

ДОНИШГОҲИ БАЙНАЛМИЛАЛИИ ЗАБОНҲОИ ХОРИҶИИ ТОҶИКИСТОН БА НОМИ СОТИМ УЛУҒЗОДА

ЖУРНАЛИСТИКА ВА СИЁСАТИ ИТТИЛООТӢ ДАР ШАРОИТИ ТАҲДИДҲОИ ГЛОБАЛИИ АМНИЯТИ РАҚАМӢ

МАВОДИ КОНФЕРЕНСИЯИ
БАЙНАЛМИЛАЛИИ ИЛМӢ-АМАЛӢ
14.05.2026, Душанбе



**ДОНИШГОҲИ БАЙНАЛМИЛАЛИИ ЗАБОНҲОИ ХОРИЧИИ
ТОҶИКИСТОН БА НОМИ СОТИМ УЛУҒЗОДА**

**МАҶМУАИ
МАВОДДИ КОНФЕРЕНСИЯИ БАЙНАЛМИЛАЛИИ ИЛМӢ-
АМАЛӢ ДАР МАВЗУИ «ЖУРНАЛИСТИКА ВА СИЁСАТИ
ИТТИЛООТӢ ДАР ШАРОИТИ ТАҲДИДӲОИ ГЛОБАЛИИ АМНИЯТИ
РАҚАМӢ»
(14-УМИ МАӢИ СОЛИ 2026)**

**СБОРНИК
МАТЕРИАЛОВ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ НА ТЕМУ «ЖУРНАЛИСТИКА И
ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ
УГРОЗ ЦИФРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ»
(14 МАЯ 2026)**

**COLLECTION
OF MATERIALS OF INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND
PRACTICAL CONFERENCE THE TOPIC «JOURNALISM AND
INFORMATION POLICY IN THE FACE OF GLOBAL THREATS OF
THE DIGITAL SECURITY»
(MAY 14, 2026)**

Душанбе – 2026

ТДУ 07 +327+6813 (063.3)
ТКБ 76 (12)+66.4+73 Тоҷ
М-49

Журналистика ва сиёсати иттилоотӣ дар шароити таҳдидҳои глобалии амнияти рақамӣ // Маҷмуаи маводди конференсияи байналмилалӣ илмӣ-амалӣ. – Душанбе: Матбааи «Лингвопарк»-и ДБЗХТ ба номи Сотим Улуғзода, 2026. – 412 с.

Мураттиб:

н.и.ф., дотсент Наврӯззода Д.С.

Ҳайати таҳририя:

н.и.ф., дотсент Азимова С.Н.

н.и.ф., м.к. Асрорзода И.А.

н.и.ф., м.к. Сайфиддинова Г.А.

м.к. Тоҷидинзода П.

Маҷмуа дар заминаи маводди илмӣ конференсияи байналмилалӣ дар мавзуи «Журналистика ва сиёсати иттилоотӣ дар шароити таҳдидҳои глобалии амнияти рақамӣ» омода гардидааст. Мавриди зикр аст, ки он ба ҷанбаҳои мухталифи масоили соҳаи журналистика, аз ҷумла, нақши журналистика дар ҳимояи арзишҳои миллӣ, саҳми журналистон дар ҳифзи амнияти иттилоотӣ, масъалаҳои омӯзиши журналистикаи муосир, саҳми рӯзноманигор дар муаррифии дастовардҳои соҳибистиклолӣ ва нақшу ҷойгоҳи журналистика дар шароити таҳдидҳои глобалии амнияти рақамӣ ихтисос дода шудааст. Маҷмуа барои донишмандони соҳа, муҳаққиқон, унвонҷӯён, докторантон, доктор PhD, магистрантҳо ва донишҷӯён пешниҳод мегардад.

