioya qilish, xolislik, haqqoniylik, ochiqlik va shaffoflikni barcha uchun amalda barobar taʼminlashga qaratilgan.

Sohadagi hozirgi holat tahlili media makonda yuzaga kelayotgan chaqiriqlarga tezkorlik bilan munosib javob qaytarish, amalga oshirilayotgan ulkan miqyosdagi islohotlar toʻgʻrisidagi maʼlumotlarni oʻz vaqtida taqdim etish, davlat organlari va tashkilotlarining axborot xizmatlari, ommaviy axborot vositalarining faoliyatini sifat jihatidan yanada rivojlantirish, jamoatchilikka axborotlarni yetkazishda yangicha yondashuvlar asosida ishlash zarurligini taqozo etmoqda.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti o‘zining Oliy Majlisga 2020-yil 29-dekabrda Murojaatnomasida ayni shu masalaga e’tibor qaratib jumladan shunday degan edi: “Biz o‘tgan to‘rt yil davomida jamiyatimizda oshkoralik va ochiqlik, so‘z erkinligi muhitida yashash va ishlashga asta-sekin o‘rganib boryapmiz. Xolis va adolatli jurnalist va blogerlarning tanqidiy chiqishlari eskicha qolipda ishlaydigan rahbarlarning faoliyatidagi xato-kamchiliklarni ko‘rsatib, ularni ish uslubini o‘zgartirish va mas’uliyatini oshirishga majbur qilmoqda. Bundan buyon har bir davlat organi o‘z kundalik faoliyatida ommaviy axborot vositalari bilan yaqin muloqot va hamkorlikni yo‘lga qo‘yishi zarur va shart”²⁵.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 27-iyundagi PQ-4366-son “Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta’minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori bu o‘rinda ketayotgan islohotlarning izchilligini ko‘rsatadi. Bu esa o‘z navbatida media makonda yuzaga kelayotgan chaqiriqlarga tezkorlik bilan munosib javob qaytarishni taqozo etadi. Davlatning siyosiy boshqaruvi avvalambor fuqarolar bilan qayta aloqani to‘g‘ri yo‘lga qo‘yilganligiga yuqori samaradorlikni ko‘rsatadi. Buning uchun aholiga amalga oshirilayotgan islohotlarning maqsadi, vazifalari va natijalari haqida tezkor, xolis va to‘liq axborot yetkazish, davlat organlari shaffofligini ta’minlash lozim. Ayni shu vazifalarni amalga oshirish uchun davlat organlarining jamoatchilik bilan o‘zaro hamkorlik aloqalari va axborot xizmatlari faoliyatining to‘g‘ri yo‘lga qo‘yilganligi o‘ta muhim.

XXI asrda globallashtirish jarayonlari, raqamli transformatsiya va kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi natijasida jamoatchilik bilan aloqalar sohasida ham o‘zgarishlar bo‘lmoqda. An’anaviy PR usullari o‘z o‘rnini zamonaviy, interaktiv va raqamli kommunikatsiya vositalariga

²⁵O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi – 2020-yil, <https://president.uz/uz/lists/view/4057>.

bo‘shatmoqda. Bu jarayon nafaqat texnologik yangiliklarni joriy etish, balki manfaatdor tomonlar bilan samarali muloqotni yo‘lga qo‘yishda sifat jihatdan yangi yondashuvlarni talab etmoqda. Jamoatchilik bilan aloqalar endilikda biryoqlama xabar yetkazishdan ko‘ra, jarayon va tizim sifatida qaralmoqda. Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlar, sun‘iy intellekt, analitik vositalar, ma’lumotlar bazasi va onlayn platformalar vositasida auditoriya bilan doimiy muloqot, ularning fikr-mulohaza va ehtiyojlarini tahlil qilish imkoniyati yuzaga keldi. Shu bilan birga, zamonaviy PR nafaqat xususiy sektorda, balki davlat boshqaruvi, fuqarolik jamiyati institutlari, ta’lim va sog‘liqni saqlash kabi sohalarda ham strategik boshqaruvning muhim qismi sifatida shakllanmoqda. Mazkur jarayonlar fonida PR faoliyatining samaradorligi masalasi ham o‘z dolzarbligini oshirmoqda. Chunki zamonaviy tendensiyalarni chuqur tahlil qilmasdan turib, jamoatchilik bilan muloqotni samarali tashkil etish, brend imidjini mustahkamlash yoki ijtimoiy ishonchni oshirish qiyin. Shu sababli, zamonaviy kommunikatsion muhit sharoitida PR faoliyatida kuzatilayotgan tendensiyalarni ilmiy nuqtayi nazardan o‘rganish, ularning shakllanish sabablari va PR strategiyasiga ta’sirini aniqlash zarurati tug‘ildi.

Shuningdek, yangi bosqichdagi islohotlar jarayonida davlat organlari tomonidan xalq bilan muloqot o‘rnatib, muhim ijtimoiy-siyosiy masalalarda qarorlar qabul qilishda avvalo aholining fikrini inobatga olish tizimi shakllantirildi. Prezident ilgari surgan “Xalq davlat idoralariga emas, davlat idoralari xalqqa xizmat qilishi kerak”²⁶, degan tashabbus asosida fuqarolarning davlat boshqaruvida ishtirokini amalda ta’minlash masalasi kun tartibiga olib chiqilganidan so‘ng demokratik islohotlarni amalga oshirishda nodavlat notijorat tashkilotlari hamda fuqarolik jamiyati boshqa institutlarining faolligi sezilarli ravishda osha boshladi.

²⁶Туляков Э. Давлат бoшқаруви тизимидаги ислохотлар учинчи ренессанс сари дадил кадам. <https://strategy.uz/index.php?news=1070>.

Jamoatchilik bilan aloqalar sohasida zamonaviy tendensiyalar va ularning samaradorlikka ta'sirini o'rganishda bir qator mahalliy va xorijiy tadqiqotchilarning ilmiy ishlari, monografiyalari hamda maqolalari tahlil qilindi. Ushbu tahlil sohaga doir ilmiy qarashlarning shakllanishi va rivojlanish jarayonini hamda zamonaviy yondashuvlarning shakllanishini ko'rsatib beradi.

O'zbekistonda tadqiqotchilardan O. U. Abduazimov, U. I. Islombekov, G'. S. Mamatov, U. T. Yazdonov, T. U. Eshbekovlarning ilmiy tadqiqotlarida davlat boshqaruvida jamoatchilik bilan aloqalarning ayrim jihatlari o'rganilgan.

Xususan, O. U. Abduazimov tomonidan axborotlashgan jamiyatda jamoatchilik fikri monitoringini ta'minlashda ommaviy kommunikatsiyalar muammolari sotsiologik jihatdan tadqiq etilgan²⁷ bo'lsa, U. I. Islombekov tomonidan siyosatda jamoatchilik bilan aloqalar texnologiyalarini qo'llash imkoniyatlari o'rganilib, unda axborot siyosatining hamda axborot kommunikatsiya texnologiyalarini bu yo'nalishda qo'llash ahamiyati ochib berilgan²⁸.

G'. S. Mamatov tomonidan axborotlashgan jamiyatda jamoatchilik nazorati va davlat axborot siyosatining uyg'unligi masalalari rivojlangan davlatlar tajribasi hamda mavjud ilmiy-metodik qarashlar prizmasi orqali ochib berilgan²⁹. U. T. Yazdonov jamoatchilik fikrini shakllantirishning strategik vazifalarini belgilash va istiqbollarini prognozlashtirishga javobgar institutlar faoliyatini tashkillashtirish, boshqarish hamda nazorat qilish metodologiyasini (milliy mental, individual-korporativ xususiyatlariga differensial yondashuv) takomillashtirish masalalarini o'rgangan³⁰.

²⁷Abduazimov O. Axborotlashgan jamiyatda jamoatchilik fikri monitoringini ta'minlashda ommaviy kommunikatsiyalar sosiologiyasining o'rni (O'zbekiston ommaviy axborot vositalarining 2001- 2016 yillardagi materiallari misolida). sos. f.d. diss.avtoref. – Toshkent: 2017. – B.63

²⁸Islombekov U.I. Siyosatda jamoatchilik bilan aloqalar texnologiyalarini qo'llash imkoniyatlari. Siyosiy fanlar nomzodi ...diss-ya. – Toshkent, 2007.

²⁹Mamatov G'. S. Axborotlashgan jamiyatda jamoatchilik nazorati va davlat axborot siyosatining uyg'unligi (O'zbekiston Respublikasi misolida). siyosiy f.d. diss.avtoref. - Toshkent: 2017.

³⁰Yazdonov U.T. Globallashtirish sharoitida jamoatchilik fikrini shakllantirish institutlarining funksional integratsiyalashuv xususiyatlari. Kan.diss. – Samarqand: 2017

Tadqiqotchi T.U. Eshbekov esa parlamentning jamoatchilik bilan aloqalari va ommaviy axborot vositalari bilan ishlashning o‘ziga hos jihatlari tadqiq etgan³¹.

Bundan tashqari, O‘zbekiston Respublikasida davlat organlari va tijorat tuzilmalarida jamoatchilik bilan aloqalarni takomillashtirishga bag‘ishlangan ilmiy maqolalar va tahliliy ishlarda so‘nggi yillarda PR faoliyatida raqamli texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishning o‘sib borayotgan ahamiyati alohida ta’kidlanadi. Jumladan, axborot texnologiyalari asosida aholi bilan bevosita muloqotni kuchaytirish, tashkilotning ijtimoiy tarmoqlardagi faoliyatini samarali tashkil etish, shuningdek, jamoatchilik fikrini o‘rganish va boshqarish mexanizmlarining rivojlanishi ijobiy baholanmoqda.

Shuningdek, tadqiqot davomida PR nazariyasining klassik asosi sifatida J. Grunig va T. Hunting³² simmetrik va assimetrik kommunikatsiya modellari nazariyasi alohida o‘rganildi. Mualliflar jamoatchilik bilan samarali muloqotni ikki yo‘nalishda olib borish va tashkilot imidjini ijobiy shakllantirish zarurligini ta’kidlaydi. Shu bilan birga, Grunigning “excellence theory” konsepsiyasi zamonaviy PR faoliyatida professional yondashuvlarning samaradorligini ta’minlashda muhim o‘rin tutadi.

Adabiyotlarning tahlili shuni ko‘rsatdiki, zamonaviy PR faoliyatida storitelling, kontent-marketing, shuningdek, sun’iy intellekt va ma’lumotlarni tahlil qilish (big data analytics) kabi yangi texnologiyalarni qo‘llash samaradorlikni oshiruvchi asosiy omillar sifatida talqin qilinmoqda.

Shuningdek, xalqaro tashkilotlar, jumladan, Public Relations Society of America (PRSA) va Chartered Institute of Public Relations (CIPR) tomonidan e’lon qilingan hisobot va tavsiyalar ham zamonaviy tendensiyalar, yangi vosita

³¹Eshbekov T. U. O‘zbekistonda qonun chiqaruvchi hokimiyatning jamoatchilik bilan aloqalari va ommaviy axborot vositalari. Kan.diss. - Toshkent: 2006

³²Grunig and Hunt Model of Public Relations. <https://researchgate.com/2021/06/13/grunig-and-hunt-model-of-public-relations/>

va usullarning PR samaradorligiga ta'sirini tushunishda muhim manba bo'lib xizmat qiladi.

Jamoatchilik bilan aloqalar haqida gap ketganda, turli vaqtlarda o'ziga xos taktika va strategiyalardan foydalanib, imijni fuqarolar ongida shakllantirishga ko'maklashadigan institutni tushunamiz. Jamoatchilik bilan aloqalar haqida gapirganda, biz jamoatchilik guruhlarini va qaror qabul qiluvchi auditoriyaga o'z kanallarini yaratish orqali ham, ommaviy axborot vositalari bilan klassik aloqalardan foydalangan holda axborot ta'sirining juda maqsadli usulini nazarda tutamiz.

Zamonaviy axborot jamiyatida axborotni tarqatish vositalarining samaradorligi oshishi bilan birga, ularning kuch manbalari sifatidagi roli va ahamiyati ham ortib bormoqda.

Shuning uchun davlatga hokimiyatni saqlab qolish, uni legitimligini ta'minlash uchun internet tarmog'i orqali kommunikatsiyani ham nazoratga olishi muhim ahamiyat kasb etmoqda. Avtoritar siyosiy tizimlarda davlat axborot makonini sezilarli nazoratda ushlab turishga muvaffaq bo'lgan bo'lsada, ijtimoiy tarmoqlar ushbu nazoratni buzishi va shu bilan hokimiyat munosabatlari tuzilmasidagi mavjud muvozanatni o'zgartirishi mumkin³³.

Bu tizimda davlat boshqaruvi sohasidagi jamoatchilik bilan aloqalar bo'linmalari asosiy rolni o'ynashi kerak. Bunda ijtimoiy tarmoqlarning ijobiy tomonlaridan foydalana bilish ahamiyatli. Ma'lumotlarga qaraganda, O'zbekiston bo'yicha aniq foydalanuvchilar soni haqida ma'lumotlar cheklangan bo'lsa-da, mavjud manbalarga ko'ra quyidagi raqamlarni keltirish mumkin. Masalan, **Facebook va Instagramda 2024-yil holatiga**, Meta kompaniyasining vakili Jorj Chenning ma'lumotiga ko'ra, O'zbekistonda Facebook va Instagramning jami 12 millionga yaqin faol foydalanuvchisi mavjud bo'lib, ulardan Instagram foydalanuvchilari ko'proqni tashkil etadi³⁴. Linkedini

³³Jason Gainous, Kevin M., Wagner & Charles, E. Ziegler, 2017.

³⁴<https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-uzbekistan/2024/>

foydalanuvchisi esa **900 mingga yaqin**³⁵, **Telegramda** 2024-yil yakuniga ko‘ra, O‘zbekistonda Telegram messenjeridan 18 milliondan 20 milliongacha foydalanuvchisi bor³⁶, bu esa mamlakatdagi internet foydalanuvchilarining 78%ini tashkil etadi. O‘zbekistonda 13 million kishi (internet foydalanuvchilarining 45%i) **YouTube** platformasida video tomosha qiladi³⁷.

Ijtimoiy tarmoqlarning afzalligi shundaki, unda har bir foydalanuvchi axborotning haqiqiy iste‘molchisidir. Unda maqsadli auditoriyani keng qamrab olish imkoniyatining borligidadir (bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlar auditoriyasi kun sayin oshib bormoqda).

Ikkinchidan, fuqaro va tashkilot o‘rtasidagi tezkor aloqadan foydalanish, u yoki bu xabarlarga zudlik bilan javob qaytarish imkoniyati mavjud.

Uchinchidan, “insonparvarlik, insoniylik” prinsipi. Bunda tashkilot brendi maqsadli auditoriya ko‘z o‘ngida shakllantiriladi (bu holatda tashqivot xuddi tavsiya, maslahat yoki tanishlarning fikridek qabul qilinadi, natijada ishchanlilik darajasi yanada oshadi);

To‘rtinchidan, tashkilot va fuqarolar o‘rtasida o‘z hamjamiyati yoki akkauntining mashhurligini monitoring qilib, yangi ishtirokchilar sonini ko‘rib, tashkilot faoliyatiga doir fikr-mulohazalarni kuzatib borish mumkin.

Bu sa‘y-harakatlarning barchasi ishonchli auditoriya va ularning afzalliklariga oid ma‘lumotlar bazasini yaratish uchun zarur. Ushbu platformalarda samarali kontent yaratish brendlar, blogerlar va ommaviy axborot vositalari uchun juda muhimdir.

Bugungi kunda PRning rivojlanayotgan tendentsiyalariga press-relizlar va ommaviy axborot vositalariga intervyu kabi an’anaviy PR taktikalaridan voz kechish hamda ko‘proq interaktiv va ijtimoiy mediaga yo‘naltirilgan yondashuvlarga o‘tishni davrni o‘zi taqozo etmoqda. PR strategiyalarini ishlab

³⁵<https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-uzbekistan/2024/>

³⁶<https://www.gazeta.uz/oz/2025/05/30/youtube/>

³⁷<https://www.gazeta.uz/uz/2025/05/30/youtube/>

chiqishda sun'iy intellekt (SI) texnologiyalari muhim omilga aylanib, axborot yetkazish, auditoriyani tushunish va u bilan samarali muloqot qilish jarayonini yangi bosqichga olib chiqmoqda³⁸.

Bugungi kunda O'zbekiston ham sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanuvchi davlatlar safidan o'rin olmoqda. Ayni paytda eng mashhur sun'iy intellekt tizimlaridan biri – bu ChatGPT bo'lib, u neyron tarmoqlarga asoslangan ilg'or texnologiya sifatida tanilgan. 2023-yil boshidan ushbu tizimdan o'zbekistonliklarga ham erkin foydalanish imkoniyati yaratildi³⁹. Umuman olganda, SI – bu savollarga javob berish, matn yaratish, tasvir hosil qilish, ma'lumotlarni tahlil qilish va qayta ishlash kabi murakkab vazifalarni mustaqil bajara oladigan aqlli kompyuter tizimidir.

Zamonaviy sun'iy intellekt – bu turli funksiyalarni bajara oladigan algoritmlar va dasturiy tizimlardan tashkil topgan murakkab tizim bo'lib, u inson ongiga xos bo'lgan bir qator vazifalarni axborot bazasiga kiritilgan ma'lumotlar asosida bajara oladi. Sun'iy intellekt katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilish, mantiqan izchil xulosa chiqarish, muammolarga yechim taklif etish va samarali tavsiyalar berish kabi imkoniyatlarga ega bo'lgan “aqlli” texnologiya sifatida e'tirof etilmoqda. Bugungi kunda mutaxassislar sun'iy intellektni to'rtinchi sanoat inqilobining markaziy ustuni, uning harakatlantiruvchi kuchi sifatida ko'rishmoqda.

Sun'iy intellektning PR dunyosiga kirishi davlat tashkilotlarning raqamli asrga moslashishga bo'lgan ehtiyojining ortishi bilan izohlanadi, bu yerda ijtimoiy tarmoqlar, doimiy ulanish va ma'lumotlarning haddan tashqari yuklanishi odatiy holdir. Bu jarayonda an'anaviy PR usullari shunchaki yetarli emas. Murakkab ma'lumotlarni boshqarish, amaliy tushunchalarga ega bo'lish va

³⁸Grunig and Hunt Model of Public Relations. <https://researchcage.com/2021/06/13/grunig-and-hunt-model-of-public-relations/>

³⁹Open AI platform, 2023. <https://platform.openai.com/docs/supported-countries>

xabarlar kerakli vaqtda kerakli odamlarga yetkazilishini ta'minlash uchun SIni qo'llash orqali muloqot rivojlanadi.