Саҳеҳияти муҳтавои илмӣ, матн ва дурустии далелу иқтибос ба зиммаи муаллифони мақолаҳо мебошад. Андешаҳо ва хулосаҳои зикршуда, мавқеи шахсии муаллифониро инъикос мекунамд.

ISBN 978-9906-9939-4-4

©ДБЗХТ ба номи Сотим Улуғзода, 2026

ЖУРНАЛИСТИКА ЗА ГРАНЬЮ ЭКРАНА: ИММЕРСИВНОЕ ПОВЕСТВОВАНИЕ В ЦИФРОВОЙ ЭПОХЕ

Саидова М.,

Узбекского государственного университета мировых языков

В связи со стремительным внедрением иммерсивных технологий во все сферы жизни и необходимостью удовлетворения информационных потребностей современного общества ведутся научные исследования, направленные на совершенствование новых форматов и способов передачи информации. Интеграция форм общественного сознания в международные политические и социальные отношения, в сферы информационного обмена, в обеспечение устойчивого информационного развития, роль национальной

информационной политики, научное обоснование тенденций и концепций развития иммерсивных информационных технологий в этой сфере становятся всё более актуальными.

Цель иммерсивной журналистики – создать эффект получения контента в качестве участника, а не потребителя [7]. Создание символических эмоций и иллюзий в виде цифровых аватаров лежит в основе иммерсивной журналистики. Опыт «погружения» в журналистике совершенствуется с каждым годом [12,64-73]. На данный момент исследователи выделили *два формата* иммерсивной журналистики [6]: *первый* – это 360° видео, *второй* – VR-контент [21,1-18]. Если первая форма иммерсивной журналистики не обладает способностью полностью вовлекать аудиторию, то вторая, напротив, обладает эффектом погружения, заставляющим аудиторию «погружаться» в глубины контента. Тем не менее, первая форма набирает популярность в мировом медиапространстве и СМИ. То есть, опыт широкого использования формата 360° в журналистике широко распространён. Несмотря на совершенствование иммерсивных технологий, проблема эффектов остаётся актуальной. Если опираться на результаты зарубежных исследований в этой области, VR-информация как особая форма новостной коммуникации предъявляют особые требования к технологиям виртуальной реальности [21]. Поскольку этот феномен, как новая форма коммуникации, не имеет парадигм и правил дизайна, которые в иммерсивных разработках определённо себя исчерпали. Кроме того, отсутствие экрана как физического элемента в формате иммерсивной журналистики и появление интерактивных элементов полностью изменили представление об иммерсивных технологиях как о повествовательной структуре [20, 679 - 690].

В частности, исследователи полагают, что внедрение виртуальной реальности (VR) в журналистику негативно скажется на профессионализме журналистов. Например, существуют мнения, что при использовании VR-технологий искусственно создаваемая виртуальная среда может представлять собой заведомо отвлекающую (отключающую от реального мира) вымышленную точку зрения, что может подорвать способность доносить до аудитории точные и правдивые факты [19].

Анализ этапов производства иммерсивных новостей позволил спрогнозировать ряд специфических для отрасли проблем. Этот производственный процесс требует экспертных знаний специалиста, обладающего специальными знаниями в области 3D-моделирования и компьютерной анимации. В этом процессе обычным журналистам, имеющим опыт работы традиционными методами, следует сотрудничать со специалистами, обладающими богатым опытом в области технологий HCI или VR, чтобы лучше понять возможности технологий VR в создании иммерсивных новостей. Также важно провести дополнительные исследования, которые могли бы теоретически объяснить процесс работы с технологиями виртуальной реальности в коммуникационном и информационном производстве иммерсивной журналистики.

Рекомендованная исследователями шкала эмоций: *эмпатия, доверие, точность, эмоциональный отклик аудитории* – признана наиболее эффективным инструментом изучения иммерсивных медиа. Трёхэтапный процесс виртуальной реальности требует опыта специалиста, обладающего специальными знаниями в области моделирования и компьютерной анимации. Исходя из этого, можно сказать, что создание осмысленной реальности в контексте пространственно-временной среды и формирование доверия у пользователя к ней остаётся одной из задач иммерсивных сообщений в виртуальной реальности. Кроме того, беспрецедентное развитие и популяризация технологий виртуальной реальности не гарантируют отсутствия распространения предвзятой

информации в будущем. Как уже упоминалось в предыдущих главах, неопытность специалистов или, наоборот, опытных специалистов может использовать эти технологии в своих корыстных целях. Для предотвращения этого не разработано никаких решений по систематизации достоверной информации или её фильтрации.

Одна из задач информации в виртуальной реальности с эффектом погружения – создание осмысленной реальности в контексте времени и пространства, а также внушение доверия пользователю. Другая проблема: в отличие от контента, предоставляемого традиционными репортёрами, здесь нет возможности в полной мере использовать возможности воплощения реальности в ярких образах, то есть создания среды, в которой потребитель информации может не только видеть или слышать информацию, но и участвовать. Необходимо проявлять осторожность при создании новостей такого формата, иначе это исключит возможность донести до общественности правду и поставит под сомнение один из принципов журналистики – правдивость [11]. Учёными представлена разработка рекомендаций по информационному дизайну виртуальной реальности, которые легли в основу правил работы в иммерсивных технологиях для обеспечения одного из основополагающих принципов журналистики – правдивости [15].

Основной целью создания аудиовизуального VR-контента является компьютерное творчество, а технические инструменты играют важную роль в реализации эффекта погружения [4]. Более того, исследователи полагают, что навигация в интерактивной среде улучшает пользовательский опыт с точки зрения «партиципаторной» среды (присутствия) и погружения [16, 201-219]. При этом учёные подчёркивают, что учёт влияния VR-контента на аудиторию и эмоциональное состояние пользователя является крайне важной задачей. Эксперименты доказывают, что пользователи, чувствовали сильное эмоциональное сочувствие к происходящим VR-событиям [18]. В результате практических экспериментов были предложены теоретические основы этой задачи в виде критериев измерения эмоций [3].

Безопасность информации и инфраструктуры контента должна защищать от потенциальных неблагоприятных последствий, которые могут быть вызваны автором или пользователем контента [5,191]. Поскольку общественное сознание характеризуется постоянным влиянием местных или зарубежных средств массовой информации и различных источников информации [9, 77]. Механизмы и язык виртуальной реальности не всегда соответствуют принципам правдивости и прозрачности. Исследователи, основываясь на этнографических данных, выделили пять этапов в процессе создания онлайн-сообщений: наблюдение, фильтрация, редактирование, интерпретация и распространение [8]. Исследователь Уайт предложил назвать эти процессы «теорией привратника» (Gatekeeper theory) [18,383-390]. Функция «Gatekeeper» подразумевает сбор, анализ, обработку, форматирование и отправку огромного количества данных в СМИ (распространение их среди аудитории) [15,73]. Система «привратника» предполагает, что информация проходит процесс сортировки и фильтрации, прежде чем станет новостью, и только после этого она обрабатывается. По мнению другого исследователя, процесс обработки новостной информации должен быть основан на «теории привратника» [5]. Теория «привратника» координации информации используется на этапах интерпретации и распространения новостей [17], в целом, его предлагалось использовать на любой стадии процесса [3].