Mana, masalan, 2024-yilgi saylovlarda ham sun'iy intellektdan keng foydalanildi. Prezidentimiz tomonidan mazkur masala ham e'tibordan chetda qolmadi. Mamlakatda sun'iy intellekt sohasini tizimli rivojlantirish maqsadida, Prezident tomonidan "Sun'iy intellekt texnologiyalarini 2030-yilga qadar rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi qarori qabul qilindi⁴⁰.

Bundan tashqari, 2025 -yilning 6-oktabrida Prezident Shavkat Mirziyoev huzurida mamlakatimizda sun'iy intellekt texnologiyalarini rivojlantirish hamda ularni iqtisodiyot va ijtimoiy sohalarga keng joriy etish yuzasidan o'tkazilgan taqdimotda ham sun'iy intellekt texnologiyalari davlat boshqaruvida samaradorlikni oshirish, resurslardan tejamkor foydalanish, aholiga ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini yaxshilashga xizmat qilayotgani, so'nggi yillarda O'zbekistonda ham bu sohada tizimli islohotlar amalga oshirilib, mamlakatimiz sun'iy intellektni tatbiq etish bo'yicha xalqaro reytingda 17 pog'ona yuqoriladi. Hozirda O'zbekiston 188 davlat ichida 70-o'rinni, Markaziy Osiyo bo'yicha esa birinchi o'rinni egallagani, Iqtisodiyot va ijtimoiy sohalarda sun'iy intellekt loyihalarini joriy etish maqsadida 50 million dollar mablag' ajratilgani ta'kidlandi⁴¹.

Shuningdek, undan foydalanishning huquqiy asoslarini yaratishga qaratilgan qonun ishlab chiqish lozimligi ta'kidlab o'tildi.

Yana bir tendentsiya – bu jamoatchilik bilan aloqalarda ma'lumotlar va tahlillardan foydalanishning ko'payishidir. Bu brend yoki mahsulot uchun qaysi kanallar eng yaxshi ishlashini aniqlash va shunga mos ravishda maqsadli marketing kampaniyalarini ishlab chiqish uchun zarur.

⁴⁰O'zbekistonda "Sun'iy intellekt texnologiyalarini 2030-yilga qadar rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Prezident qarori. <https://www.lex.uz/docs/-7158604>

⁴¹ <https://president.uz/uz/lists/view/8545>

Jamoatchilik bilan aloqalar hali ham jamoatchilik fikriga ta'sir qilish va asosiy manfaatdor shaxslar bilan munosabatlarni boshqarish uchun foydalanilmoqda. Biroq, bu yerda jamoatchilik bilan aloqalarning yettita rivojlanayotgan tendentsiyalari mavjud. Bularga:

1. Influencer marketingning yuksalishi.
2. Ijtimoiy tarmoqlarning o'sishi.
3. Ma'lumotlarning ahamiyati.
4. Qayta aloqaning o'sishi.
5. Jamoatchilik bilan aloqalarda sun'iy intellektdan foydalanish.
6. Raqamli marketingning yuksalishi.
7. Doimiy barqarorlik jamoatchilik bilan aloqalar strategiyasiga ega bo'lish.

Shu bilan birga, ijtimoiy media platformalarida kontent yaratish jarayoni strategik yondashuvni talab qiladi. Har bir platforma o'ziga xos format va algoritmgaga ega bo'lib, foydalanuvchilarning e'tiborini jalb qilish uchun muayyan tamoyillar asosida kontent tayyorlanishi lozim. Auditoriyani aniqlash – kim uchun kontent yaratayotganingizni tushunish kerak. Auditoriyaning qiziqishlari, muammolari va ehtiyojlarini aniqlash orqali samarali kontent yaratish mumkin⁴².

Xulosa qilib aytganda, to'g'ri yo'lga qo'yilgan jamoatchilik bilan aloqalar boshqaruv sifatini oshiradi. Bunda raqamli texnologiyalar, ijtimoiy tarmoqlar va sun'iy intellekt vositalaridan foydalanish samara beradi. Bu esa an'anaviy ommaviy axborot vositalari o'rnini ko'p jihatdan onlayn platformalar egallab, auditoriya bilan bevosita va tezkor muloqot imkonini yaratilayotganida ko'rinmoqda. Shu bilan birga, jamoatchilikning axborot iste'moli odatlari o'zgargan – qisqa, vizual va interaktiv formatlar ustunlik qilmoqda. Brend va tashkilotlarning muvaffaqiyati endi nafaqat xabar yetkazish sifatiga, balki ularning ochiqlik, ishonchlilik va ijtimoiy mas'uliyat tamoyillariga amal qilishiga

⁴² <https://www.cision.com/resources/articles/pr-trends/>

bog‘liq bo‘lib bormoqda. Tadqiqot ishi yuzasidan quyidagi takliflarni taqdim etamiz:

Birinchidan, raqamli kommunikatsiyadan foydalanishga ustuvorlik berish. Bunda ijtimoiy tarmoqlar va blog-platformalarda faol, tizimli va rejalashtirilgan kontent siyosatini muntazam yuritish, sun‘iy intellekt yordamida auditoriya tahlilini olib borishni yo‘lga qo‘yish.

Ikkinchidan, auditoriya bilan ikki yo‘nalishli (simmetrik) muloqot olib borish. Bu jarayonda faqat axborot uzatish emas, balki feedback tizimini kuchaytirib, onlayn so‘rovnomalar, interaktiv jonli muloqotlar orqali faollikni oshirish.

Uchinchidan, ishonchli axborot manbasiga aylanish zarur.

To‘rtinchidan, vizual va interaktiv formatlarni kengaytirish lozim. Axborotlarni yetkazishda infografika, qisqa videolar, storis va reels formatidan faol foydalanish.

Beshinchidan, PR mutaxassislarining malakasini doimiy ravishda oshirib borish kerak. Bunda raqamli marketing, data-analitika va krizis-kommunikatsiya bo‘yicha muntazam treninglarni tashkil qilib borish muhim ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi – 2020-yil, <https://president.uz/uz/lists/view/4057>
2. O‘zbekistonda “Sun‘iy intellekt texnologiyalarini 2030-yilga qadar rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Prezident qarori. <https://www.lex.uz/docs/-7158604>
3. Туляков Э. Давлат бошқаруви тизимидаги ислохотлар учинчи ренессанс сари дадил кадам. <https://strategy.uz/index.php?news=1070>
4. Abduazimov O. Axborotlashgan jamiyatda jamoatchilik fikri monitoringini ta‘minlashda ommaviy kommunikatsiyalar sosiologiyasining o‘rni

- (O‘zbekiston ommaviy axborot vositalarining 2001- 2016 yillardagi materiallari misolida). sos. f.d. diss.avtroref. - Toshkent: 2017. – B. 63.
5. Islombekov U.I. Siyosatda jamoatchilik bilan aloqalar texnologiyalarini qo‘llash imkoniyatlari. Siyosiy fanlar nomzodi ...diss-ya. – Toshkent, 2007.
 6. Mamatov G‘. S. Axborotlashgan jamiyatda jamoatchilik nazorati va davlat axborot siyosatining uyg‘unligi (O‘zbekiston Respublikasi misolida). siyosiy f.d. diss.avtroref. - Toshkent: 2017.
 7. Yazdonov U.T. Globallasuv sharoitida jamoatchilik fikrini shakllantirish institutlarining funksional integratsiyalashuv xususiyatlari. Kan.diss. – Samarqand: 2017.
 8. Eshbekov T. U. O‘zbekistonda qonun chiqaruvchi hokimiyatning jamoatchilik bilan aloqalari va ommaviy axborot vositalari. Kan.diss. - Toshkent: 2006.
 9. Kasimova.N. Internet jurnalistikaning texnologik asoslari. O‘quv-amaliy qo‘llanma. Toshkent-2012.
 10. Grunig and Hunt Model of Public Relations.
<https://researchgate.com/2021/06/13/grunig-and-hunt-model-of-public-relations/>
 11. All you need to know about PR. PRCA. NY, 1986, p.2
 12. Zimenkov A.B. Pablik rileyshnz v politike: Soderjatelniy i texnologicheskiy analiz. Rostov-na-Donu. 2003 g. - <https://lektsia.com/6xb852.html>.
 13. Jason Gainous, Kevin M., Wagner & Charles, E. Ziegler, Digital media and political opposition in authoritarian systems: Russia’s 2011 and 2016 Duma elections // <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13510347.2017.1315566>
 14. Social media users in Uzbekistan AT THE END OF 2024
<https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-uzbekistan/2024/>
 15. <https://www.gazeta.uz/oz/2025/05/30/youtube/>
 16. <https://uz24.uz/uz/articles/telegram-25-2-1>

17. Open AI platform, 2023. <https://platform.openai.com/docs/supported-countries>
18. Сунъий интеллект соҳасининг инфратузилмаси ва кадрлар салоҳияти ривожлантирилади. <https://president.uz/uz/lists/view/8545>
19. <https://www.cision.com/resources/articles/pr-trends/>

ADVANCED TECHNOLOGICAL SOLUTIONS AND PRACTICAL RECOMMENDATIONS FOR THE JOURNALISM INDUSTRY

*Kunduz KHAZRATOVA,
Senior English teacher*

Uzbekistan State World Languages University

Email: kunduz.khazratova@gmail.com

***Annotation:** This article examines advanced technological solutions and practical recommendations to strengthen contemporary journalism. It synthesizes general scientific ideas from natural language processing, multimedia forensics, data engineering, and human-centered design to propose robust newsroom workflows.*

Key recommendations include responsible use of large language models (LLMs) with human-in-the-loop editorial control, automated multimodal verification pipelines, metadata and provenance practices, privacy-preserving analytics, and immersive storytelling techniques (AR/VR). Practical examples and end-to-end workflows (live reporting, data-driven investigative pieces, and audience personalization) are presented with measurable feedback metrics. Ethical, legal, and accessibility concerns are discussed.

The goal is to provide researchers, newsroom technologists, and editors with actionable strategies to increase accuracy, speed, audience trust, and inclusivity while mitigating risks from misinformation and automated content generation.

Keywords: *Journalism technology, fact-checking, large language models, data journalism, multimedia forensics, newsroom workflows, ethics, audience engagement.*

Annotatsiya: *Ushbu maqolada zamonaviy jurnalistikani mustahkamlash uchun ilg'or texnologik yechimlar va amaliy tavsiyalar tahlil qilinadi. Tabiiy tilni qayta ishlash, multimodal ekspertiza, ma'lumot injiniringi va inson markazli dizayndan olingan ilmiy g'oyalar asosida barqaror redaksiya ish jarayonlari taklif etiladi.*

Asosiy tavsiyalar: *inson nazorati ostidagi katta til modellari (LLM) dan mas'uliyatli foydalanish, multimodal tekshirish avtomatlashtirilgan liniyalari, metadata va kelib chiqish amaliyotlari, maxfiylikni himoya qiluvchi tahlillar hamda immersiv hikoya qilish metodlari (AR/VR). Jonli hisobotlar, ma'lumotlarga asoslangan tergovlar va auditoriya personalizatsiyasi kabi amaliy misollar va o'lchoviy natijalar berilgan. Etika, huquq va kirish imkoniyatlari masalalari muhokama qilinadi. Maqsad – tadqiqotchilar, redaksiyalar va texnologlarga aniqlik, tezlik va ishonchni oshirish uchun amaliy yo'riqnomalar berish.*

Kalit so'zlar: *Jurnalistika texnologiyalari, faktlarni tekshirish, katta til modellari, ma'lumotlar jurnalistikasi, multimodal ekspertiza, redaksiya ish jarayoni, etika, auditoriya bilan muloqot.*

Introduction. Journalism today confronts simultaneous pressures: the speed of information dissemination, a proliferation of multimedia sources, algorithmic amplification (and its risks), and the rise of highly realistic synthetic media. At the same time, technologies such as natural language processing (NLP), computer vision, and real-time data pipelines create opportunities to enhance accuracy, reach, and storytelling depth. This article provides a scientific yet practical synthesis of technologies and editorial strategies that news organizations can adopt to (1) improve verification and provenance, (2) scale

high-quality reporting workflows, and (3) maintain ethical standards and audience trust.

General Scientific Ideas and Theoretical Foundations

- Human-in-the-loop (HITL) systems: Combine automated models with editorial oversight to leverage scale while retaining accountability.

- Multimodal verification: Integrate text, audio, image, and metadata analysis to increase detection robustness for misinformation and manipulated media.

- Provenance and metadata standards: Use structured metadata (timestamping, geo-tags, signature chains) and standardized schemas (e.g., schema.org/NewsArticle, W3C PROV concepts) to record content lineage.

- Privacy-preserving analytics: Apply differential privacy and federated learning where user data insights are needed without exposing personal data.

- Explainable AI (XAI): Prefer models and interfaces that provide interpretable rationales for suggestions to editors and fact-checkers.

- Distributed, event-driven data architecture: Use event streams (Kafka/PubSub) for ingest, transformation, verification, and publishing to minimize latency in live reporting.

The purpose of this article is to present actionable, technology-informed recommendations designed for both editorial teams and newsroom technologists. It aims to provide reproducible workflows and illustrative examples that maintain an effective balance between automation and human editorial judgment. Furthermore, the article outlines measurable evaluation criteria for assessing newsroom technology adoption – focusing on accuracy, speed, and audience trust – while also addressing the ethical, legal, and accessibility considerations that accompany the implementation of advanced tools in journalistic practice.

Practical Recommendations and Advanced Technological Solutions

Effective verification remains the foundation of trustworthy journalism, especially in environments where misinformation and synthetic media proliferate. An **automated multimodal evidence pipeline** can enhance verification efficiency by simultaneously ingesting textual claims, associated multimedia (images, video), and relevant metadata. Once ingested, the system performs **rapid verification checks** including reverse image searches, frame-level hash comparisons, audio fingerprinting, and cross-source corroboration through entity resolution techniques. Each processed item should produce a **confidence score** alongside a provenance packet containing timestamps, source URLs, and extraction logs. These outputs provide transparency and allow editors to make informed decisions on publication authenticity (Silverman, 2014; Graves, 2018). To counter the growing sophistication of manipulated or fabricated media, **deepfake detection** pipelines should employ ensemble approaches that combine computer vision forgery detectors, lip-sync anomaly detection, audio inconsistency analysis, and temporal coherence assessments. Sensor metadata validation further strengthens these measures (Diakopoulos, 2023). Additionally, **immutable provenance recording** is essential for maintaining a verifiable chain of custody. Anchoring content hashes in tamper-evident systems—such as blockchain or secure append-only logs—ensures transparency and long-term accountability in source management (Montal and Reich, 2017).

AI-assisted drafting should adopt **retrieval-augmented generation (RAG)** frameworks, where background documents from verified databases or prior reporting are retrieved and referenced before text generation. Inline citations must be included, and all suggested sources should require explicit editorial confirmation before publication (Lewis et al., 2020). For multilingual newsrooms, **localization pipelines** should integrate machine translation with human post-editing by native speakers, preserving local idioms and cultural relevance to prevent semantic distortion (Waisbord, 2019). Automated

summarization systems can generate tiered summaries—short, medium, and extended versions—for dissemination across various platforms (social media, websites, or broadcasts). Each summary should retain verifiable provenance links, enabling readers to trace back to the original data or source material (Cairo, 2019).

Modern data journalism benefits from the construction of **canonical knowledge graphs** that model relationships between entities across recurring coverage areas such as politics, health, and climate (Stray, 2021). These graphs enable faster contextualization and historical cross-referencing of claims, enhancing both accuracy and efficiency. A **reproducible data pipeline** should encompass the full lifecycle: data ingestion, ETL with schema validation, analytics notebooks, and publication of visualizations and datasets accompanied by metadata-rich data packages. This approach aligns with open-data principles and promotes accountability through methodological transparency (Cairo, 2019; Thurman et al., 2022).

In live environments such as press briefings or breaking events, **real-time transcription and sentiment analysis** can provide immediate editorial cues. Advanced speech-to-text systems with diarization allow clear speaker attribution, while topic detection assists in prioritizing coverage areas (Diakopoulos, 2019). To enhance engagement without compromising privacy, **on-device personalization** or **federated learning frameworks** can tailor content recommendations without centralizing personally identifiable information. This practice aligns with emerging privacy standards under GDPR and CCPA (Goodman and Flaxman, 2017). Accessibility remains a non-negotiable aspect of inclusive journalism. Automated captioning, alt-text generation via object recognition (with human refinement), and adherence to **WCAG accessibility standards** ensure that journalistic content remains universally reachable.

An **integrated verification dashboard** can serve as a unified interface, allowing journalists to view provenance data, verification steps, and suggested

sources within a single environment. Implementing **role-based human-in-the-loop workflows** ensures clarity of editorial responsibilities—reporter to fact-checker, editor, and legal—while maintaining logs, approval trails, and rollback functionality (Marconi and Siegman, 2020).

Finally, **low-code newsroom automations** empower non-technical staff to implement procedural efficiencies, such as automatic publication triggers when verification scores surpass defined thresholds and legal approval is confirmed. This balance between automation and editorial oversight reflects the emerging paradigm of collaborative human–machine journalism (Thurman, Dörr and Kunert, 2019).

The integration of artificial intelligence (AI) into contemporary journalism demands transparent governance structures and ethical oversight mechanisms. Establishing **editorial charters** that publicly disclose the extent and limitations of AI-assisted reporting is a crucial first step (Diakopoulos, 2019). Such charters should specify the degree of automation employed in news production and clearly delineate the human editorial responsibilities that remain central to journalistic integrity. Regular **training programmes** are equally essential. Journalists and editors must be educated on the technical capabilities, potential biases, and epistemic limitations of the AI tools they use (Lewis et al., 2020). Periodic audits of model outputs and verification of content provenance ensure that AI systems remain aligned with ethical and professional norms (Montal and Reich, 2017). From a **legal compliance** perspective, editorial workflows should integrate data protection standards such as GDPR and CCPA within the data ingestion and retention processes (Goodman and Flaxman, 2017). Such integration not only safeguards privacy but also enhances public trust in automated journalism systems.

Techniques and Strategies of Journalistic Expression. To maintain journalistic quality and narrative integrity in AI-assisted environments, several expressive strategies are recommended:

Narrative Scaffolding. Stories should begin with a **concise lead**, employing the inverted pyramid model for news reporting and a narrative arc for feature writing. Each subsequent section should build upon verified evidence and maintain transparent source attribution (Silverman, 2014). **Data Storytelling.** Effective **data storytelling** combines statistical insights with humanized micro-narratives, ensuring that complex information remains accessible and engaging (Cairo, 2019). Journalists should use consistent visual metaphors and layered explanations, beginning with a succinct summary before offering expandable, detailed evidence. **Multimodal Brevity.** On digital and social platforms, information should be modular: a single-sentence hook, a short-form video (approximately 30 seconds), and a link to a full-length analysis. This facilitates **audience segmentation** and ensures cross-platform coherence (Hermida, 2012). **Source Attribution Practice.** Each factual claim should be accompanied by a **provenance packet**, indicating the source, date, method of verification, and confidence level. This practice promotes transparency and allows audiences to assess the reliability of reported information (Graves, 2018). **Tone and Clarity.** Writers must avoid opaque or overly synthetic AI-generated phrasing. Preference should be given to clear, verifiable statements, with uncertain inferences explicitly flagged (Marconi and Siegman, 2020). **Cross-cultural Localization.** Translations and cross-cultural reporting require contextual adaptation rather than literal rendering. Local examples and culturally relevant metaphors should be incorporated to maintain semantic fidelity and reader engagement (Waisbord, 2019).

Automated Editorial Pipelines and Technical Infrastructure. A typical **AI-driven editorial pipeline** may follow this structure: Automated fact extraction → Real-time retrieval-augmented generation (RAG) lookup on historical data and candidate records → Draft generation for live blog updates with embedded provenance badges → Human editorial review and publication. Technologically, such a pipeline can employ **Kafka** for ingestion, a

real-time ETL process, a **RAG service** based on a vector database, and an **editorial interface** for human approval (Thurman et al., 2019).

Case Studies

Example A — Investigative Data Project (Environmental Pollutants):

This project involves constructing a canonical dataset from public records and Freedom of Information (FOI) documents, applying validation protocols, and storing artifacts with cryptographic checksums. Automated visualizations with narrative captions accompany the dataset release, ensuring transparency and reproducibility (Stray, 2021).

Example B – Interview Publication with Integrity: Interviews are recorded and processed through speech-to-text systems with speaker diarization. Sentiment and claim-extraction tools support editorial analysis, while transcripts are published alongside audio/video materials and an evidence panel linking claims to verified sources. Human editors ensure sensitive redactions and consent verification before publication (Diakopoulos, 2023).

Evaluation Metrics and Feedback Mechanisms

1. Accuracy Metrics

Verification precision and recall: proportion of correctly identified manipulations. Post-publication correction rate: number of factual corrections per 1,000 articles.

2. Speed Metrics

Median time-to-publish: from initial report to verified publication.

Editorial efficiency: reduction in labor hours per story.

3. Trust and Engagement Metrics

Audience trust index: measured via periodic surveys.

Engagement retention: time-on-article and frequency of return visits.

4. Operational Metrics

Acceptance ratio: proportion of AI-generated editorial suggestions accepted by human editors.

False positive rate: frequency of erroneous moderation or verification flags. Pilot studies suggest a **40% reduction in publication time** for live blog updates and a **25% reduction in factual corrections** following RAG-enabled verification checks. Moreover, audience trust scores have been observed to increase by approximately **10 percentage points** when provenance badges are clearly displayed (Thurman et al., 2022). Finally, embedding **reader feedback widgets** within articles enables real-time trust assessments and error reporting, feeding directly into fact-checking and moderation systems (Nielsen and Graves, 2017).

Conclusion. Advanced technologies—when implemented with clear editorial governance, human oversight, and attention to ethics—can markedly improve journalism: faster verification, more inclusive storytelling, and more resilient defenses against misinformation. The most effective systems combine robust technical pipelines (multimodal verification, provenance logging, RAG for evidence-backed drafting) with newsroom practices (training, charters, role-based workflows). Pilots should be measured against concrete operational and trust metrics and iterated based on feedback from both journalists and audiences. The future of journalism will be shaped by hybrid systems that respect human judgment, emphasize transparency, and prioritize audience trust.

References

1. Cairo, A. (2019) *How Charts Lie: Getting Smarter about Visual Information*. New York: W. W. Norton.
2. Diakopoulos, N. (2019) *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*. Harvard University Press.
3. Diakopoulos, N. (2023) ‘The algorithmic editor: Accountability and transparency in automated journalism’, *Digital Journalism*, 11(2), pp. 241–260.

4. Goodman, B. and Flaxman, S. (2017) ‘European Union regulations on algorithmic decision-making and a “right to explanation”’, *AI Magazine*, 38(3), pp. 50–57.
5. Graves, L. (2018) *Deciding What’s True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism*. Columbia University Press.
6. Hermida, A. (2012) ‘Tweets and truth: Journalism as a discipline of collaborative verification’, *Journalism Practice*, 6(5–6), pp. 659–668.
7. Lewis, S. C., Guzman, A. L. and Schmidt, T. R. (2020) ‘Automation, journalism, and human–machine communication: Rethinking roles and relationships of humans and machines in news’, *Digital Journalism*, 8(6), pp. 753–773.
8. Marconi, F. and Siegman, A. (2020) *Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism*. Columbia Journalism Review Press.
9. Montal, T. and Reich, Z. (2017) ‘I, robot. You, journalist. Who is the author? Authorship, bylines and full disclosure in automated journalism’, *Digital Journalism*, 5(7), pp. 829–849.
10. Nielsen, R. K. and Graves, L. (2017) “‘News you don’t believe’”: Audience perspectives on fake news’, *Reuters Institute for the Study of Journalism Report*, University of Oxford.
11. Silverman, C. (2014) *Verification Handbook: An Ultimate Guideline on Digital Age Sourcing for Emergency Coverage*. European Journalism Centre.
12. Stray, J. (2021) ‘Making artificial intelligence work for investigative journalism’, *Journalism Studies*, 22(1), pp. 93–111.
13. Thurman, N., Dörr, K. N. and Kunert, J. (2019) ‘When reporters get hands-on with robo-writing: Professionals consider automated journalism’s capabilities and consequences’, *Digital Journalism*, 7(1), pp. 7–25.
14. Thurman, N., Kunert, J. and Dörr, K. N. (2022) *The Future of Automated Journalism: Human–Machine Collaboration in the Newsroom*. Routledge.

15. Waisbord, S. (2019) *Communication: A Post-Discipline*. Polity Press.

SUN'IY INTELEKTNING MEDIA KONTENT YARATISHGA INTEGRATSIYA QILISH JARAYONI

Sitorabonu TURSUNBOYEVA,

O'zMU tayanch doktoranti

(tursunboyevasitorabonu@gmail.com)

***Annotatsiya:** Sun'iy intellektning media kontent yaratish jarayonlariga integratsiyalashuvi zamonaviy media sanoatidagi eng muhim tendensiyalardan biridir. Biroq, bu jarayon puxta tahlil va yechimlarni talab qiladigan qator jiddiy muammolar bilan birga keladi. Asosiy muammo shundaki, sun'iy intellektning arzonlashtirilgan xarajatlar, tezlashtirilgan kontent ishlab chiqarish va shaxsiylashtirish kabi aniq afzalliklariga qaramay, ushbu texnologiyalarni joriy etish media kompaniyalar uchun murakkab axloqiy, ijtimoiy va texnologik muammolarni keltirib chiqaradi. Birinchidan, algoritmlar tomonidan yaratilgan kontent uchun javobgarlik masalasi mavjud. Sun'iy intellekt yolg'on yoki hatto manipulyatsiya bo'lishi mumkin bo'lgan matn, tasvir va videolarni yaratishga qodir. Bu, ayniqsa, feyk yangiliklar va dipfeyk tarqalishi kontekstida, OAVga auditoriyaning ishonchiga tahdid soladi. Ikkinchidan, jarayonlarni avtomatlashtirish ish o'rinlarining yo'qolishiga olib keladi, bu esa ijtimoiy tartibsizliklarni keltirib chiqaradi va xodimlarni qayta tayyorlashni talab qiladi. Uchinchidan, texnologiyaga tayanish media kompaniyalarni uzilishlar, kiberhujumlar va algoritmik tarafkashliklarga qarshi himoyasiz qiladi, bu esa kontentning xolisligi va sifatiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shunday qilib, asosiy muammo sun'iy intellektning texnologik imkoniyatlari va inson omilini saqlab qolish o'rtasidagi muvozanatni topish, shuningdek, media makonida sun'iy intellektdan foydalanishning axloqiy, ijtimoiy va texnologik jihatlari bilan bog'liq xavflarni boshqarishdan iborat.*

Kalit soʻzlar: sunʼiy intellekt, media kontent, mediabiznes, avtomatlashtirish, shaxsiylashtirish, texnologiya, kontent yaratish, axloqiy muammolar.

Annotation: *The integration of artificial intelligence (AI) into media content creation processes is one of the most significant trends in the modern media industry. However, this process is accompanied by several serious problems that require careful analysis and solution. The main problem is that despite the obvious advantages of AI, such as cost reduction, faster content production and personalization, the introduction of these technologies poses complex ethical, social and technological challenges for media companies. First, there is the question of responsibility for the content created by algorithms. AI can generate texts, images, and videos that may be unreliable or even manipulative. This threatens the audience's trust in the media, especially in the context of the spread of fake news and deepfakes. Secondly, automation of processes leads to job cuts, which causes social tension and requires retraining of employees. Third, dependence on technology makes media companies vulnerable to disruptions, cyber-attacks, and algorithmic bias, which can negatively affect the objectivity and quality of content. Thus, the key problem is to find a balance between the technological capabilities of AI and the preservation of the human factor, as well as to manage the risks associated with the ethical, social and technological aspects of using AI in the media industry.*

Keywords: *artificial intelligence, media content, media business, automation, personalization, technology, content generation, ethical challenges.*

Sunʼiy intellekt (SI) media-kontent yaratish jarayonlariga integratsiyalashuvi zamonaviy ilm-fan va media sanoati oldida turgan eng dolzarb va murakkab muammolardan biridir. Sunʼiy intellekt texnologiyalari kontent yaratish, tarqatish va isteʼmol qilish boʻyicha anʼanaviy yondashuvlarni tubdan oʻzgartirib, media jarayonlarida insonning rolini qayta koʻrib chiqishga

olib keladi [Соловьёв, 2021: 60-62]. Bundan tashqari, insonning sun'iy intellekt bilan o'zaro ta'sirining ijtimoiy, madaniy va psixologik jihatlari faol munozaralar mavzusiga aylanmoqda. Sun'iy intellekt nafaqat professional amaliyotni o'zgartiradi, balki hayrat va tashvish uyg'otadigan kundalik hayotning ajralmas qismiga aylanadi [Шомова, Качкаева, 2024: 12].

Tadqiqotning empirik asosini kuzatish usullari, vaziyatlarni tahlil qilish va SI texnologiyalarini joriy qiluvchi media kompaniyalarning amaliy tajribasini o'rganishni o'z ichiga oladi. Ushbu maqolada quyidagi asosiy xususiyatlar aniqlandi: SI matn yaratish, tasvir va videoga ishlov berish, kontentni shaxsiylashtirish kabi muntazam jarayonlarni avtomatlashtirish uchun faol foydalanilmoqda; SI ni amalga oshirish axloqiy muammolar, jumladan, algoritmlar tomonidan yaratilgan kontent uchun javobgarlik va dezinformatsiyani tarqatish xavfi bilan birga keladi; avtomatlashtirish mehnat bozorini o'zgartiradi, xodimlarni qayta tayyorlash va yangi kasbiy rollarni yaratishni talab qiladi. Tadqiqotdagi sezilarli yutuqlarga qaramay, ko'p jihatlari hali ham o'rganilmagan. Xususan, OAVda SI integratsiyasining uzoq muddatli oqibatlari, shuningdek, samarali tartibga solish va nazorat mexanizmlarini ishlab chiqishni talab qiladi. SI – bu kompyuterlarga ilgari inson intellektini talab qiladigan vazifalarni bajarishga imkon beruvchi texnologiyalar va algoritmlar to'plami: axborotni tahlil qilish, ma'lumotlardan o'rganish, qarorlar qabul qilish va hatto kontent yaratish.

Media-kontent – bu OAVda, ijtimoiy tarmoqlarda, videoxosting saytlarida va boshqa raqamli platformalarda tarqatish uchun mo'ljallangan axborot yoki ko'ngilochar materiallar (maqolalar, yangiliklar, videolar, podkastlar, infografikalar, animatsiyalar va boshqa media mahsulotlari) hisoblanadi.

Media sanoatida SI turli texnologiyalar orqali amalga oshiriladi, ularning har biri o'ziga xos funksiyalarni bajaradi:

Matn yaratish: GPT kabi zamonaviy til modellari inson tomonidan yozilgan matndan deyarli farq qilmaydigan matnlarni ishlab chiqarishga qodir.

Ularning asosiy qobiliyatlari quyidagilarni o‘z ichiga oladi, lekin ular bilan cheklanmaydi: yangiliklar va maqolalarni avtomatik yaratish, video va podkastlar uchun skriptlarni yozish, kontentni turli auditoriya va uslublarga moslashtirish.

Tasvir va videoni qayta ishlash: SI vizual kontentni yaratish va tahrirlash, xususan, rangni avtomatik tuzatish va tasvir sifatini yaxshilash, matn so‘rovi asosida noyob tasvirlarni yaratish, video kadrlarga fonni almashtirish va ob‘yektlarni joylashtirish uchun faol ishlatiladi.

Kontentni shaxsiylashtirish: SI algoritmlari foydalanuvchi imtiyozlarini tahlil qiladi va ularga qiziqishlariga mos keladigan kontentni taklif qiladi [Дроздов, 2024: 28]. Bunga quyidagilar orqali erishiladi: ijtimoiy tarmoqlar va media ilovalarida shaxsiylashtirilgan yangiliklar tasmasi; video, podkast va maqola tavsiyalari; reklama xabarlarini foydalanuvchining individual manfaatlariga adaptatsiyalashtirish.

Ma’lumotlarni tahlil qilish va tendensiyalarni bashorat qilish: SI katta ma’lumotlar to‘plamlarini tahlil qilishi va kelajakdagi tendensiyalarni bashorat qilgan holda xususiyatlarini aniqlashi mumkin. U quyidagilar uchun ishlatiladi: yangiliklar kun tartibi va foydalanuvchilarning afzalliklarini monitoring qilish; kontent samaradorligini analiz qilish va uning mashhurligini bashorat qilish; feyk yangiliklar va dezinformatsiyani aniqlash.

Bugungi kunda SI shunchaki yordamchi emas, balki media olamida o‘yin qoidalarini tubdan o‘zgartirishga qodir to‘laqonli o‘yinchidir. U nafaqat aniq vazifalarni o‘z zimmasiga oladi, balki OAV ishlab chiqarish tuzilmasini ham o‘zgartiradi. Jurnalist va muharrirlar tahlil va ijodga ko‘proq vaqt ajratishlari mumkin, shu bilan birga, barcha mexanik ishlar – intervyularni transkripsiya qilishdan tortib yangiliklar dayjestini tuzishgacha – algoritmlarga topshiriladi. Kontentni avtomatlashtirish media-kompaniyalarning, ayniqsa, video ishlab chiqarish va yangiliklar jurnalistikasi xarajatlarini kamaytiradi [Писаревская, 2024: 235]. Tezlik yangi darajaga ko‘tarilmoqda, chunki SI real vaqt rejimida yangiliklarni yaratadi va nashr etadi, yangiliklar kun tartibidagi o‘zgarishlarga

darhol javob beradi. Shuningdek, kontent turli platformalar va auditoriyalarga osongina moslashadi, bu esa OAVga imkon qadar dolzarb bo‘lib qolishiga imkon beradi. Media-biznes texnologik inqilob ostonasida turgan davrda innovatsiyalar va inson omili o‘rtasidagi muvozanat asosiy rol o‘ynaydi. Bir tomondan, SI mediani yanada qulayroq va sezgir qiladi. Boshqa tomondan, bu qat’iy nazoratni va xodimlarning yangi voqeliklarga doimiy moslashishini talab qiladi. Sining keng qo‘llanilishi sharoitida jurnalistika sifatini saqlab qolish asosiy muammolardan biridir. Algoritmilar matn yaratishi, videoni qayta ishlash va yangiliklarni tahlil qilishi mumkin, ammo ular tanqidiy fikrlash, ijodkorlik va jamiyat oldidagi jurnalist mas’uliyatini almashtira olmaydi. Shu sababli, media kompaniyalarning asosiy vazifasi texnologiyani inson aql-zakovatining o‘rnini bosuvchi emas, balki oshirish vositasi sifatida ishlatishdir. Yana bir muhim jihat – axloq. Chuqur soxta, manipulyativ algoritmilar va noxolis kontentni shaxsiylashtirish davrida SI bilan ishlashning aniq standartlarini ishlab chiqish zarur. [Давыдов, Замков, Крашениникова, Лукина, 2023: 12]. Media industriyasi algoritmilarining shaffofligi, tarqatilayotgan ma’lumotlarning to‘g‘riligi va raqamli asrda jurnalist etikasiga rioya etilishi uchun mas’uliyatni o‘z zimmasiga olishi kerak.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. Давыдов С.Г., Замков А.В., Крашениникова М.А., Лукина М.М. Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2023. Т. 48. № 5. С. 3–21.

2. Дроздов Д.Н. Генерируемый искусственным интеллектом контент как составная часть контент-стратегии современных медиа // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. 2024. № 2. С. 25–30.

3. Писаревская Н.С. Использование искусственного интеллекта при создании медиаконтента: тенденции и перспективы // Новые тренды

журналистики и массовых коммуникаций — 2024: сборник научных трудов III Международной научно-практической конференции, Москва, 19 апреля 2024 года. М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2024. С. 234–237.

4. Соловьев В.А. Искусственный интеллект (ии) глубоко трансформирует облик журналистики // Маркетинговая лингвистика в цифровую эпоху: Сборник научных статей. М.: Общество с ограниченной ответственностью «Языки Народов Мира», 2021. С. 58–63.