Иммерсивные медиа-технологии обладают широким спектром возможностей: скорость кадров, условия визуальной конверсии, трехмерное моделирование, опыт достижения физической и технологической гармонии открывают сложные формы,

программы видеоборудования и других средств. Использование VR-технологий в журналистике требует опыта, который сильно отличается от обычной информации, и ставит новые проблемы в отношении журналистского опыта и методов передачи контентов. Это связано с тем, что отсутствует единая система или инструкция, которым должны руководствоваться специалисты по созданию информации, обладающей иммунитетом медийной грамотности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Bass, A. Refining the «gatekeeper» concept: a UN radio case study. *Journal Q.* – 1969. – 46. - с. 69-72.
2. Donohue G.A., Tichenor P.J., Olien C.N. Darvozani saqlash: ommaviy axborot vositalari tizimlari va axborot nazorati. Kitobda: Ommaviy kommunikatsiya tadqiqotlarining hozirgi istiqbollari. Nashriyotchi: Sage, muharrirlar: Kline F., Donohue Gerald, Tichenor Phillip J. - 1972. - 41. - 70 c.
3. Jennett C., Cox A.L., Cairns P., Dhoparee, S., Epps A. Measuring and defining the experience of immersion in games. *Int J Hum-Comp Stud.*- 2008.- 66(9). - с. 641- 661.
4. McGloin R., Farrar K., Fishlock J. Triple whammy violent games and violent controllers. *J Commun.* - 2015. –65. - с. 280-299.
5. Mo‘minov F., Barotov Sh.Ochiq axborot tizimlarida axborot-psixologik xavfsizlik. T.: Yangi avlod. - 2013. – 191c.
6. Nielsen S., Sheets P. Virtual hype meets reality: users’ perception of immersive journalism.*Journalism.*-2019.–с.1-17. <https://doi.org/10.1177/1464884919869399>
7. Penya N.D.L., Veyl P., Lobera Dj., Spanlang B., Fridman D., Sanches-Vives M.V., Sleyter M. Immersivnaya jurnalistika: immersivnaya virtualnaya realnost dlya prosmotra novostey ot pervogo litsa. *Prisutstviye Teleop Virt.* - 2010. - 19 (4). – с. 291-301.
8. Peterson S. Domingo D. Making online news: the ethnography of new media production. *Mediekultur J Med Commu Res* 24 (45). - 2008.
9. Qosimova N., Toshpo‘latova N., Shofayziyeva N., Muratova N.Bosma OAV tahririyatlari uchun o‘quv qo‘llanma. Toshkent. – 2008. – 77 c..
10. Reese S.D., Ballinger J. The roots of a sociology of news: remembering Mr. gates and social control in the newsroom. *J Mass Commun Q.* – 2001. - 78 (4). - с. 641-658.
11. Reis A.B., Coelho AFVCC. Virtual reality and journalism. *Digit Journal.* – 2018. - 6 (8). – с. 1090-1100.
12. Shin D. Empathy and embodied experience in virtual environment: To what extent can virtual reality simulate empathy and embodied experience? *Comput Hum Behav.* – 2018. - 78. – с. 64-73;
13. Shin D., Biokka F. Izucheniye immersivnogo opyta v jurnalistike. *New Media Soc.* - 2028. - 20 (8).
14. Shoemaker P.J., Vos T.P. Gatekeeping theory. Routledge. - New York, 2009. – 73 c.
15. Sirkkunen E., Vyayataya X., Uskali T., Rezai P.P. Jurnalistika v virtualnoy realnosti: vozmojnosti i budushiye issledovatel’skiye zadachi. V: *Materialy 20-y Mejdunarodnoy akademicheskoy konferensii Mindtrek.* - 2016. – с. 297-303.
16. Slater M., Usoh M., Steed. Taking steps: the influence of a walking technique on presence in virtual reality. *ACM Trans Comp-Hum Interact.* – 1995. - 2. -