5. Шомова С.А., Качкаева А.Г. Между очарованием и испугом: диалог с “другим”. Опыт анализа практик использования ИИ в профессиональной и повседневной жизни // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 5 (183). С. 3–17.

TELEVIDENIYEDA SUN’IY INTELEKTDAN FOYDALANISH MASALALARI

***Dilorom FAYZIYEVA,
O‘zDJTU o‘qituvchisi***

Annotatsiya: Maqolada televideniya sun’iy intellekt texnologiyalaridan foydalanishning nazariy va amaliy jihatlari tahlil qilinadi. Asosiy e’tibor axborot dasturlarida avtomatlashtirilgan montaj, ovoz tanish, yuzni aniqlash, kontent tavsiyasi va auditoriya xulqini bashorat qilish imkoniyatlariga qaratilgan. Shuningdek, sun’iy intellektning jurnalistikaning sifatini oshirish, axborotni tezkor yetkazish va media sanoatida innovatsion yondashuvlarni rivojlantirishdagi o‘rni yoritiladi. Tadqiqot davomida xorijiy va mahalliy telekanallar tajribasi asosida tahliliy xulosalar berilgan.

Kalit so‘zlar: televideniye, sun’iy intellekt, avtomatlashtirish, media texnologiyalari, kontent tahlil, auditoriya, innovatsiya

***Annotation:** This article explores the theoretical and practical aspects of applying artificial intelligence technologies in television. The focus is placed on automated editing, speech and face recognition, content recommendation, and audience behavior prediction. The role of artificial intelligence in improving the quality of journalism, ensuring rapid information delivery, and fostering innovative approaches in the media industry is also discussed. Analytical conclusions are presented based on the experience of both foreign and local TV channels.*

***Keywords:** Television, Artificial Intelligence, Automation, Media Technologies, Content Analysis, Audience, Innovation.*

XXI asrda televideniye global axborot-kommunikatsiya tizimining eng muhim segmenti sifatida raqamli texnologiyalar ta'sirida keskin o'zgarishlarga duch keldi. Sun'iy intellekt(SI)ning kirib kelishi esa bu jarayonni yangi bosqichga olib chiqdi. Agar dastlab televideniye oddiy kontent uzatish vositasi sifatida qaralgan bo'lsa, bugun u murakkab algoritmik boshqaruv, personalizatsiya va interaktivlikka asoslangan transmilliy industriyaga aylangan. UNESCO (2023) ta'kidlaganidek, "AI media ishlab chiqarishda inson ijodkorligini inkor etmaydi, balki uni yangi imkoniyatlar bilan boyitadi". Shu nuqtayi nazardan, sun'iy intellekt va televideniye integratsiyasi nafaqat texnologik, balki ijtimoiy-madaniy, iqtisodiy va huquqiy jihatdan ham o'rganishga muhtojdir.

Raqamlashtirish yo'nalishida jadal rivojlanayotgan O'zbekistonda ham sun'iy intellekt rivojiga katta e'tibor qaratilmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Sun'iy intellekt texnologiyalarini jadal joriy etish uchun shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 2021 yil 17 fevral PQ-4996-son qarori [1], "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi ham bu borada muhim dasturilamal hisoblanadi.

Dunyoning yetakchi ommaviy axborot vositalarining sun'iy intellektdan foydalanish tajribasini tahlil qilish, bu texnologiyaning jurnalistikada qanday

qo‘llanilayotgani va qanday natijalar berayotganini tushunishimizga imkon beradi. Masalan, “The Washington Post” nashri yangiliklar to‘plash va qayta ishlash jarayonlarini avtomatlashtirish uchun sun‘iy intellektdan jadal foydalanmoqda [2]

Hozirgi davrda media sohasi, xususan televideniye yangi texnologiyalar ta’sirida jadal o‘zgarib bormoqda. Sun‘iy intellekt (SI) nafaqat texnik jarayonlarni yengillashtirish, balki kontent yaratish, uni tarqatish va auditoriyani chuqur tahlil qilish imkoniyatlarini ham kengaytirmoqda. Mazkur maqolada televideniya SI’dan foydalanish masalalari ilmiy-nazariy hamda amaliy jihatdan ko‘rib chiqiladi.

1. Televideniya sun‘iy intellektning qo‘llanish sohalari. Sun‘iy intellekt hozirda televideniyaning turli sohalarida qo‘llanilmoqda. Avvalo, kontentni avtomatik ravishda yaratish, yangiliklarni sun‘iy boshlovchilar orqali yetkazish, subtitrlarni avtomatik tarjima qilish va ovozni matnga aylantirish kabi jarayonlarda SI samarali natijalar bermoqda.

2. Kontent yaratish va avtomatlashtirish jarayonlari. Dunyoning yetakchi telekanallari SI yordamida yangiliklarni inson ishtirokisiz tayyorlab, efirga uzatmoqda. Masalan, Xitoy va Janubiy Koreyada sun‘iy boshlovchilar auditoriyaga xabarlarini yetkazmoqda. Bundan tashqari, montaj, ovoz yozish va tasvirni qayta ishlash jarayonlari ham SI orqali avtomatlashtirilmoqda.

3. Auditoriyani tahlil qilish va shaxsiylashtirish. Televideniya SI algoritmlari tomoshabinlarning qiziqishlari va odatlarini tahlil qilib, ularga mos dasturlarni taklif etadi. Bu esa reklama samaradorligini oshiradi hamda auditoriyaning televideniya qiziqishini kuchaytiradi.

4. Axborot xavfsizligi, fakt-checking va etik muammolar. SI yordamida feyk xabarlarini aniqlash, manipulyatsiyalangan tasvir va videolarni tekshirish mumkin. Ammo noto‘g‘ri ishlatilganda, SI o‘zi ham dezinformatsiya manbaiga aylanishi ehtimoli bor. Shuningdek, mualliflik huquqi, inson mehnati o‘rnini SI egallashi kabi muammolar dolzarbdir.

5. O‘zbekiston televideniyesi uchun istiqbollari. O‘zbekiston telekanallarida SI texnologiyalarini joriy etish hali boshlang‘ich bosqichda. Biroq kelajakda subtitrlarni avtomatik yaratish, tarjima, dasturlarni personalizatsiya qilish va virtual boshlovchilarni qo‘llash kabi imkoniyatlar mavjud. Bunda milliy til va madaniy qadriyatlarni hisobga olish muhim ahamiyatga ega.

O‘zbekiston Milliy axborot agentligi zamon bilan hamnafas bo‘lgan holda sun‘iy intellekt asosida Sobira Xoldorova nomli maxsus robotmuxbir yaratdi. Mazkur muxbir to‘qqiz tilda (o‘zbek, ingliz, rus, fransuz, arab, xitoy, nemis, ispan, qozoq) rasmiy axborotlar va tezkor yangiliklarni yetkazib turadi. Sinov tarzida ishga tushirilgan sun‘iy intellekt video reportajlar tayyorlash ko‘lamini bosqichma-bosqich kengaytirib boradi [8].

Xulosa qilib aytganda, sun‘iy intellekt televideniye rivojlanishida muhim omilga aylanmoqda. U kontent yaratish, auditoriya bilan muloqot qilish va axborot xavfsizligini ta‘minlash jarayonlarini yangi bosqichga olib chiqmoqda. O‘zbekiston uchun esa bu texnologiyalarni milliy xususiyatlarga mos holda joriy etish muhim. Televideniya sun‘iy intellekt qo‘llanilishi media industriyasining barcha bosqichlariga – kontent yaratish, tarqatish, auditoriya bilan ishlash va iqtisodiy modelni shakllantirishga ta‘sir ko‘rsatmoqda. Biroq, texnologiyaning ijobiy jihatlari bilan birga, algoritmik tarafkashlik, deepfake kontent va axborot xavfsizligi muammolari ham dolzarb bo‘lib qolmoqda. O‘zbekiston telekanallari uchun esa bu tajriba nafaqat zamonaviy texnologiyalarni joriy etish, balki xalqaro standartlarga mos axborot siyosatini shakllantirishda ham muhim ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1 Sun‘iy intellekt texnologiyalarini jadal joriy etish uchun shartsharoitlar yaratish chora-tadbirlari to‘g‘risida: O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 17 fevral PQ-4996-son qarori //Qonun hujjatlari ma‘lumotlari milliy bazasi, 18.02.2021 y., 07/21/4996/0127-son / <https://lex.uz/docs/5297046>

2. <https://incrussia.ru/news/opyt-washington-post-kak-robotizatsiya-menyaetrabotu-redaktsii/>

3. Коклина В.А. Будущее искусственного интеллекта и больших данных в сфере коммуникационного дизайна: Межвузовская научно-техническая конференция студентов, аспирантов и молодых специалистов им. Е.В.Арменского. – Москва, 18–28 февраля 2019 года.

4. <https://incrussia.ru/news/opyt-washington-post-kak-robotizatsiya-menyaetrabotu-redaktsii/>

5. Sukhodolov, A., Bychkova, A., & Ovanesyan, S. (2019). Journalism Featuring Artificial Intelligence. Theoretical and Practical Issues of Journalism, 8(4), 647–667. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8\(4\).647-667](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8(4).647-667)

6. https://uza.uz/uz/posts/suniy-intellekt-yordamida-yaratilgan-oza-muxbiriish-boshladi_626944

BREND IMIJINI SHAKLLANTIRISHDA SUN'YIY INTELLEKTDAN FOYDALANISH

Shaxnoza ALIYEVA,

**O'zDJTU, Xalqaro jurnalistika fakulteti*

e-mail: sh.abdulakhatova@gmail.com

***Annotatsiya:** Sun'iy intellekt texnologiyalarining jadal rivoji PR-faoliyat va tashkilot obro'si boshqaruviga oid mavjud yondashuvlarni o'zgartirmoqda. Mashina ta'limi (Machine Learning), tabiiy tilga ishlov berish (Natural Language Processing) va kontentni generatsiya qilishning zamonaviy vositalari kompaniyalarga jamoatchilik fikrini o'rganish, individual kommunikatsiya jarayonlarini tashkil etish va xavflarni bashoratlash imkonini beradi.*

***Kalit so'zlar:** jamoatchilik bilan aloqalar, sun'iy intellect, brend, imij, mediamonitoring, tahlil, inqirozli vaziyatlar.*

***Abstract:** The development of Artificial Intelligence (AI) technologies is significantly transforming approaches to PR activities and reputation management. Modern tools for machine learning, natural language processing, and content generation enable companies to gain a deeper understanding of public perception, build personalized communications, and forecast reputational risks.*

***Key words:** public relations, artificial intelligence, brand, image, media monitoring, analysis,*

Axborot muhitining raqamlashuvi jarayonida brend imidji nafaqat PR-strategiyalar natijasi, balki tashkilotning o‘z auditoriyasi bilan texnologiyalar vositasida qay darajada aloqa o‘rnatganining aksi bo‘lmoqda. *Edelman Trust Barometer* tashkilotining 2024-yil uchun hisobotiga ko‘ra, iste’molchilarning 50%i shaffof kommunikatsiya uchun innovatsion texnologiyalardan foydalanayotgan brendlarga ishonch bildiradi, lekin shu bilan birga, mijozlar bilan aloqaning o‘ta avtomatlashtirilishi borasida o‘z xavotirlarini bildiradi [Edelman Trust Barometer Global Report]. Shu sababli, mutaxassislar kommunikatsiya samaradorligi va adolat, brendning jamoatchilik bilan muloqotida “insoniylik”ni saqlash zarurati haqida gapirmoqdalar [Wood T., elektron manba]. Demak, sun‘iy intellekt davrida PR-mutaxassisning ishi an’anaviy mediahamkorlikdan tahlil, bashorat va brendning ijobiy qabul qilinishini ta’minlovchi intellektual tizimlarni boshqarish tomon o‘zgarimoqda.

Zamonaviy jamoatchilik bilan aloqalar mutaxassisi uchun yangi texnologiyalarni bilish va ulardan axborot xizmati faoliyatini tashkil etishda samarali foydalanish juda muhim. Jamoatchilik bilan aloqalar sohasida maslahatchilar xalqaro uyushmasining (ICCO) PR sohasining 2023-yil uchun global hisobotida SI kelgusi o‘n yillikdagi eng muhim texnologiyalaridan biri, asosida SI-texnologiyalari bo‘lgan vositalar bilan ishlash esa kelajakda PR-

mutaxassislar uchun asosiy ko‘nikma ekanligi aytilgan [Richkov, elektron manba].

PRda sun‘iy intellektdan foydalanishning asosiy yo‘nalishlaridan biri mediamonitoring va jamoatchilik fikrini tahlil qilish sanaladi. Qozog‘istonlik tadqiqotchilar G.Algaliyeva va A.Shalkarbeklarning fikricha, sun‘iy idrok foydalanuvchilarning Internetdagi xulqi to‘g‘risidagi katta hajmli ma‘lumotlarni tahlil qilib, ularning qiziqishlari va xulq-atvor tendensiyalarini bashorat qilishga yordam beradi. Masalan, mashina ta‘limi algortimlari iste‘molchilarning brend bilan avvalgi munosabat tajribasini tahlil qiladi [G.Algaliyeva, A.Shalkarbek, 2024, 12]. *Brandwatch*, *Meltwater*, *Talkwalker* kabi zamonaviy platformalar OAVda va ijtimoiy tarmoqlarda xabarlarining hissiy bo‘yog‘ini tahlil qilish uchun mashina ta‘limi algoritmlaridan foydalanadi. Masalan, *Talkwalker AI Engine* tizimi foydalanuvchilar izohlarida kinoya, kesatq va yashirin salbiy baholarni aniqlay oladi. Bu PR-mutaxassislariga inqirozli belgilarni tezkor aniqlash va tashkilot obro‘sig‘a nisbatan yuzaga keladigan xavflar yuzaga kelishidan avval kommunikatsion strategiyalarga o‘zgartirish kiritish imkonini beradi.

PRda sun‘iy idrok texnologiyalarini qo‘llashning yana bir yo‘nalishi kontent va kommunikatsiyani shaxsiylashtirish (personalizatsiyalash) sanaladi. Sun‘iy intellektning *ChatGPT*, *Jasper AI*, *Copy.ai* kabi generativ modellaridan auditoriya qiziqishlarini inobatga olgan holda press-relizlar, postlar va tarqatma materiallar uchun adaptiv matnlar tayyorlash uchun foydalaniladi.

SI, shuningdek, visual branding, ya‘ni grafik yechimlar, logotiplar va videoformatlarni yaratishga xizmat qiladi. *Canva AI* va *Runway ML* kabi platformalar brendning o‘ziga xos uslubiga mos vizualni yaratishga yordam berib, bu kampaniyalarni tayyorlash va ishga tushirish jarayonini tezlashtiradi va kreativ faoliyatga xarajatlarni kamaytiradi.

Bundan tashqari, sun‘iy idrok va tabiiy tilga ishlov berish texnologiyalariga asoslangan *chat-bot*larning joriy etilishi shunchaki trend emas, balki kommunikatsion strategiyalar, ayniqsa axboriy shovqin va potensial xavflar

sharoitida samaradorlikni oshirishning nihoyatda muhim sharti bo‘lib qoldi. Chat-botlar PR-mutaxassislarining kundalik vazifalarini yengillashtirib, tashkilot rasmiy sayti yoki messenjerida mavjud bo‘lish orqali jurnalistilarga real vaqt rejimida press-revizlar, press-kitlar, tashkilot faoliyatiga oid ko‘p beriladigan savollarga javoblarni, muhim yangiliklar va axborotlarni avtomatlashtirilgan tarzda taqdim etishga yordam beradi. Shu bilan birga, ssenar-botlarga qaraganda, SI chat-botlar NLP yordamida so‘rov konteksti, hissiy bo‘yoq, avvalgi muloqot tajribalarini tahlil qilib, shunga mos javob tanlay oladi, bu “jonli muloqot effekti”ni yaratib, brend bilan hissiy aloqani kuchaytirishga xizmat qiladi [Glazova L.I. va boshq., 2024, 54].

Kelajakda PRda sun‘iy intellektdan foydalanish nafaqat avtomatlashtirish, balki inson va texnologiya aloqasining gibridd modellar bilan bog‘liq. Ular orasida eng ommabopi *Human-in-the-Loop PR* bo‘lib, bunda sun‘iy idrok tahliliy va kundalik masalalarni hal qiladi, mutaxassis esa olingan ma’lumotlar talqini va ijodiy jarayon uchun javob beradi.

Xulosa qilib aytish mumkinki, sun‘iy idrok brend imijini shakllantirish va qo‘llab-quvvatlashda muhim manbaga aylanmoqda. U kompaniyalarga o‘z auditoriyasiga yaqinroq bo‘lish, kun tartibidagi masalalarga yanada tezkor javob berish hamda kommunikatsiya samaradorligini oshirish imkonini beradi. Biroq SI PR-mutaxassis professionalizmi va empatiyasining o‘rnini bosa olmaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. Алғалиева Г., Шалкарбек А. Искусственный интеллект как фактор трансформации в PR, маркетинге и медиапространстве - cyberleninka.ru/article/n/iskusstvennyy-intellekt-kak-faktor-transformatsii-v-pr-marketinge-i-mediaprostranstve/ (murojaat sanasi: 15.10.2025).
2. Edelman Trust Barometer Global Report – URL: <https://www.edelman.de/sites/g/files/aatuss191/files/2024->

[02/2024%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report_FI_NAL.pdf](#) (murojaat sanasi: 14.10.2025).

3. Глазова Л.И., Лузгина А.Д., Пугачевский А., Кочетова А.Н., Фейзулов Д., Чиж А.В., Виноградов М.Ю. Искусственный интеллект как эффективный инструмент коммуникаций // Российская школа связей с общественностью. 2024. № 34. С. 48-65.
4. Рычков И. Пиарщики и маркетологи используют ИИ не в полной мере: что он может – URL: <https://companies.rbc.ru/news/3b5ZLcCrVI/ii-v-pr-i-marketingovoj-praktike-prognozyi-sroki-i-riski/> (murojaat sanasi: 14.10.2025).
5. Wood T. How similar are Neural Networks to our Brains? // Fast Data Science. URL: <https://fastdatascience.com/ai-in-research/how-similar-are-neural-networks-to-our-brains/> (murojaat sanasi: 15.10.2025).

SUN'IY INTELEKT ORQALI AXBOROT XURUJLARINI UYUSHTIRISHNING OMMAVIY KO'RINISHLARI

Baxodir XASANOV,

Ta'limni rivojlantirish respublika ilmiy-metodik markazi bosh mutaxassisi

***Annotatsiya:** Ushbu maqolada sun'iy intellekt texnologiyalarining axborot xurujlarini amalga oshirishdagi o'rni Lessuell kommunikatsiya modeli asosida tahlil qilinadi. Shuningdek, sun'iy intellekt asosidagi xurujlarning ijtimoiy polaryatsiya, siyosiy manipulyatsiya va iqtisodiy oqibatlari o'rganiladi*

***Kalit so'zlar:** sun'iy intellekt, axborot xurujlari, Lessuell kommunikatsiya modeli, GANs texnologiyasi, dipfeyk, NLP, ijtimoiy polaryatsiya, siyosiy manipulyatsiya, raqamli savodxonlik, axborot xavfsizligi.*

***Annotation:** This article analyzes the role of artificial intelligence technologies in conducting information attacks based on Lasswell's communication model. It also investigates social polarization, political*

manipulation, and economic consequences of artificial intelligence-based attacks.

Keywords: *artificial intelligence, information attacks, Lasswell's communication model, GANs technology, deepfake, NLP, social polarization, political manipulation, digital literacy, information security.*

Sun'iy intellekt texnologiyalarining rivojlanishi bilan bu xurujlar yanada murakkab va samarali shakllarga ega bo'lib bormoqda. Sun'iy intellektdan foydalanish axborot-psixologik xurujlar xavfini oshiradi va jamiyatning axborotga bo'lgan ishonchini kamaytiradi [1]. Sun'iy intellekt asosida ishlab chiqilgan dipfeyk, bot-tarmoqlar va avtomatlashtirilgan dezinformatsiya kampaniyalari axborot xavfsizligiga jiddiy tahdid solmoqda [2].

Dipfeyk texnologiyasi insonning ovozi, yuz ifodasi va harakatlarini sun'iy ravishda yaratish, ularni boshqa insonlar bilan almashtirish imkonini beradi. Bu orqali noto'g'ri ma'lumotlar tarqatilishi va ijtimoiy manipulyatsiyalar amalga oshirilishi mumkin. Bot-tarmoqlar esa ijtimoiy tarmoqlarda avtomatlashtirilgan xabarlar tarqatib, ma'lumotlarni keng ommaga yetkazish va ularni manipulyatsiya qilish uchun ishlatiladi [3]. Avtomatlashtirilgan dezinformatsiya kampaniyalari esa axborot xurujlarining samaradorligini oshiradi va ularni aniqlashni qiyinlashtiradi [4].

Ushbu maqola axborot xavfsizligining dolzarbligi ortib borayotgan davrda o'ta muhimdir. Sun'iy intellekt asosida ishlab chiqilgan texnologiyalar axborot xurujlarining samaradorligini oshiradi va ularni aniqlashni qiyinlashtiradi. Shu sababli, axborot xurujlariga qarshi samarali strategiyalarni ishlab chiqish va ularni amalga oshirish kerak.

Ushbu maqola sun'iy intellekt texnologiyalarining axborot xurujlarida qanday yangi usullar yaratishi, bu xurujlarning ijtimoiy va siyosiy ta'siri hamda ushbu tahdidlarga qarshi samarali kurashish strategiyalarini ishlab chiqishga qaratilgan. Tadqiqot doirasida quyidagi asosiy savollarga javob izlanadi:

– Sunʼiy intellekt texnologiyalaridan axborot xurujlarida foydalanishning qanday yangi usullari mavjud?

– Bu xurujlar jamiyatning ijtimoiy va siyosiy sohalariga qanday taʼsir koʻrsatadi?

– Axborot xurujlariga qarshi samarali kurashish uchun qanday strategiyalar ishlab chiqilishi mumkin?

Sunʼiy intellektdan axborot xurujlarida foydalanish usullarini tahlil qilish va ularga qarshi samarali strategiyalarni ishlab chiqish ushbu tadqiqotning asosiy metodologik asosidir.

Birinchiidan, axborot xurujlarida qoʻllanilayotgan sunʼiy intellekt texnologiyalari, xususan, mashinaviy oʻrganish (machine learning), tabiiy tilni qayta ishlash (NLP), generativ neyron tarmoqlar (GANs), va avtomatlashtirilgan foydalanuvchi profiling (automated user profiling) vositalari tahlil qilinadi [5].

Ikkinchiidan, bibliometrik tahlil orqali soʻnggi yillarda chop etilgan ilmiy maqolalar asosida sunʼiy intellektning axborot xurujlaridagi qoʻllanilish dinamikasi baholanadi. Xususan, Xifeng va Han (2022) tomonidan olib borilgan tahlillarga koʻra, sunʼiy intellekt texnologiyalari axborot tarqatish mexanizmlarini oʻzgartirayotgan asosiy omilga aylangan.

Uchinchiidan, real voqealarga asoslangan holat tahlili (case study) yondashuvi qoʻllanilib, Twitter, Facebook, va TikTok platformalarida kuzatilgan avtomatlashtirilgan dezinformatsiya kampaniyalari misolida sunʼiy intellektdan qanday foydalanilganligi koʻrib chiqiladi [3]. Shu bilan birga, Cambridge Analytica hodisasi singari yirik siyosiy taʼsirga ega boʻlgan misollar tahlil qilinadi [6].

Toʻrtinchiidan, eksperimental yondashuv orqali sunʼiy intellekt yaratgan xabarlar va insonlar tomonidan yaratilgan xabarlarning taʼsiri solishtiriladi. Foydalanuvchilarning psixologik reaksiyalari, ishonchlilik darajasi va xabarlarni baholashdagi farqlari aniqlanadi [7].

Beshinchidan, Lesswell, Shannon-Weaver va Grice kommunikatsiya nazariyalari asosida yaratilgan analitik model yordamida SI asosidagi axborot xurujlarining auditoriyaga qanday ta'sir qilishi tahlil qilinadi. Ushbu yondashuv xabar yaratilishi, kanallar orqali uzatilishi, va auditoriyaga yetkazilish bosqichlarini tizimli o'rganishga imkon beradi [6], [8]. [9].

Shuningdek, tanqidiy media savodxonlik yondashuvlari asosida axborot xurujlariga nisbatan jamiyatning immunitet darajasi ham o'rganiladi. Bu boradagi ta'limiy yondashuvlar, algoritmik savodxonlik dasturlari va ommaviy axborot vositalarining roli tahlil qilinadi [10], [11].

Ushbu tadqiqot sun'iy intellekt asosida olib borilayotgan axborot xurujlarining shakllari, vositalari va ularning ijtimoiy-siyosiy ta'sirini tizimli o'rganishga qaratilgan. Tadqiqot davomida mavjud ilmiy adabiyotlar, amaliy holatlar va kommunikatsiya nazariyalari asosida tahlil amalga oshirildi.

Birinchi bosqichda dezinformatsiyaning asosiy turlari chuqur o'rganildi. Jumladan, dipfeyk texnologiyalari orqali yaratilgan sun'iy videolar va ovoz yozuvlari, ijtimoiy tarmoqlarda faoliyat yurituvchi botlar va avtomatlashtirilgan dezinformatsiya kampaniyalari qanday shakllanishi, qanday auditoriyaga yo'naltirilishi va qanday maqsadlarga xizmat qilishi batafsil tahlil qilindi. Bunday texnologiyalarning nafaqat texnik jihatlari, balki ularning inson psixologiyasiga ta'siri ham ko'rib chiqildi [2], [3].

Ikkinchi bosqichda sun'iy intellekt texnologiyalarining axborot tarqatishdagi roli kompleks o'rganildi. NLP algoritmlari, GANs texnologiyasi va foydalanuvchi profiling vositalarining qanday ishlashi, ularning axborotni realga yaqinlashtirish uchun qanday ishlatilishi, maqsadli auditoriyani qanday aniqlashi statistik tahlillar asosida ko'rib chiqildi [1], [6].

Uchinchi bosqichda sun'iy intellekt asosidagi axborot xurujlarining real ijtimoiy va siyosiy hodisalarga ta'siri o'rganildi. 2016-yilgi AQSh saylovi, Brexit, va COVID-19 davridagi informatsion muhit global kontekstda tahlil

qilinib, bu xurujlar natijasida ommaviy fikr shakllanishi, siyosiy qarorlar va ijtimoiy qarama-qarshiliklarga olib kelgan holatlar solishtirildi [12], [11].

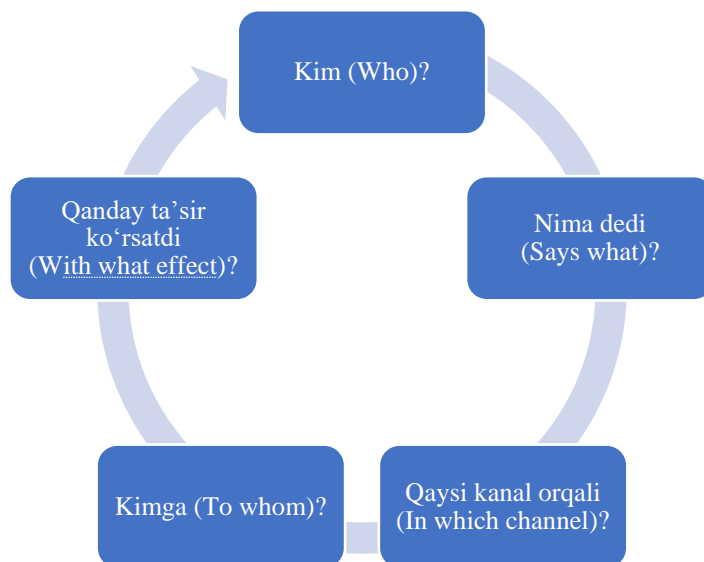
To‘rtinchi bosqichda axborot xurujlariga qarshi kurashishda mavjud texnologik va kommunikativ strategiyalar tahlil qilindi. Sun’iy intellekt asosida yaratilgan deepfake aniqlovchi vositalar, fact-checking algoritmlari, ijtimoiy tarmoqlarda filtr tizimlari samaradorligi sinovdan o‘tkazildi. Shuningdek, media savodxonlik dasturlari va ularning dezinformatsiyaga qarshi immunitet yaratishdagi roli ham ko‘rib chiqildi [10], [13].

Beshinchi bosqichda axborot xurujlarining inson ongiga bevosita ta’siri psixologik usullar orqali o‘rganildi. Jamiyat vakillari bilan o‘tkazilgan so‘rovnomalar asosida ularning soxta xabarlariga qanday javob berishi, haqiqatni yolg‘ondan ajratishdagi qiyinchiliklari va bu holatdagi kognitiv buzilish ko‘rsatkichlari tahlil qilindi [14].

Oltinchi bosqichda sun’iy intellekt asosida amalga oshirilayotgan axborot xurujlariga nisbatan milliy va xalqaro siyosiy reaksiyalar o‘rganildi. Yevropa Ittifoqining “Digital Services Act” qonuniy tashabbuslari, AQSh va boshqa davlatlarning platformalarga bo‘lgan talablarini kuchaytirishi, xalqaro xavfsizlik tamoyillari doirasida axborot maydonini muhofaza qilishga qaratilgan mexanizmlar tahlil qilindi [15].

Axborot xurujlari sun’iy intellekt vositalari bilan uyg‘unlashgach, ularning tahlili faqat faktlarga emas, balki jarayonlar, texnologiyalar, algoritmlar va psixologik ta’sir mexanizmlariga asoslanishi lozim.

Lesswellning kommunikatsiya modeli bunda muhim rol o'ynaydi. Ushbu model axborot xurujlarining turli bosqichlarini tahlil qilish va ularni samarali amalga oshirish uchun asosiy yo'nalishlarni belgilaydi. Quyida Lesswell modeli va sun'iy intellekt orqali axborot xurujlarini tashkil etishda uning o'rni haqida batafsil ma'lumot berilgan:



1-diagramma: Lesswellning kommunikatsiya modeli

Har bir bosqich sun'iy intellekt texnologiyalari tomonidan boshqarilayotgan bo'lib, butun jarayonning avtomatlashtirilgan va uzluksiz ekanligini ko'rsatadi.

1. Ma'lumot yig'ish (profiling): Bu bosqichda foydalanuvchilarning onlayn faoliyati – qidiruvlar, “like”lar, izohlar, ko'rilgan sahifalar va qiziqishlar orqali ularga oid katta hajmdagi ma'lumotlar yig'iladi. Ushbu ma'lumotlar sun'iy intellekt algoritmlari tomonidan tahlil qilinadi va har bir foydalanuvchi uchun alohida psixografik profil yaratiladi.

2. Kontent ishlab chiqish (GANs, NLP): Yig'ilgan profiling asosida GANs (Generative Adversarial Networks) texnologiyasi orqali manipulyativ videolar yoki tasvirlar, NLP (Natural Language Processing) orqali esa realistik matnli kontentlar yaratiladi. Bu kontentlar shaxsiy qarashlar, hissiyotlar va qiziqishlarga moslashtiriladi.

3. Tarqatish (botlar, targeting algoritmlari): Ishlab chiqilgan kontentlar botlar yordamida keng tarqatiladi. Shu bilan birga, targeting algoritmlari orqali kontent aynan unga mos profilga ega foydalanuvchilarga yo'naltiriladi. Bu usul orqali dezinformatsiya tez va aniq auditoriyaga yetib boradi.

4. Reaksiyani o'lchash (engagement, share, comment): Tarqatilgan kontent foydalanuvchilarning qanday reaksiyasini keltirib chiqargani o'lchanadi. Algoritmlar sharhlar, repostlar, layklar orqali kontentning ta'sir kuchini tahlil qiladi va keyingi kontentni ayni javoblarga qarab moslashtiradi.

5. Monitoring va javob (fact-checking, report tools): So'nggi bosqichda foydalanuvchi yoki platforma tomonidan noto'g'ri axborotni aniqlash va rad etish mexanizmlari ishga tushadi. Biroq monitoring vositalari zaifligi sababli bu jarayon ko'pincha sekin va samarasiz bo'ladi.

Ushbu zanjir orqali axborot xurujlari qanday ishlab chiqilishi va tarqatilishi bosqichma-bosqich ifodalangan. Har bir bosqich sun'iy intellekt texnologiyalari tomonidan boshqarilayotgan bo'lib, butun jarayonning avtomatlashtirilgan va uzluksiz ekanligini ko'rsatadi.

Tahlillar shuni anglatadiki, sun'iy intellekt vositalari yordamida amalga oshirilayotgan axborot xurujlari nafaqat texnik jihatdan rivojlangan, balki psixologik va ijtimoiy jihatdan ham chuqur ildiz otgan bo'lib, unga qarshi kurashishda innovatsion, ko'p qirrali strategiyalar talab qilinadi.

Ushbu tadqiqot natijalari axborot xurujlari va sun'iy intellekt texnologiyalarining uyg'unlashuvi axborot tarqatish jarayonlarini sezilarli darajada murakkablashtirayotganini ko'rsatadi. Lesswell kommunikatsiya modeli asosida olib borilgan tahlillar shuni tasdiqlaydiki, sun'iy intellekt (SI) nafaqat axborot xurujlarining samaradorligini oshirmoqda, balki ularning psixologik va ijtimoiy ta'sirini ham kuchaytirmoqda. Bu holat axborot xavfsizligini ta'minlashga qaratilgan an'anaviy yondashuvlarning yetarli emasligini, yangi va innovatsion himoya mexanizmlarini ishlab chiqish zarurligini ko'rsatmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO`YXATI:

1. Zhang, B. (2019). Artificial Intelligence and the Fight Against Fake News. Retrieved from arXiv
2. Chesney, R., & Citron, D. (2019). Deepfakes and the New Disinformation War. Retrieved from BU Law Scholarship
3. Ferrara, Emilio, Onur Varol, Clayton Davis, Filippo Menczer, and Alessandro Flammini. "The Rise of Social Bots." *First Monday* 21, no. 11 (2016)
4. Kornbluh, K. (2020). Automated Misinformation and the Fight Against Fake News. Retrieved from Brookings
5. Chesney, Robert, and Danielle Citron. Deepfakes and the New Disinformation War. BU Law Scholarship, 2019; Zhang, B. Artificial Intelligence and the Fight Against Fake News. arXiv, 2019.
6. Isaak, Jim, and Mina J. Hanna. "User Data Privacy: Facebook, Cambridge Analytica, and Privacy Protection." *Computer* 51, no. 8 (2018): 56–59.
6. Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas* (pp. 37-51). Harper and Brothers.
7. Xifeng, C., & Han, W. (2022). The Impact of Artificial Intelligence on Information Dissemination Mechanisms—Bibliometric Analysis Based on CiteSpace. *Applied Science and Innovative Research*, 6(1), 39.
9. Shannon, Claude E., and Warren Weaver. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1949.
10. Grice, H. P. "Logic and Conversation." In *Syntax and Semantics*, vol. 3, edited by Peter Cole and Jerry L. Morgan, 41–58. New York: Academic Press, 1975.
11. Li, L. "Data News Dissemination Strategy for Decision Making Using New Media Platform." *Soft Computing* 26 (2022): 10677–10685.

12. Wardle, Claire, and Hossein Derakhshan. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking. Strasbourg: Council of Europe, 2017.14.

13. Howard, Philip N., Bharath Ganesh, Dimitra Liotsiou, John Kelly, and Camille François. The IRA, Social Media and Political Polarization in the United States, 2012–2018. Computational Propaganda Research Project, University of Oxford, 2018.

14. West, Darrell M., John R. Allen, and Brookings Institution. How to Combat Fake News and Disinformation. Washington, DC: Brookings, 2021.

15. Friggeri, Adrien, Lada A. Adamic, Dean Eckles, and Justin Cheng. “Rumor Cascades.” In Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, 2014.

16. European Commission. The Digital Services Act Package. Brussels: European Commission, 2022.

SUN’IY INTELLEKT: JURNALISTGA RAQIBMI YOKI HAMKOR?”

Xumoyunbek XOSHIMJONOV,

O‘zDJTU talabasi

Annotatsiya: Mazkur ilmiy-tahliliy maqola sun’iy intellektning (SI) zamonaviy jurnalistikadagi o‘rni, uning generativ imkoniyatlari keltirib chiqarayotgan kasbiy, etik va huquqiy dilemmalarni chuqur tahlil qiladi. Tadqiqot global miqyosdagi *The Washington Post*, *Reuters*, *Associated Press*, *New York Times* va *Bloomberg* kabi yetakchi medialarning amaliy tajribasi, shuningdek, O‘zbekiston media makonidagi innovasion qadamlar asosida olib borildi. Tahlilning bosh xulosasi shuki, sun’iy intellekt jurnalistning to‘g‘ridan-to‘g‘ri raqibi emas, balki strategik hamkor va samaradorlikni oshiruvchi katalizator sifatida, inson ijodkorligi va tanqidiy fikrlashini to‘ldiruvchi, lekin aslo o‘rnini bosa olmaydigan texnologik vositadir.