- p. 201-219.
17. White A. The 5 Principles of Ethical Journalism. Retrieved February 4th, 2020 from <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.html>. «Privratnik»: tematicheskoye issledovaniye po vyboru novostey. Jurnal Q 27. – 1950. - 4. – p. 383-390.
 18. Ибраева Г.Ж. Иммерсивная журналистика как новая цифровая платформа медиакommunikации // Вестник КазНУ, серия Журналистика.- № 3.- 2017,1(1). <https://www.kaznu.kz/content/files/pages/20.pdf>.
 19. Лоус А., Утне Т. Этические принципы иммерсивной журналистики. FrontRobotAI6. – 2019. - 28. – с.1-13. <https://doi.org/10.3389/frobt.2019.00028> (murojaat sanasi: 29.03.2023)
 20. Харди Г. М. Иммерсивная журналистика и виртуальная реальность: четыре теоретических направления исследований структуры нарративного дизайна: мат. межд. конф. по виртуальной, дополненной и смешанной реальности. - 2016. – с.679 - 690.
 21. Харди Г.М., Мак Махан Р.П. Фиджи: основа для пересечения погружения и журналистики. Границы ИКТ. – 2017. - 4. – с.1-18.

ЖУРНАЛИСТИКА ЗА ГРАНЬЮ ЭКРАНА: ИММЕРСИВНОЕ ПОВЕСТВОВАНИЕ В ЦИФРОВОЙ ЭПОХЕ

Аннотация. В данной научной статье анализируются инновационные подходы к созданию и потреблению новостного контента, такие как виртуальная реальность (VR), дополненная реальность (AR) и 360-градусное видео, и их потенциал для углубления понимания и вовлеченности аудитории. Статья рассматривает, как иммерсивные технологии меняют традиционные нарративные структуры, позволяя журналистам создавать более глубокие и эмоционально насыщенные истории. Особое внимание уделяется этическим вызовам и методологическим особенностям, связанным с применением этих передовых инструментов.

Ключевые слова: иммерсивная журналистика, VR технологии, журналистика погружения, виртуальная реальность, цифровые медиа технологии.

JOURNALISM BEYOND THE SCREEN: IMMERSIVE STORYTELLING IN THE DIGITAL AGE

Annotation. This research paper analyzes innovative approaches to news content creation and consumption, such as virtual reality (VR), augmented reality (AR), and 360-degree video, and their potential to deepen audience understanding and engagement. It examines how immersive technologies are challenging traditional narrative structures, enabling journalists to create deeper and more emotionally charged stories. Particular attention is paid to the ethical challenges and methodological considerations associated with the use of these cutting-edge tools.

Keywords: immersive journalism, VR technology, immersive journalism, virtual reality, digital media technologies.

РЎЗНОМАНИГОРЇ БЕРУН АЗ ЭКРАН: ҚИССАГЎИИ ФАРОГИР ДАР АСРИ РАҚАМЇ

Аннотатсия. Ин мақолаи тадқиқотӣ равишҳои инноватсионии эҷод ва истеъмоли мундариҷаи ахбор, аз қабилӣ воқеияти виртуалӣ (VR), воқеияти афзоянда (AR) ва видеои 360 дараҷа ва потенциали онҳоро барои баланд бардоштани фаҳмиш ва ҷалби

шунавандагон баррасӣ мекунад. Ин мақола таҳлил мекунад, ки чӣ гуна технологияҳои фарогир сохторҳои анъанавиро тағйир дода, ба рӯзноманигорон имкон медиҳанд, то ҳикояҳои амиқтар ва эҳсосоти пурқувват эҷод кунанд. Диққати махсус ба мушкилоти ахлоқӣ ва мулоҳизаҳои методологии марбут ба истифодаи ин абзорҳои пешрафта дода мешавад.

Калидвожаҳо: журналистикаи фарогир, технологияҳои VR, журналистикаи фарогир, воқеияти виртуалӣ, технологияҳои расонаҳои рақамӣ.

Маълумот дар бораи муаллиф: Саидова Мухайё, доктори фалсафа (PhD), дотсенти кафедраи хизматрасонии иттилоотӣ ва робита бо ҷомеа Донишгоҳи давлатии забонҳои ҷаҳонии Ўзбекистон, Ҷумҳурии Ўзбекистон, шаҳри Тошканд. тел.: +998998226891. E-mail: saidovajournalist@gmail.com.