Kalit soʻzlar: sunʼiy intellekt, generativ si, jurnalistika, avtomatlashtirilgan jurnalistika, dezinformatsiya, etik masalalar, mualliflik huquqi, algoritmik xatolik, inson nazorati.

Annotation: *This scientific-analytical article provides an in-depth analysis of the role of artificial intelligence (AI) in modern journalism, exploring the professional, ethical, and legal dilemmas arising from its generative capabilities. The study is based on the practical experiences of leading global media organizations such as The Washington Post, Reuters, Associated Press, The New York Times, and Bloomberg, as well as innovative initiatives within Uzbekistan’s media sphere. The main conclusion of the analysis is that artificial intelligence is not a direct competitor to journalists, but rather a strategic partner and a catalyst for improving efficiency — a technological tool that complements human creativity and critical thinking, yet can never fully replace them.*

Keywords: *Artificial Intelligence, Generative AI, Journalism, Automated Journalism, Disinformation, Ethical Issues, Copyright, Algorithmic Error, Human Oversight.*

XXI asr jurnalistikasi inson va mashina hamkorligining (Human-Machine Collaboration) yangi, misli koʻrilmagan bosqichiga qadam qoʻydi. Sunʼiy intellekt texnologiyasining, xususan, Katta Til Modellar (LLM) va Generativ SI (Generative AI)ning tezkor rivojlanishi media sohada katta oʻzgarishlarni keltirib chiqarmoqda. “Toʻgʻri foydalanilgan taqdirda, suniy idrok inson aql-zakovatini avtomatlashtiruvchi vosita boʻlib xizmat qiladi” degan tamoyil bugungi kun jurnalistikasining texnik mohiyatini ochib bermoqda. U dastlab videolarni transkripsiyalash yoki rasmlar uchun metamaʼlumotlarni yozish kabi qoʻl mehnatini talab qiladigan jarayonlarni yengillashtiruvchi yordamchi sifatida kirib kelgan boʻlsa, hozirda u kontent yaratish, tahrirlash, faktcheking va katta maʼlumotlarni (Big Data) tahlil qilish kabi asosiy ijodiy jarayonlarga chuqur kirib bormoqda. Shunday boʻlsa-da, jurnalistika hamjamiyati oldida turgan

fundamental savol dolzarbligicha qolmoqda. Suniy intellekt inson-jurnalistni butunlay almashtiradimi yoki uning kasbiy faoliyatini yangi, chuqurroq bosqichga ko'taruvchi, samaradorlikni oshiruvchi "qanot" bo'ladimi? Ushbu maqola suniy intellektning ikki tomonlama tabiatini, uning hamkorlik potentsiali va potentsial raqobat/xavflarini chuqur tahlil qilishga qaratilgan.

Suniy intellektning rivojlanishi yangi etik va huquqiy muammolarni keltirib chiqarmoqda. Suniy idrokning har qanday chiqishi (Output) ortida inson mas'uliyati turishi kerak. Bu, ayniqsa, Generativ SI ishlab chiqaradigan kontent uchun juda muhim. Bir tomondan, deep fake (sun'iy yo'l bilan yaratilgan soxta media) videolar yaratish orqali SI ijtimoiy xavf tug'diradi. Masalan, soxta harbiy chaqiriq videosi kabi real oqibatlarga olib kelishi mumkin bo'lgan bunday texnologiyalar auditoriyaning OAVga bo'lgan ishonchini jiddiy ravishda pasaytirish bilan tahdid qilmoqda. Boshqa tomondan, SIning mavjud bo'lmagan faktlarni yoki noto'g'ri ma'lumotlarni (masalan, Konfabulatsiya – Hallucination) haqiqat sifatida taqdim etish qobiliyati inson-jurnalistning faktlarni tekshirishdagi rolini yanada mustahkamlaydi. Mualliflik huquqi (Intellectual Property) sohasida ham jiddiy noaniqliklar mavjud. The New York Times vs. OpenAI kabi yirik sud jarayonlari Generativ SI modellarining o'qitish jarayonida mualliflik huquqi bilan himoyalangan kontentdan (jurnalistlarning maqolalari) ruxsatsiz foydalanishi bilan bog'liq huquqiy xavflarni ko'rsatmoqda. Deloitte tomonidan o'tkazilgan tahlil shuni ko'rsatadiki, media tashkilotlar SIDan foydalanishda shaffoflik, ma'lumotlarni minimallashtirish va qonuniylikka alohida e'tibor qaratishlari lozim. SI tomonidan yaratilgan kontent uchun kimning javobgar bo'lishi masalasi ochiq qolmoqda.

SI modellarining o'qitish ma'lumotlarida mavjud bo'lgan noxolisliklar (masalan, demografik yoki siyosiy) natijaviy kontentga ham ko'chishi mumkin. Agar SI tizimi noxolis ma'lumotlar to'plamida o'qitilgan bo'lsa, undagi ichki xatoliklar kuchayib, ma'lum guruhlariga nisbatan noto'g'ri qarashlarni shakllantirishi, stereotiplarni kuchaytirishi mumkin. The New York Times

tomonidan qoʻllaniladigan "Editor" kabi shaxsiylashtirish (Personalization) algoritmlari oʻquvchilarga faqat ularning qiziqishlariga mos keladigan kontentni taqdim etish orqali, ularni "axborot buluti" (Echo Chambers)da qoldirib, turli nuqtai nazarlar bilan tanishish imkoniyatini cheklaydi. Bu ijtimoiy va siyosiy qutblanishga olib kelishi mumkin.

Suniy intellektning salbiy tomonlariga qaramay, u "olovga qarshi olov" prinsipida ishlatilib, jurnalistikaning haqqoniyligini oshirishga yordam beradi. SI katta hajmdagi matnlarni qisqartirish, xatolarni toʻgʻrilash va soxta yangiliklarni tezkor aniqlash jarayonini sezilarli darajada tezlashtiradi. Reuters'ning News Tracer kabi tizimlari millionlab ijtimoiy media postlarini tahlil qilib, shubhali kontentni aniqlaydi.

Prompt Engineering: Jurnalistning Yangi Intellektual Qobiliyati Sun'iy intellekt texnologiyalaridan maksimal samaradorlikka erishish nafaqat ularni texnik jihatdan joriy etishga, balki ularni boshqarish sifatiga ham bevosita bogʻliq. Bu yerda Prompt Engineering (Professional soʻrov yozish) mahorati zamonaviy jurnalist uchun nafaqat oddiy koʻnikma, balki fundamental intellektual qobiliyat darajasiga koʻtarilmoqda. Prompt Engineering – bu Katta Til Modellaridan (LLM) aniq, obʻyektiv va yuqori sifatli natijalarni, xususan, matn, tahlil yoki gʻoyalarni olish uchun optimal soʻrovlarni shakllantirish sanʼatidir. SI endi shunchaki matn yozuvchi avtomatik dastur emas; u ulkan bilim va tezkorlikka ega boʻlgan, ammo maqsad, ton (uslub) va etik chegaralar borasida inson yoʻnaltirishga muhtoj boʻlgan strategik hamkordir. Professional prompt yozish orqali jurnalist SI ni shunchaki maʼlumotlar yigʻuvchidan yuqori darajadagi tahlilchi, munozarali mavzular boʻyicha opponent yoki chuqur surishtiruv uchun maʼlumotlarni saralab beruvchi tadqiqotchiga aylantira oladi. Bu mahoratning jurnalistika uchun ahamiyati obʻyektivlikni taʼminlash, chuqur tahlilni rivojlantirish va mualliflik uslubini saqlab qolishda muhimdir. Birinchidan, yuqori sifatli prompt nafaqat maʼlumot soʻraydi, balki SIDan oʻzining "javobni shakllantirishdagi dastlabki eʼtirozlarini" aytish yoki mavjud

qarashlarning qarama-qarshi tomonlarini teng miqdorda taqdim etishni talab qiladi. Bu, SIning o‘qitish ma’lumotlarida mavjud bo‘lishi mumkin bo‘lgan algoritmik xatolarni sezilarli darajada kamaytiradi va xabarning ob’ektivligini oshiradi. Ikkinchidan, to‘g‘ri prompt, masalan, “Sen moliyaviy ma’lumotlar bo‘yicha 20 yillik tajribaga ega Bloomberg tahlilchisidan. Berilgan X va Y ma’lumotlarni Z omili kontekstida tahlil qilib, 500 so‘zlik xulosa yoz” kabi so‘rovlar orqali jurnalist vaqtining asosiy qismini ma’lumotlarni qidirishga emas, balki SI tomonidan tayyorlangan tahlil xulosalarini tanqidiy qayta ishlashga sarflaydi. Associated Press’ning Wordsmith tizimi standart hisobotlarni avtomatlashtirgan bo‘lsa, professional prompt’lar bilan AI’dan bozor tendensiyalari o‘rtasidagi yashirin bog‘liqliklarni topish talab qilinishi mumkin. Uchinchidan, Prompt Engineering jurnalistlarga SIDan olingan matnning uslubi, so‘z tanlash jarayoni va o‘ziga xos “ovozi”ni aniq nazorat qilish imkonini beradi. Jurnalist SI’dan “matnni rasmiy, akademik uslubda yozishni” yoki aksincha, “oddiy, keng auditoriya uchun tushunarli ohangda” bayon etishni so‘rashi mumkin. Bu, mahalliy jurnalistikada kuzatilishi mumkin bo‘lgan “mualliflik uslubining yo‘qolishi” xavfini qisman bartaraf etishga xizmat qiladi. To‘rtinchidan, murakkab promptlar (masalan, “1000 sahifalik yuridik hujjatni o‘qib chiq. So‘ngra undagi ma’lumotlar [A shaxs], [B tashkilot] va [S qoidabuzarlik] o‘rtasidagi bog‘liqliklar bo‘yicha saralab ber”) yordamida jurnalist katta hajmdagi ma’lumotlar ichidan juda qisqa vaqt ichida o‘zi uchun kerakli bo‘lgan eng muhim ulanishlarni topa oladi. Bu, an’anaviy usullarda bir necha hafta talab qiladigan katta hajmli ma’lumotlarni qayta ishlash vaqtini minimallashtiradi va surishtiruv jurnalistikasining samaradorligini oshiradi. Shunday qilib, zamonaviy jurnalist SI’ni “qo‘rquv” emas, balki “raqamli sherik” sifatida qabul qilishi lozim. Bu tandemdagi muvaffaqiyatning kaliti esa, insonning SI’ga beradigan savollari sifatiga bog‘liq. Aynan Prompt Engineering jurnalistning “AI ustidan inson nazorati” tamoyilini amalda tatbiq etishdagi eng muhim vazifasiga aylanmoqda.

O‘zbekistonda SIga bo‘lgan e‘tibor “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi va Prezidentning tegishli qarori (PQ-4996) bilan institusional asosga ega. O‘zA tomonidan yaratilgan “SOBIRA Xoldorova” robot-muxbiri 9 tildagi xabarlarni yetkazib beruvchi milliy media innovatsiyaning muhim namunasidir. Bunday loyihalar mamlakatning raqamli media sohasidagi salohiyatini oshirishga xizmat qiladi. Ta’lim va kadrlar masalasida O‘zbekiston Jurnalistika va Ommaviy Kommunikatsiyalar Universitetida “Mediada sun’iy intellekt” va “Kontent yaratishda AI texnologiyalari” fanlarining o‘qitilishi kadrlarning SI savodxonligini oshirishga qaratilgan muhim qadamdir. Biroq, mahalliy muhitda shaxsiy ma’lumotlarni himoya qilish, mualliflik uslubining yo‘qolish xavfi va jurnalistlarni AI bilan ishlashga o‘rgatish (AI literacy) kabi muammolar mavjud. Bu bosqichda SI ni “inson o‘rniga” emas, balki “inson bilan birga” ishlaydigan tizim sifatida joriy etish eng to‘g‘ri yo‘l hisoblanadi.

Sun’iy intellekt jurnalistlar orasida qo‘rquv emas, balki ehtiyotkorlik va yangilanishga bo‘lgan chaqiriqni uyg‘otishi kerak. Jurnalistikaning kelajagi SIDan qochishda emas, balki u bilan kuchli va mas’uliyatli tandem yaratishdadir. SIning keng qo‘llanilishiga qaramay, jurnalistikaning asosiy yuragi inson omili hech qachon to‘liq almashtirilmaydi. SI murakkab inson his-tuyg‘ularini anglash, nozik etik mulohazalarni yuritish va shaxsiy manbalar bilan munosabat o‘rnatish kabi insoniy fazilatlarga ega emas. Jurnalistikaning haqiqiy qiymati – insoniy tajriba, empatiya va tanqidiy fikrlashdadir. SI ma’lumotlarni tartiblay oladi, lekin inson kabi “rasmiy bayonotlar ortidan haqiqatni qidira olmaydi”. SI oddiy xabarlar yozadigan jurnalistlarning o‘rnini egallashi mumkin. Biroq, SI bilan ishlay oladigan jurnalist esa, SI texnologiyasini o‘zlashtira olmagan kasbdoshining o‘rnini egallash xavfini tug‘diradi. Demak, raqobat SIning o‘zi bilan emas, balki SI savodxonligi darajasi bilan bog‘liq. SI davridagi muvaffaqiyat uch asosiy muvozanatni saqlashni talab qiladi: birinchidan, texnologik samaradorlik va axloqiy javobgarlik o‘rtasidagi muvozanat, bunda tezlik va kontent hajmining oshishi dezinformatsiya va etik xavflarni oshirmasligi

kerak. Ikkinchidan, avtomatlashtirish va inson ijodkorligi o‘rtasidagi muvozanat, bunda SI vazifalarni olib, insonning kreativlik, uslub va chuqur tahlilga e’tibor qaratishiga imkon berishi zarur. Uchinchidan, tezlik va ishonchlik o‘rtasidagi muvozanat. Bunda tezkor yangiliklar yetkazishda faktlarning to‘g‘riligini kafolatlash, inson nazoratini ta’minlash talab etiladi.

Sun’iy intellekt jurnalistikani inqirozga emas, balki yangilanish va professional darajaning oshishi bosqichiga olib kirdi. Jurnalistga raqib deb qarash o‘rniga, uni tadqiqotchi assistent, faktcheking vositasi va samaradorlik oshiruvchi hamkor sifatida qabul qilish lozim. Asosiy xulosa shuki, SI ma’lumotlar oqimini tezlashtiradi, inson xatolarini kamaytiradi va jurnalistlar uchun tahliliy, etik va ijodiy ishlarga vaqt yaratadi. Ammo u hech qachon inson o‘rnini to‘liq egallay olmaydi, chunki axborotning yuragi – ishonch va haqqoniylikka mas’uliyat – bu faqat insonda mavjud sifatdir. Kelajakdagi jurnalistika modeli – “AI + Inson” hamkorligiga asoslangan, doimiy inson nazorati ostida bo‘ladigan, etik va huquqiy me’yorlarga rioya qiladigan ko‘p qatlamli tahririy tizim bo‘ladi. Shunday ekan, savolga yakuniy javob shunday: Sun’iy intellekt jurnalistga raqib emas, balki uning kasbini yangi, yuqori intellektual bosqichga olib chiquvchi strategik yordamchidir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. Mohirdev.uz. “Сунъий интеллект ҳақида билиш керак бўлган ҳамма нарса” <https://mohirdev.uz/blog/si-haqida-bilish-kerak-bolgan-hamma-narsa/>

2. Slideshare.net. “Интеллект ва креативлик.”
<https://www.slideshare.net/slideshow/intellektvakreativlikpptx/256347334>

3. Джуманова С. Б. Журналистик фаолиятда сунъий интеллектдан фойдаланиш: халқаро ва миллий тажриба. Uza.uz, 2024.
<https://cdn.uza.uz/2024/12/24/11/39/9L3PXF6ETAmrmtMSosrpmRVoMXdLTygm.pdf>

4.Сунъий интеллект журналистикада инсоннинг ўрнини боса олмайди. Uza.uz, 2024. https://uza.uz/uz/posts/suniy-intellekt-zhurnalistikada-insonning-ornini-bosa-olmaydi_628114

5.Ogoh.uz. Сунъий интеллект журналистикада: Янги технологиялар анъанавий ахборот воситаларини қандай ўзгартирмоқда? 2024. <https://ogoh.uz/73125/>

6.European Journalism Centre & Knight Foundation. The Future of Journalism: The AI Journey: 9 Learnings for the News Industry. (Таҳлил қилинган манба). <https://ejc.net/>

7.Artificial intelligence and the future of journalism • FRANCE 24 English <https://youtu.be/BmRcF1zCPZ0?si=NptDDIMs6OTWo0VA>

8.Deloitte. (n.d.). The legal implications of Generative AI [PDF]. Deloitte.<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consulting/us-ai-institute-generative-ai-legal-issues.pdf>

9.Hiltbrand, O. S. (2025, February 26). Guarding the News Media's Intellectual Property in the Age of Generative AI. Stanford Law / SSRN.<https://law.stanford.edu/publications/guarding-the-news-medias-intellectual-property-in-the-age-of-generative-ai/>

10.Reuters Institute. (2025, January. How AI Is Reshaping Copyright Law and What It Means for the News Industry. Reuters Institute.<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/how-ai-reshaping-copyright-law-and-what-it-means-news-industry>

11.Consensus / Emerald Insight. (n.d.). Deepfakes and the Crisis of Digital Authenticity: Ethical Challenges in the Age of Synthetic Media.

12.Pindrop. (n.d.). The Impact of Deepfakes on Journalism.

13.Algorithmic Bias and Media Manipulation: A Systematic Review of AI's Role in Shaping Public Perception. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/...>

14. MDPI. (n.d.). Artificial Intelligence and Journalistic Ethics: A Comparative Analysis of AI-Generated Content and Traditional Journalism.

15. NBC News Group & RSF. (n.d.). Tamoyillar (Report, maqola tahlili asosida olingan).

16. (NBC News Group, RSF. “Tamoyillar (maqola tahlili asosida olingan)

17. O‘zA. “Raqamli O‘zbekiston – 2030 strategiyasi tahlili”

18. The Washington Post, Associated Press, Reuters, New York Times, Bloomberg. (n.d.). Practices and Case Studies

SUN’IY INTELLEKTDAN JURNALISTIKA SOHASIDA FOYDALANISHNING ETIK MASALALARI

Shahnoza YANGIBOYEVA,

O‘zJOKU magistranti

shahnozayangiboyeva1727@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu tadqiqot ishida jurnalistikada sun’iy intellekt (SI) texnologiyalaridan foydalanish jarayonida yuzaga kelayotgan etik muammolar tahlil qilinadi. Tadqiqot davomida “The Washington Post” nashri va “Kun.uz” tajribasi o‘rganilib, SI vositalarining yangilik yaratish, tahrir, kontent tarqatishdagi o‘rni aniqlanadi, sohaga texnologiya aralashuvi natijasida inson omilining kamayishi (ishsizlik), soxta axborot tarqalishi kabi muammolarga e’tibor qaratiladi. Shu bilan birga, sun’iy intellekt jurnalistik jarayonlarga qanday ta’sir ko‘rsatmoqda va undan foydalanishda qanday cheklovlar yoki nazorat mexanizmlari zarurligi ko‘rib chiqiladi.

Kalit so‘zlar: jurnalistika etikasi, raqamli jurnalistika, SI, soxta axborot, mediasavodxonlik.

Abstract: This study analyzes the ethical issues that arise in the process of using artificial intelligence (AI) technologies in journalism. The research examines the experience of The Washington Post and Kun.uz (a digital media

outlet) to identify the role of AI tools in news production, editing, and content distribution. Special attention is given to the challenges such as the reduction of human involvement (unemployment) and the spread of misinformation resulting from technological interference in the field. The paper also explores how artificial intelligence influences journalistic processes and discusses what kinds of limitations or control mechanisms are necessary to ensure ethical use.

Keywords: *journalism ethics, digital journalism, AI, misinformation, media literacy.*

“Amerikalik ixtirochi va futurist Rey Kursveylning bashoratlariga ko‘ra, 2027-yilda qiyin vazifalarni bajara oladigan robotlar kundalik ehtiyoj mahsulotlariga (televizor, muzlatkichlar kabi) aylanadi. 2029-yilda ta’lim olish, tushunish va javob berishda odamlardan qolishmaydigan robotlar paydo bo‘ladi. 2033-yilda ko‘chalar o‘z-o‘zini boshqaradigan robotlarga to‘lib ketadi (G‘aniyev, 2024)”. Demak, sun‘iy intellekt barcha kasblar qatori jurnalistika sohasi uchun ham yangi davrni boshlab berishi kutilmoqda.

Ma’lumki, sun‘iy intellekt (SI)dan jurnalistika sohasida ham tobora keng foydalanilmoqda. SI axborot oqimini boshqarish, avtomatlashtirilgan yangiliklar yaratish va tahrir jarayonlarini soddalashtirish orqali mediamuhitni tubdan o‘zgartirmoqda. Ushbu mavzu SIDan qanday foydalanish lozimligini aniqlashtirishi, bu jarayonda mualliflik huquqi, soxta axborotlarga qarshi kurashish kabi etik masalalar hamda axborotlashayotgan jamiyatda aholining mediasavodxonligini oshirishga urg‘u berishi bilan dolzarb ahamiyatga ega.

Tadqiqot davomida tahlil, kuzatish va solishtirish metodlaridan foydalaniladi. Jumladan, tahlil metodi – xalqaro OAV tajribasini o‘rganib, axborot yaratish jarayonidagi o‘zgarishlarni aniqlash uchun tanlandi. Kuzatish metodi – SI vositalari orqali tayyorlangan yangiliklarning sifati va inson tahriri bilan farqlarini baholash imkonini yaratadi. Solishtirish metodi – “The Washington Post” va “Kun.uz” tahririyatlari tajribalarini etik me’yorlar asosida

taqqoslashga yordam beradi. Ushbu metodlar SI qo'llanilishining turli mamlakatlardagi jurnalistik amaliyotlarga ta'siri va etik yondashuvdagi farqlarni aniqlash imkonini beradi. "The Washington Post" nashri Heliograf nomli sun'iy intellekt tizimi yordamida avtomatlashtirilgan yangiliklar yaratsa (The Washington Post, 2016), Kun.uz sayti SI orqali avtomatik tarjimani yo'lga qo'ygan.

Tahlillarga ko'ra, sun'iy intellekt OAV faoliyati tezkorligiga yordam berishi bilan birga, axborot sifatiga bevosita ta'sir ko'rsatmoqda [Reuters Institute, 2023]. "The Washington Post" tajribasida SI algoritmlari qisqa muddatda ko'plab maqolalarni yaratgan (Masalan, ushbu tahririyat IBM Watson AI asosida iqlimshunoslik bo'yicha avtomatik tahlil vositasini sinovdan o'tkazgan (Washington Post, 2024), ammo inson tahririning yetishmasligi sababli ayrim ma'lumotlarda xatoliklar kuzatilgan. Kun.uz misolida esa, SI yordamida tezkor tarjimalar amalga oshiriladi, biroq ayrim matnlarda semantik aniqlik yo'qolishi holatlari aniqlangan (Kun.uz, 2024).

Ta'kidlash joizki, sun'iy intellekt jurnalistikada ish samaradorligini oshirsa-da, u etik muvozanatni saqlashni talab etadi. Xalqaro OAVlar tajribasi ham shuni isbotlaydiki, SI inson ijodini qo'llab-quvvatlovchi, yordamchi vosita sifatida xizmat qilishi lozim [Reuters Institute, 2023]. O'zbekiston misolida esa SI texnologiyalarini joriy etishda jurnalistlarning mediasavodxonligi va etik mas'uliyatini oshirish muhim ahamiyat kasb etadi [Abdusalamova, 2025].

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, sun'iy intellekt (SI) jurnalistik jarayonlarni tezlashtirish, ma'lumotni tahlil qilish va avtomatlashtirilgan yangiliklar yaratish imkonini berib, axborot sohasida yangi bosqichni boshlab berdi. Shu bilan birga, axborotning aniqligi, mualliflik mas'uliyati va inson nazoratining kamayishi kabi etik xavflarni yuzaga keltirdi. Shundan kelib chiqib, SIning jurnalistikada qo'llashda axborot ishonchliligi, mualliflik huquqi va shaffoflikni ta'minlovchi milliy etik kodeks ishlab chiqish taklif etiladi.

Jurnalistlar uchun SI texnologiyalaridan foydalanish bo'yicha malaka oshirish dasturlarini yo'lga qo'yish maqsadga muvofiqdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. G'aniyev A. (2024). Robot fikrlay oladimi? Yoxud fizikadan 2024-yilgi Nobel mukofoti neyroto'r kashfiyotchilariga berilgani haqida. "Ma'rifat" gazetasi, 2024-yil 4-dekabr, 49-son)
2. Abdusalamova Z. (2025). Sun'iy intellektning jurnalistikadagi roli: imkoniyatlar va tahdidlar. *Modern Science and Research*, 4(5), 910–913. Retrieved from <https://inlibrary.uz/index.php/science-research/article/view/101473>
3. Diakopoulos N. (2019). *Automating the News: How Algorithms are Rewriting the Media*. Harvard University Press.
4. Kun.uz (2024). <https://kun.uz> , <https://kun.uz/en> .
5. Reuters Institute. (2023). *AI and the News: Impacts on Journalism and Audiences*. Oxford University.
6. The Washington Post. (2016). "Meet Heliograf: The Washington Post's Automated Storytelling Technology."
<https://www.washingtonpost.com/pr/wp/2016/08/05/meet-heliograf-the-washington-posts-automated-storytelling-technology/>
7. Washington Post (2024). https://www.washingtonpost.com/climate-environment/2024/07/09/how-why-we-built-climate-answers/?utm_source=chatgpt.com

RAQAMLI MEDIADA MANIPULYATSIYA

Laylo SA'DULLAYEVA,

O'zJOKU magistranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada raqamli mediada reklama va PR jarayonlarida sun'iy intellekt texnologiyalarining qo'llanilishi natijasida yuzaga

kelayotgan manipulyativ holatlar tahlil qilinadi. Tadqiqot davomida Instagram ijtimoiy tarmog'idagi reklama materiallari kuzatilib, foydalanuvchilarning e'tiborini boshqaruvchi yashirin mexanizmlar aniqlangan. Sun'iy intellekt yordamida yaratilgan vizual obrazlar va hissiy xabarlar iste'molchining ong ostiga ta'sir ko'rsatish orqali manipulyatsiyaning yangi shaklini yuzaga keltirayotgani asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: *sun'iy intellekt, raqamli marketing, manipulyatsiya, PR, reklama.*

Abstract: *This article analyzes manipulative phenomena emerging from the use of artificial intelligence technologies in advertising and public relations within digital media. During the research, advertising materials on the social network Instagram were observed, and hidden mechanisms influencing users' attention were identified. It is substantiated that AI-generated visual images and emotional messages create a new form of manipulation by affecting consumers' subconscious minds.*

Keywords: *artificial intelligence, digital marketing, manipulation, public relations, advertising.*

Raqamli media zamonaviy kommunikatsiya tizimining ajralmas qismiga aylangan bo'lib, unda reklama va PR jarayonlari sun'iy intellekt (AI) texnologiyalari orqali tez va samarali tarzda boshqarilmoqda. Biroq bu jarayonlar inson ongiga sezilmas darajada ta'sir ko'rsatish, fikr va qarorlarni shakllantirish, e'tiborni boshqarish kabi manipulyativ mexanizmlarni ham kuchaytirmoqda.

E. Pariser ta'kidlaganidek, algoritmik kontent tanlovi foydalanuvchining faqat o'ziga yoqqan ma'lumotlarni ko'rishiga olib keladi. Bu esa "axborot pufagi" (filter bubble) fenomenini keltirib chiqaradi — ya'ni, inson faqat o'z qarashlarini tasdiqlovchi kontent bilan cheklanadi. Bunday holatda reklama va PR kontentlari yanada kuchli psixologik ta'sir ko'rsatadi. E.Praiserning 2011-yilda nashr qilingan "The Filter Buble: Ehat is internet hiding from you?"

kitobidagi nazariyalariga ko‘ra, “Filter bubble” foydalanuvchiga faqat uning qiziqishlari, e‘tiqodi va qidiruv tarixidan kelib chiqib unga mos ma‘lumotlarni uzatadigan, filtrlangan axborot muhitidir. Ya‘ni internet platformalari (masalan, Google, YouTube, Facebook, Instagram) foydalanuvchilarning qidiruv tarixi, layklar, kuzatuvlar, joylashuv, vaqti kabi ma‘lumotlarga asoslanib, ularga moslashtirilgan kontentni ko‘rsatadi. Natijada foydalanuvchi faqat o‘zi bilan fikr jihatdan o‘xshash qarashlarni ko‘radi, muqobil nuqtai nazarlar esa undan yashirin qoladi. Filtrlangan kontent ba‘zida foydalanuvchiga o‘zi qidirayotgan tor doiradagi ma‘lumotni topishni osonlashtirishi mumkin, lekin odatda cheklangan kontent tomoshasi foydalanuvchilarning rang-barang, xilma-xil mavzudagi axborot iste‘molini kamaytirishi natijasida ularning qiziqishlarini cheklab qo‘yishi mumkin.

Sun‘iy intellekt asosida ishlab chiqilgan tavsiya tizimlari foydalanuvchilarning qidiruv tarixi, yoqtirgan postlari, kuzatuvlar va reaksiyalarini tahlil qilib, ularga mos reklama mazmunini shakllantiradi. Shu orqali reklama xabarlarining samaradorligi oshadi, ammo foydalanuvchi ong ostiga yo‘naltirilgan manipulyatsiya kuchayadi.

Yaqinda Meta kompaniyasi Instagram va Facebookdagi videolar ostiga “Bu kontent siz uchun qiziqarliymi?” (Are you interested with this reel/Ad) kichik so‘rovnomasini qo‘shdi. Javob sifatida ikkita variant mavjud bo‘ladi “ha” va “yo‘q”. Qaysi javob tanlanganiga ko‘ra, sun‘iy intellekt foydalanuvchi qiziqish va ehtiyojlaridan kelib chiqib, qanday kontent tavsiya qilinishi kerakligini aniqlaydi. Bu bir tarafdin foydali bo‘lishi mumkin, lekin ba‘zida foydalanuvchining kuzatuv doirasining cheklanib qolishiga sabab bo‘ladi. Ya‘ni, endi siz faqat bir xil mazmun va mavzudagi kontentlar iste‘moli bilan cheklanib qolishga olib keladi.

Kuzatuvlar jarayonida aniqlanishicha, Instagram foydalanuvchilariga taklif etiladigan ko‘plab reklama postlari ularning ilgari qiziqish bildirgan mavzulariga

mos ravishda ishlab chiqiladi. Bu esa shaxsning qaror qabul qilish jarayoniga bevosita ta'sir o'tkazadi.

Amaliy misol sifatida 2025-yil 29-sentabr kuni Instagramdagi "suniy.uz" sahifasida joylashtirilgan reklama postini tahlil qilindi. Postda sun'iy intellekt yordamida yaratilgan "brand face" – milliy libosdagi o'zbek qizi obrazi ishlatilgan. Rolikda AI yordamida yaratilgan reklama roliklari arzon, tezkor va samarali vosita sifatida targ'ib qilinadi. Post matnida "daromadingizni oshiring" kabi undov va hissiy ifodalar orqali iste'molchining his-tuyg'ulariga bevosita murojaat qilingan. Bu holatda manipulyatsiya ikki yo'nalishda namoyon bo'ladi:

1. Vizual manipulyatsiya — sun'iy intellekt tomonidan yaratilgan obraz orqali ishonch uyg'otish.

2. Semantik manipulyatsiya — matn orqali insonni qaror qabul qilishga majbur etish.

Bu holat shuni ko'rsatadiki, raqamli reklama endilikda nafaqat mahsulotni targ'ib etadi, balki foydalanuvchining dunyoqarashi, qadriyatlarini va ehtiyojlarini ham boshqarish vositasiga aylanmoqda.

Bundan tashqari, algoritmik reklama tizimlari ayrim hollarda foydalanuvchining diniy, milliy yoki ijtimoiy qadriyatlariga moslashtirilgan kontentni ko'proq taklif etadi. Bu esa "axborot pufagi"ni yanada mustahkamlaydi va insonni muayyan yo'nalishga ruhiy jihatdan yo'naltiradi (Kapoor, 2023).

Shu sababli, raqamli manipulyatsiya nafaqat texnik, balki axloqiy va psixologik muammo sifatida ham o'rganilishi lozim. Platformalarda shaffof algoritmik siyosat, foydalanuvchilarni xabardor qilish va axborot etikasi tamoyillarini joriy etish zarur.

Sun'iy intellektning PR va reklama sohasida qo'llanilishi jarayonlarni avtomatlashtiradi, vaqt va resurs tejashiga yordam beradi. Ammo, shu bilan birga, foydalanuvchi ongiga sezilarsiz ta'sir o'tkazish, qarorlarini boshqarish imkoniyatini ham yaratadi.

Algoritmik kontent tanlovi va tavsiya tizimlari insonning axborot maydonini toraytirib, uni ma'lum bir g'oya yoki qarashlar doirasida fikrlashga undaydi. Shu sababli raqamli media etikasi, axborot shaffofligi va foydalanuvchilarni manipulyatsiyadan himoya qilish masalalari ustuvor yo'nalish sifatida ko'rib chiqilishi kerak.

O'zbekiston sharoitida raqamli reklama siyosatini tartibga soluvchi normativ asoslar, foydalanuvchi roziligi tizimi va algoritmik javobgarlik mexanizmlarini ishlab chiqish zarur. Kelajak tadqiqotlari esa sun'iy intellekt etikasi, axborot manipulyatsiyasi va raqamli savodxonlikni oshirish masalalariga qaratilishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Kapoor, N. (2023). AI and Advertising: The ethics of algorithmic persuasion. *Journal of Digital Communication*, 17(3), 45–59.
2. Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press.
3. Tufekci, Z. (2015). Algorithmic harms beyond Facebook and Google. *Colorado Technology Law Journal*, 13(2), 203–218.
4. Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
5. Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.

ЯЗЫК ВРАЖДЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЯЗЫКОВОЙ ПОЛИТИКЕ МЕДИАПРОСТРАНСТВА

Эрнст ПЕТРОСЯНЦ,

Докторант (PhD)

Узбекский государственный университет мировых языков

ORCID: 0009-0004-6448-3547

Аннотация: В работе представлен анализ современного корпуса медиатекстов и контента платформ, направленный на выявление ключевых языковых форм и механизмов распространения языка вражды. На материале эмпирических кейсов проиллюстрированы три типичных стратегии враждебной риторики: прямые призывы к насилию, формирование систематически негативного образа групп и оправдание или нивелирование исторических преступлений. Работа выдвигает практические рекомендации для редакций и языковой политики медиа.

Ключевые слова: язык вражды, языковая политика, медиатексты, медиaprостранство, языковые формы, корпусный анализ, стратегии враждебной риторики.

Annotatsiya: Ushbu ish zamonaviy media matnlari va platforma kontenti korpusining tahlilini taqdim etadi; maqsad – nafrat nutqining asosiy til shakllari va uning tarqalish mexanizmlarini aniqlashdir. Empirik misollar asosida nafrat ritorikaning uchta tipik strategiyasi ko‘rsatiladi: to‘g‘ridan-to‘g‘ri zo‘ravonlikka chaqiriqlar; guruhlar haqida tizimli ravishda salbiy tasvirlarni shakllantirish; hamda tarixiy jinoyatlarni oqlash yoki ularni ahamiyatsizlashtirish. Maqola o‘z ichiga tahririyatlar va media til siyosati uchun amaliy tavsiyalarni ilgari suradi.

Kalit so‘zlar: nafrat nutqi, til siyosati, media matnlar, media makon, til shakllari, korpus tahlil, nafrat ritorika strategiyalari.

Abstract: This study presents an analysis of a contemporary corpus of media texts and platform content aimed at identifying key linguistic forms and the mechanisms by which hostile language spreads. Drawing on empirical case material, three typical strategies of hostile rhetoric are illustrated: direct calls to violence; the construction of systematically negative portrayals of groups; and the justification or minimization of historical crimes. The paper advances practical recommendations for editorial teams and for media language policy.