Сведения об авторе: Мухайё Саидова, доктор философии (PhD), доцент кафедры Информационных служб и связей с общественностью Узбекского государственного университета мировых языков Республика Узбекистан, г. Ташкент. тел.: +998998226891. E-mail: saidovajournalist@gmail.com.

Information about the author: Mukhayo Saidova, doctor of Philosophy (PhD), Associate Professor, Department of Information Services and Public Relations Uzbek State University of World Languages Republic of Uzbekistan, Tashkent city. phone: +998998226891. E-mail: saidovajournalist@gmail.com.

МУНДАРИҶА

Сухани ифтидоӣ ректори Донишгоҳи байналмилалӣ забонҳои хориҷии Тоҷикистон ба номи Сотим Улуғзода, доктори илмҳои филологӣ, профессор Гулназарзода Жило Бурӣ	3-7
Наргис Қосимова. Фактчекинг ва саводнокии ВАО ҳамчун воситаи муассири ҳифзи амнияти иттилоотӣ дар шароити ҷаҳонишавӣ.....	7-13
Ҳошимзода Бахтиёр Ҳошим. Ояндаи журналистика дар ҳамзистии инсон ва технологияҳои зеҳнӣ	13-17
Ҳамидиён Илҳомҷон Иномзода. Масъалаҳои инъикоси фаъолияти мақомоти ҳифзи ҳуқуқи Тоҷикистон дар васоити электронии ахбор: мушкилот, механизмҳо ва дурнамо	17-34
Муллоев Шариф Бокқиевич. Искусственный интеллект в современной медиасфере: направления применения и профессиональные вызовы	34-39
Салихов Нуралӣ Назарович. Трансформация медиасистемы Республики Таджикистан в период государственной независимости	93-46
Садуллаев Чамшед Муллокомилевич. От симулякра беспристрастности к феномену «авторизма»: концепция гибридной субъектности в медиа эпохи искусственного интеллекта	46-53
Гулов Сангин Нурович, Хушдил Раҳимҷон. Меъёрҳои ахлоқи касбӣ ва муҳимияти онҳо дар замони муосир	54-59
Ахмедова Малика Муҳаммадовна. Медиадискурс радикализма в системе информационной безопасности: цифровые стратегии, риски и механизмы противодействия.....	59-68
Азимова Сайёра. Ҷавонон ва ҳифзи амнияти иттилоотӣ.....	68-72
Мансурӣ Бибимарям Сайдулло. Ташаккул ва типологияи Агентии иттилоотӣ дар низомии ВАО-и Ҷумҳурии Тоҷикистон: Таҳқиқи назарӣ ва эмпирикӣ	72-79
Султонхайдаров Нуриддин Хонқулиевич. Ҳувияти миллӣ дар замони технологияи рақамӣ ва зеҳни сунъӣ: таҳдидҳо ва имкониятҳо	80-86
Усманова Наргис Кучаровна, Қувватзода Маҳвашбону Абдурауф. Истифодаи “зеҳни сунъӣ” дар журналистика: мушкилот ва дурнамо	86-93
Абдулло Далер Абдулло. Амнияти иттилоотӣ, сиёсинамоии журналистика ва муқовимати идеологӣ: мазмун, моҳият ва хусусият	94-104
Асрорзода Ифтихор Асрор. Зарурати гузариш ба низомии электронии ҳуҷҷатнигорӣ ва аҳамияти татбиқи он дар шароити вусъати бахши идорӣ.....	105-109
Сайфиддинова Гулҷеҳра Азимовна, Тоҷиддинзода Парвина. Аҳамият ва имкониятҳои зеҳни сунъӣ дар рушди журналистикаи тоҷик.....	109-117
Абдуллаева Умида Алӣ. Цифровая журналистика в системе современного образования: проблемы интеграции и векторы развития	117-122
Абунасрзода Абдурозиқ Мардонӣ. Журналистикаи муосир ва амнияти иттилоотӣ: бартарӣ дар суръат ва ё сифат?	122-128

Ҳомидҷонова Муқаддас Ҳакимҷоновна. Таҳлили таъсири зеҳни сунъӣ ба Воситаҳои ахбори омма дар Тоҷикистон.....	129-133
Қаландарзода Абдукарим Шералӣ, Худойбердиева Зулола Қурбоновна. Асосҳои назариявӣ ва методологии таъмини амнияти иттилоотӣ дар шароити рушди ҷомеаи рақамӣ	134-137
Сафарзода Сабоҳат. Нақши журналистика дар ҳифзи амнияти иттилоотӣ дар шароити ҷаҳонишавӣ.....	137-145
Муқимов Муҳаммадӣ Аминович. Расонаҳо ва ҳифзи амнияти иттилоотӣ.....	145-152
Зулфиддин Муъминҷонов. Аҳаммият ва имкониятҳои зеҳни сунъӣ дар ташаккули журналистикаи телевизиони соҳавӣ	152-158
Сафарзода Хуршед Ҳайдар, Ғаффорзода Абдучаббор Саттор. Ҷаҳонишавӣ ва инъикоси мавқеи Тоҷикистон дар матбуоти даврӣ	158-165
Мирзода Зулфия. Истифодаи зеҳни сунъӣ дар таҳияи матни барномаҳои телевизионӣ	165-173
Эшматов Зафарҷон Аскаревич. Омилҳои рақобатпазирии шабакаҳои телевизионӣ дар шароити рақамигардонӣ (таъсири интернет, шабакаҳои иҷтимоӣ ва зеҳни сунъӣ).....	173-177
Ҳакимзода Раҳим Карим. Анализ предпосылок изменения практик сбора и распространения информации в контексте развития цифровых технологий на Телеканалах Таджикистана	177-187
Сафар Файзуллоҷон Гурезода. Усули инноватсионии пешгирӣ аз таҳдидҳои муносири амнияти иттилоотӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ бо истифода аз зеҳни сунъӣ	188-196
Муҳайё Саидова. Журналистика за гранью экрана: иммерсивное повествование в цифровой эпохе.....	196-201
Суҳробӣ Мирзоалӣ. Журналистикаи байналхалқӣ дар асри электронӣ.	201-2026
Ҳабибзода Барно Неъмат. Роҳу воситаҳои муосир ва муассири фаъолияти журналисти радио дар мавҷи FM	207-218
Қосимова Лайло Тоирҷоновна, Батенкова Елена Викторовна. Практическая специфика работы журналистов под влиянием ИИ и интернета	218-223
Марупов Чамшед Баҳромович. Трансформация социальных сетей в цифровой медиасреде Таджикистана: роль фактчекинга в противодействии дезинформации	223-227
Хидирова Шохсанам Ғиёсиддиновна. Взаимосвязь между журналистикой данных и искусственным интеллектом: проблемы и решения	227-238
Худойдоди Ислоҳ. Таҳлили мавзӯӣ ва мундариҷавии паҳши барномаҳои телевизиони «Кӯлоб» дар шабакаҳои иҷтимоӣ.....	238-253
Маликзода Исмоил Сайнуриддин. Матбуоти анъанавӣ дар муҳити рақамӣ: вазъ ва дурнамо	253-260
Шоҳфайззода Баҳруллоҳ Маҳмадшариф. Шаклҳои чандрасонаии паҳши мавод дар саҳифаҳои шабакаҳои иҷтимоии Радиои “Тоҷикистон”	260-265