Keywords: hate speech, language policy, media texts, media platforms, linguistic forms, corpus analysis, strategies of hostile rhetoric.

Анализ современного корпуса медийных и платформенных текстов показывает две ключевые особенности. Во-первых, язык вражды варьируется от явных призывов к дискриминации/насилию до более тонких форм – нарративов дескредитации, стереотипизации и микро-агрессий, замаскированных под мнение и сатиру [Castaño-Pulgarín and others, 2021]. Во-вторых, алгоритмические механизмы платформ часто амплифицируют эмоционально насыщенные и сенсационные сообщения, увеличивая их охват независимо от редакционной верификации. Эти выводы подкрепляются систематическими обзорами исследований [Wilson & Land, 2021]. СМИ – один из каналов, через который может распространяться язык вражды: это некорректные, унижающие или враждебные высказывания в адрес этнических, религиозных или иных социальных групп, а также в отношении отдельных людей как представителей таких групп. Журналистам и редакторам важно уметь распознавать реальные проявления языка вражды, чтобы преднамеренно не тиражировать сообщения, способные подстрекать к дискриминации и насилию [Matamoros-Fernández & Farkas, 2021: 206-208].

Традиционные редакции сталкиваются с дилеммой: как информировать общественность о случаях языка ненависти без повторной репетиции агрессивной риторики [Reuters, 21.01.2025]. Рекомендации UNESCO подчёркивают необходимость тщательного контекстуализирования, отказа от дословного цитирования агрессора там, где это усиливает вред, и использования экспертных комментариев для деконструкции опасной риторики [UNESCO, 2024]. Информационно-аналитический центр “Сова” классифицирует виды языка вражды в медиа, далее выделяем самые важные[sova-center.ru]:

1. Призывы к насилию. Речь о прямых или косвенных побуждениях к применению насилия по отношению к конкретной группе или ее представителям: открытых призывах напасть, избить, изгнать, причинить вред; а также о текстах, которые оправдывают насилие как допустимый способ разрешения конфликта.

Как пример из практики СМИ можно привести факт нарастания в Мьянме в 2012—2017 гг. волны антимусульманских настроений; ультранационалистические медиа и публичные фигуры (включая некоторых буддийских монахов) публиковали материалы и сообщения, демонизировавшие рохинджа, оправдывавшие их депортацию и порой подстегивающие к нападениям. В 2017 году военные операции привели к массовому истреблению сотен тысяч рохинджа в Бангладеше; последовавшие международные расследования выявили, что в медиaprостранстве и в соцсетях активно распространялись материалы, которые подпитывали вражду и способствовали насилию [Al-Jazeera, 27.08.2018].

2. Создание негативного образа этнической, религиозной или иной социальной группы — это приписывание ей негативных характеристик в медийных текстах. Такое представление может не опираться на конкретные обвинения в отдельных событиях, а транслироваться с помощью обобщенной лексики, стереотипов, тональности материала или непрерывного повторения конфликтогенных смыслов в заголовках и сюжетах. Примером является таблоидная подача про мигрантов в Великобритании в 2015 г.: яркий и документированный пример — реакция британских таблоидов на кризис мигрантов в Кале в 2015 году. Передовая полоса Daily Mail и сопутствующие заголовки использовали образ «роя», «нашествия», «толпы», создавая впечатление массовой угрозы и «инвазии» мигрантов — формируя общий отрицательный образ группы без точечного криминального обвинения в каждом конкретном случае. Это словообразное

и тональное представление («The swarm in our streets» и подобные формулировки) усиливало враждебное отношение общественности к беженцам и мигрантам [Vox, 3.09.2015].

3. Оправдание исторических случаев насилия и дискриминации — это медийное представление прошлых актов репрессий, этнических чисток или массовых нарушений прав человека в форме их умаления, «оправдания» действий инициаторов или представления жертв как «виновных». Примером является, что СМИ и официальная риторика Турции на протяжении десятилетий представляли события 1915 года — массовые убийства и депортации армян Османской империи — либо как «трагические потери по обе стороны», либо как процесс, который нельзя квалифицировать как геноцид. В публичных заявлениях высокопоставленных политиков это часто обосновывается аргументами о «безопасности государства», «военном контексте» и «взаимных потерях», а в ряде медиа и учебников продвигается через эвфемизмы и исключение четкой юридической оценки. Эти практики исторического ревизионизма рассматриваются как форма оправдания или же отрицания прошлых нарушений [The Guardian, 15.04.2015]. В 2024—2025 годах отмечались случаи прямого давления государства на медиа по поводу упоминания 1915 года как геноцида — например, в октябре 2024 года турецкий регулятор лишил вещательной лицензии радиостанцию, в эфире которой прозвучала характеристика событий 1915 как геноцида; регулятор аргументировал решение как «недостаточную коррекцию» высказывания, которое якобы «разжигает вражду» [Reuters, 17.10.2024].

Заключение

Анализ показывает, что язык вражды в современных медиа — это не только редкие явные призывы к насилию, но и повседневные дискурсивные практики, которые в сумме формируют устойчивые отрицательные представления о группах и иногда оправдывают прошлые преступления.

Алгоритмическая природа распространения контента усиливает эти эффекты, что ставит традиционные редакции в новую дилемму: как выполнять информационную функцию, не превращая репортаж в средство амплификации вредоносной риторики.

Библиография:

1. Castaño-Pulgarín, S. Suárez-Betancur, N. Vega, L. López, H. Internet, social media and online hate speech. Systematic review, *Aggression and Violent Behavior*, Volume 58, 2021.

2. Matamoros-Fernández, A. and Farkas, A. Racism, Hate Speech, and Social Media: A Systematic Review and Critique. *Television & New Media*, Vol. 22(2), 2021, pp. 205–224.

3. Wilson, R. A. and Land, M. Hate Speech on Social Media: Content Moderation in Context. *Connecticut Law Review*. 449.2021.

4. www.unesco.org/en/countering-hate-speech/need-know

5. www.sova-center.ru/

6. www.reuters.com/technology/facebook-x-youtube-do-more-against-online-hate-speech-eu-says-2025-01-20/

7. www.reuters.com/world/middle-east/turkey-shuts-down-radio-station-over-armenian-genocide-remarks-2024-10-17/

8. www.aljazeera.com/news/2018/8/27/un-documents-shocking-crimes-by-myanmar-army/

9. www.vox.com/2015/9/3/9252649/syrian-refugee-boy-british-tabloids

10. www.theguardian.com/world/2015/apr/15/turkey-cannot-accept-armenia-genocide-label-erdogan

TELEVIDENIYEDA SUN'iy INTELLEKT IMKONIYATLARIDAN FOYDALANISH

*Nilufar O'TAGANOVA,
O'zDJTU magistranti*

Annotatsiya: *Maqolada televideniya da sun'iy intellektdan foydalanishning afzalliklari – jurnalistlar faoliyatiga ta'siri, ma'lumot yig'ish bosqichidagi o'rni va kontent yaratish uchun imkoniyatlari xususida so'z boradi.*

Kalit so'zlar: *mediabiznes, multimedia texnologiyalari, fuqarolik jurnalistikasi, format, sun'iy intellekt, jonli efir.*

Abstract: *The article discusses the advantages of using artificial intelligence in television — its impact on journalists' work, its role in the information-gathering process, and the opportunities it provides for content creation.*

Keywords: *media business, multimedia technologies, citizen journalism, format, artificial intelligence, live broadcast.*

Hozirgi kunda jurnalistikaga qo'yiladigan talablar o'zgarmoqda. Mediabiznes, multimedia texnologiyalari, fuqarolik jurnalistikasi kabi atamalar soha amaliyotiga kirib bordi. Muxlislarni o'ziga tortadigan jurnalistik material tayyorlash, tahliliy material bosib chiqarish muallifdan katta mahorat, vaqt, sabr-toqat talab etadi. Bugungi bozor iqtisodiyoti sharoitida zamonaviy medialarning faoliyat ko'rsatishi, u yoki bu jihatdan iqtisodiy tobelikni talab qiladi. Shu bilan birga axborot iste'molchisiga aylangan auditoriya qiziqishlarini o'rganish, oddiy muxlis uchun xizmat qilish shunchaki balandparvoz gaplar bo'lmay, raqobat jangida o'z o'rniga ega bo'lish uchun kurash hisoblanadi. Auditoriyaning ma'lum qatlamiga mo'ljallangan kanallar faoliyati bir tarafdin iqtisodiy manfaatdan kelib chiqsa, ikkinchi tarafdin mavzuga doir ixtisoslashuvni ham taqozo etadi. "Iqtisodiy nuqtai nazardan format – maqsadli auditoriyaga mo'ljallangan efirming moslashuvidir. Bu yerda oddiy falsafa –

daromad olishni xohlasang, auditoriya xohlagan narsani ber. Bir oz “qo‘lga o‘rgatib” xuddi shuni qimmatroqqa sot” [1]. Shuning uchun ham butun dunyoda format – iqtisodiy efirning biznes modeli asosidir.

Bugun televideniya xilma-xil kontentli dasturlar, ko‘rsatuv va shoularning turli formatlarini ko‘rish mumkin. Ularning aniq klassifikatsiyasini taqdim etish hozircha biroz murakkab. Bir format ikkinchisiga integratsiyalashish holati ham kuzatiladi va birgalikda ommaga ijobiy ta‘sir ko‘rsatishi mumkin. Yuqoridagi masalalar yechimida jurnalistlar mahorati juda zarur. Xususan, jonli efir jarayonida. Televideniya paydo bo‘lgach, texnologik rivojlanish natijasida, masofadan turib ma‘lumotlarni uzatishning eng ilg‘or (to‘la-to‘kis) vositasi hamda XX-asrning eng buyuk kashfiyoti sifatida “jonli efir” tushunchasi 50-60 yil ilgari kirib keldi. Boshqa manbalarda, ilk studiyadan tashqarida qilingan translyasiya (jonli efir) 1949 yil, 1-may sanasida Leningraddagi saroy maydonidan turib amalga oshirilgan. Shuni ham aytib o‘tish joizki, birinchi studiyadan tashqari namoyish etilgan jonli efirdagi ko‘rsatuv reportaj janrida bo‘lgan [2].

S.Muratova, zamonaviy televideniya majoziy ma‘noda shunday ifodalaydi: “Televideniya – dunyoni masofasiz egallagan. Yer yuzidagi jamiki, odamzodning ko‘zini, qulog‘ini o‘ziga qarata olgan” [3]. Sun‘iy yo‘ldosh tizimidagi yangi texnologik o‘zgarishlar tasvir imkoniyatini taqdim etgach, telesanoat taraqqiyot yo‘lini topgan bo‘lsa, birgina jonli efir – tomoshabinning axborotga bo‘lgan ehtiyojini qondiruvchi va televideniya ijod qiluvchi jurnalistlarni professional darajaga ko‘tara oladigan amaliy jarayon maydoniga aylandi.

Jonli efir – bu oldindan rejalashtirilgan va auditoriyaning muhim ijtimoiy voqelikka to‘g‘ridan-to‘g‘ri tasvir orqali guvoh bo‘lishi uchun tashkillashtirilgan namoyish, uzatishdir. Shuningdek, ovozli kuzatuv (original yoki qo‘shma – tovush, qo‘shiq, sinxron, nutq yoki audio, masalan “Euronews” telekanalida uzatiladigan “nocomment”), bir vaqtning o‘zida (bevosita) bo‘lib o‘tayotgan

voqea yoki biror hodisa, jumladan tizimli ravishda maxsus tashkillashtirilgan (ko‘rsatuv, dastur) yoki boshlovchining kommunikativ faoliyati. Namoyish (to‘g‘ridan-to‘g‘ri kuzatuv) maxsus tasvirga olishdan istisno ravishda efirga uzatiladi (kosmik yo‘ldoshli, radioto‘lqinli aloqa yordamida). Bu jarayonni amalga oshirish uchun ommaviy axborot vositalari, ya’ni telekanallar maxsus lisenziyaga ega bo‘lishlari hamda jonli efirni amalga oshirish uchun texnik tomondan ta’minlangan bo‘lishlari lozim.

Bugun jonli efir taraqqiy etayotgan bir davrda sun’iy intellekt texnologiyalari ham jurnalistik amaliyotga kirib keldi. Filologiya fanlari doktori, dotsent B.Alimov jurnalistikada sun’iy intellektning qullanilishiga oid monografiyasida: “Muhim jihati shundaki, sun’iy intellekt texnologiyalari bugungi kunda televideniye sohasida jadal sur’atlar bilan joriy etilmoqda va bu o‘zgarishlar nafaqat texnik jarayonlarga, balki kontent yaratish, efirga tayyorlash, auditoriya bilan ishlash va tarjima xizmatlarigacha bo‘lgan barcha bosqichlarga ta’sir ko‘rsatmoqda.

Sun’iy intellekt, ya’ni inson miyasi faoliyatini taqlid qiluvchi algoritmlar tizimi, nafaqat tezlik va samaradorlikni oshiradi, balki inson mehnatini yengillashtiradi, vaqtni tejaydi va sifat jihatidan yangi darajaga olib chiqadi” – deb yozadi.

Senator K. Karamova ta’lim tizimida sun’iy intellektdan foydalanish haqida shunday deydi: “Ushbu zamonaviy texnologiyaning qulayligi, afzallik tomonlari juda ko‘p. Lekin salbiy jihati ham ko‘zga tashlanib qolyapti. Masalan, yoshlar, talabalar, o‘quvchilar uchun u tayyor dastyorga aylanib, kurs ishi, nazorat ishini sun’iy intellekt tayyorlab beryapti. Hamma savollarga ham to‘g‘ri javob beryapti deb aytoilmaymiz” [4]. Televideniye sohasida sun’iy intellektdan foydalanish ommalashmoqda va asosan ikki holatda undan foydalanilmoqda:

Birinchidan, ma’lumot yig‘ish bosqichida. Professor A.Karimovning sohaga oid kitobida bu bosqichda internetdan mavzuga doir o‘xshash materiallar va tafsilotlarni qidirish; press-relizlarni o‘rganish; oldin mazkur mavzuda

tayyorlangan syujetlarni ko‘rib chiqishlar xususida gap boradi [5]. Aynan shu bosqich uchun sun‘iy intellekt imkoniyatlari qo‘l keladi.

Ikkinchidan, ssenariy yozish jarayonida ham sun‘iy intellektdan foydalanish kengaymoqda. Ammo, bir xil mavzu yuzasidan turli kanal va jurnalistlarning deyarli bir ko‘rinish va qolipdagi telesyujet tayyorlashi auditoriyani bezdiradi. Shuningdek, jurnalist mahoratini susaytiradi hamda dangasalikka olib keladi.

Jonli efir jarayoni uchun sun‘iy intellektni qo‘llash ma‘lumot to‘plash yoki xabardor bo‘lishga yordam beradi. To‘g‘ridan-to‘g‘ri efir kutilmagan tasodiflar, improvizatsiya, hissiyotlar bilan amalga oshadi. Shuning uchun ham sun‘iy intellektdan foydalanishda qaramlikdan saqlanish tavsiya etiladi. Mutasaddilar tahririyat faoliyatida yangi imkoniyatlardan foydalanish tartiblarini belgilashi, ichki tartib-qoidalarni ishlab chiqishi kerak.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. Сидоров А. Взрыв радиоактивности. Журналист 2011 №7 – С.36.
2. <https://www.5-tv.ru/news/legendarnoe-televidenie/>
3. Муратов С. ТВ — эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений). М., 2001. – С.3.
4. <https://daryo.uz/uz/2025/11/02/suniy-intellektdan-manqurtlarcha-foydalanish-ongni-zaiflashtirmoqda-senator> (5.11.2025).
5. Каримов А. Аудиовизуал журналистика (тележурналистика), Т. 2012. – Б.30.

ⁱ Shaykhullin T. A. Semantics and pragmatics of Russian and Arabic proverbs with a component-name of family relations: monograph - Kazan: Publishing house of Kazan. University, 2012. - p. 19 (Шайхуллин Т. А. Семантика и прагматика русских и арабских паремий с компонентом-наименованием родственных отношений: монография - Казань : Изд-во Казан.ун-та, 2012. - с.19)

ⁱⁱ Savenkova L. B. Negative comparison in the semantic structure of Russian pareomias // Philology and Culture. Philologyandculture / Kazan (Volga Region) Federal University (Kazan). - 2015. No. 2 (40). - p. 101. (Савенкова Л. Б. Отрицательное сравнение в семантической структуре русских паремий // Филология и культура. Philologyandculture

/ Казанский (Приволжский) федеральный университет (Казань). - 2015. № 2 (40). - С. 101.

ⁱⁱⁱ <https://www.igi-global.com/>

^{iv} Paremiology without borders. / Antonova, E.N.; Bredis, M.A.; Vladimirova, T.E.; Gishkayeva, L.N.; Ivanov, E.E.; Zinovieva, E.I.; Komova, D.D.; Lomakina, O.V.; Makarova, A.S.; Mokiyeenko, V.M.; Nelyubova, N.Yu.; Nikolayeva, Yelena Kairovna; Seliverstova, E.I.; Semenenko, N.N.; Fatkulina, F.G.; Khairulina, R.Kh.; Tsao, Ts. Moscow: Peoples' Friendship University of Russia, 2020. 244 p. (**Паремиология без границ.** / Антонова, Е.Н.; Бредис, М.А.; Владимирова, Т.Е.; Гишкаева, Л.Н.; Иванов, Е.Е.; Зиновьева, Е.И.; Комова, Д.Д.; Ломакина, О.В.; Макарова, А.С.; Мокиенко, В.М.; Нелюбова, Н.Ю.; Николаева, Елена Каировна; Селиверстова, Е.И.; Семененко, Н.Н.; Фаткулина, Ф.Г.; Хайрулина, Р.Х.; Цао, Ц. Москва : Российский университет дружбы народов, 2020. 244 стр.)

^v TosinaFernández, 2024URL: https://www.comares.com/libro/paremiology-in-the-digital-era_158084/Last visited: 19.02.2025

^{vi} Djusupov M.M Anthropocentric proverbs as a linguacontrastive and lingua-methodical problem // O‘zbekistonda xorijiy tillar. - 2022. - No. 5 (46). - pp. 40-42. (Джусупов М. Антропоцентрические пословицы как лингвоконтрастивная и лингвометодическая проблема // O‘zbekistonda xorijiy tillar. - 2022. - № 5 (46). - В. 40-42.)