Раҳмонова Нигина Бобохоновна. Дурнамои журналистика дар якҷоягии инсон ва технологияҳои зеҳни сунӣ	265-272
Олимиён Сабрина Шамсулло. Нақши расонаҳои миллӣ дар ҳифз ва густариши арзишҳои маънавию фарҳангӣ	272-276
Абдурахмонова Муниса Мақсудҷонова. Digital journalism as a tool for developing students' critical thinking	276-284
Муродӣ Мурод Бердӣ. Публицистика ва ҷойгоҳи он дар низоми илм ва адабиёт	284-294
Шарифзода Қироншоҳ. Меъёрҳои ҳуқуқии дастрасӣ ба иттилоот дар Тоҷикистон	294-303
Сафарзода Хуршед Ҳайдар, Наврӯззода Доро Сухробҷон. Отражение мировых и внутренних событий в таджикской периодической печати (на примере газеты «Чумхурият» и «Садои Мардум»)	304-313
Саидзода Шодонаи Иброҳим. Дискурс социально - экономического положения молодежи в медиаконтенте Телеканала «Таджикистан»	313-230
Бобоҷонова Мутриба Султоновна. Ҷанбаҳои ҳуқуқӣ ва ахлоқии дастрасӣ ба иттилоот дар фаъолияти журналистӣ	230-234
Расулзода Комрон Бахтиёр. Санадҳои меъёрӣ-ҳуқуқии Ҷумҳурии Тоҷикистон оид ба дастрасии иттилоот дар соҳаи сайёҳӣ	234-330
Зикиряева Муҳиба. Матбуот – равшанӣ ба сӯи тамаддуни ҷаҳонӣ ва адабиёти рус	330-335
Кучарова Насиба Аламхоновна. Инъикоси арзишҳои фарҳангии маънавии НБО-и Роғун дар матбуоти даврӣ	335-341
Нарзуллозода Исматуллои Ҳабибулло. Таҳқиқи тамоюлҳои рушди телевизиони кӯдакону наврасон дар Тоҷикистон дар шароити таҳаввули иҷтимоӣ фарҳангии даврони Истиқлоли давлатӣ	341-349
Яқубова Маҳина Маҳмадҷабовна, Саидов Алишер Тағоевич. Развитие таджикской журналистики в условиях цифровой среды (на примере сайтов «Вечёрка» и «Азия-плюс»)	350-355
Зикиряева Муҳиба, Парвона Солиева. Инъикоси масоили ҳунармандӣ ва эҳёи суннатҳои миллӣ дар рӯзномаи «Ҷумҳурият»	355-359
Мирзоева Мавзуна Аҳмадовна. Ҷойгоҳи тревел-журналистика дар фазои иттилоотии кишвар	359-362
Муъминҷонов Фаромуз Зулфиддинович. Таҳлили комплекси хусусиятҳои вазифавии телевизионҳои соҳавӣ дар заминаи шакливазкунии фазои иттилоотии муосир	362-368
Зарипова Малика Маруфҷонова. Современные подходы к подготовке и переподготовке журналистских кадров для системы цифрового образования	369-374
Ёрхонов Муҳиддин Маҳмаддодовович. Ҷойгоҳи барномаҳои Телевизиони «Илм ва табиат» дар зернизоми коммуникатсияи илмӣ ва маориф дар Тоҷикистон	374-383
Исмоилзода Саиднуриддин Исмоил. Ахлоқ ва масъулияти иҷтимоии журналистика дар ҷаҳони муосир дар мисоли нашрияҳои таълимии бачагонаи Британияи Кабир	383-388

Абдуллоева Адиба Негматовна. Паҳши мустақими телевизионӣ ҳамчун фазои ташаккули муколамаи ҷамъиятӣ оид ба масоили мубрами ҷомеа	388-400
Раҳмонова Фарзона Ҳамидовна. Ташаккули ҳувияти миллӣ тавассути барномаҳои сиёсии телевизионҳои маҳаллии Хатлон	400-403
Абдувалиева Шоира Бахтиёровна. Марҳилаҳои ташаккул, рушди ШТР СМ-1 ва ҷойгоҳи он дар низоми ВАО-и кишвар	403-408