



**Received:** April 27, 2025  
**Accepted:** June 23, 2025  
**Available online:** June 25, 2025

## **Beruniy Alimov**

Filologiya fanlari doktori (DSc), dotsent  
Yangi media ta'lim markazi  
Toshkent, O'zbekiston

### **SUN'IY INTELLEKTNING JURNALISTIKADAGI ROLI VA ISTIQBOLLARI**

#### **ANNOTATSIYA**

Ushbu maqolada sun'iy intellekt (SI) texnologiyalarining zamonaviy jurnalistikadagi o'рни, ta'sir doirasi va istiqbollari ilmiy tahlil qilinadi. Tadqiqotning asosiy maqsadi – O'zbekiston va jahon jurnalistikasi misolida SI texnologiyalarining ijodiy, texnik va axloqiy aspektlarini aniqlash, ularning media muhitdagi transformatsion rolini baholashdan iborat. Maqolada raqamli kommunikatsiyalar rivojlanishi natijasida paydo bo'lgan yangi tendensiyalar, kontent ishlab chiqarishdagi avtomatlashtirish jarayonlari, faktcheking, mualliflik huquqi va etik me'yorlar bilan bog'liq masalalar yoritilgan.

Jurnalistikada SIning texnik va kreativ salohiyatidan foydalanish muhim masalalardan biri. Nafaqat oddiy xabar matnlari, balki chuqur tahliliy hamda ilmiy maqolalar, foto, video va audio materiallar, infografika, longridlar ham yaratilmoqda. O'tgan davr mobaynida sun'iy idrok ishtirokida ishlangan media kontentlar milliy axborot makonimizga kirib keldi va unda mustahkam o'rin egallayotgani hech kimga sir emas. Demak, mahalliy OAV SIning generativ imkoniyatlaridan keng foydalanmoqda. Ayni paytda SI varaqalar chiqarmoqda, press-relizlar yozmoqda, hatto gazetalarni tayyorlayapti. Gazetalarning tahliliy kontentida zarur grafikalar ham qilinayapti. Ayrim tahririyatlar gazeta maketini SI da chizmoqda. Rasmlar va turli infografikalar tayyorlashyapti.

Tadqiqot davomida kontent-analiz, komparativ va sistematik tahlil metodlari qo'llanildi. Ushbu yondashuvlar orqali jurnalistikada SI

## **Beruniy Alimov**

Associate Professor, Doctor of Sciences in Philology (DSc)  
New Media Education Center  
Tashkent, Uzbekistan  
E-mail: beruniyalimov@gmail.com  
ORCID iD: 0000-0001-5764-6572

### **THE ROLE AND PROSPECTS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN JOURNALISM**

#### **ABSTRACT**

This article provides a scientific analysis of the role, scope, and prospects of artificial intelligence (AI) technologies in modern journalism. The main purpose of the study is to examine the creative, technical, and ethical aspects of AI technologies through the examples of Uzbek and global journalism, and to assess their transformative role in the media environment. The article highlights new trends emerging from the development of digital communications, automation processes in content production, as well as issues related to fact-checking, copyright, and ethical standards.

One of the key issues in journalism today is the effective use of the technical and creative potential of artificial intelligence (AI). Not only simple news articles but also in-depth analytical and scientific papers, as well as photo, video, and audio materials, infographics, and longreads are now being produced with AI assistance. Over the past period, media content created with the involvement of artificial intelligence has entered our national information space and is steadily gaining a firm position there. This clearly shows that local media outlets are actively utilizing the generative capabilities of AI. At present, AI is producing pages, writing press releases, and even preparing newspapers. Necessary graphics are being created for analytical content, and some editorial offices are designing newspaper layouts using AI. It is also being used to produce images and various types of infographics.

The research employs content analysis,

vositalarining qo'llanish darajasi, ularning samaradorlik va xavf omillari aniqlangan. Natijalar shuni ko'rsatadiki, sun'iy intellekt jurnalistikaning texnik jarayonlarini yengillashtiradi, tahliliy fikrlashni chuqurlashtiradi va ommaviy axborot vositalarining tezkorligini oshiradi. Shu bilan birga, axborot manipulyatsiyasi, algoritmik xatolik va mualliflik mas'uliyatining so'nishi kabi xavflarni ham yuzaga keltiradi.

Maqolada, shuningdek, sun'iy intellektning jurnalistik ta'lim, radio va televideniye, internet OAV hamda PR sohalaridagi tatbiqi, shuningdek, O'zbekiston jurnalistikasi misolida milliy media tizimining global raqamli jarayonlarga integratsiyalashuvi ilmiy asosda tahlil etilgan. Xulosa sifatida, jurnalistikada sun'iy intellektdan foydalanish inson tafakkurini almashtirish emas, balki uni kuchaytirish, ijodiy va ijtimoiy mas'uliyatni oshirish vositasi sifatida ko'rilishi kerak degan g'oya ilgari suriladi.

**Kalit so'zlar:** Sun'iy intellekt, jurnalistika, media transformatsiya, kontent-analiz, etik me'yorlar, axborot xavfsizligi, generativ AI, kreativlik, faktcheking, O'zbekiston media tizimi.

comparative analysis, and systematic methods. These approaches made it possible to determine the level of application of AI tools in journalism, as well as their efficiency and risk factors. The findings show that artificial intelligence simplifies the technical processes of journalism, deepens analytical thinking, and increases the responsiveness of mass media. At the same time, it also introduces risks such as information manipulation, algorithmic errors, and the erosion of authorial responsibility.

The article also explores the application of artificial intelligence in journalism education, radio and television broadcasting, online media, and public relations, and provides a scientific analysis of the integration of Uzbekistan's national media system into global digital processes. In conclusion, the study argues that the use of artificial intelligence in journalism should not be viewed as a replacement for human intellect, but rather as a tool for its enhancement – aimed at fostering creativity, analytical depth, and social responsibility.

**Key words:** Artificial intelligence, journalism, media transformation, content analysis, ethical standards, information security, generative AI, creativity, fact-checking, Uzbekistan media system.

## KIRISH

XXI asrda axborot oqimi tezligi va miqyosi insoniyat tarixida misli ko'rilmagan darajaga yetdi. Har bir soniyada millionlab yangiliklar, postlar, video va podkastlar global tarmoqlarda tarqalmoqda. Shu jarayonda inson tafakkurining o'zi bu axborot hajmini boshqarishga qiynalmoqda. Natijada insoniyat yangi sherik – **sun'iy intellekt (SI)** texnologiyalarini yaratdi va u orqali axborotni qayta ishlash, tahlil qilish hamda uzatish mexanizmlarini tubdan o'zgartirdi.

Sun'iy intellekt endilikda nafaqat iqtisodiyot, sog'liqni saqlash yoki ta'limda, balki jurnalistika sohasida ham inqilobiy o'zgarishlar manbaiga aylandi. U xabar yaratish, tahrir qilish, tahlil qilish va tarqatish jarayonlarining ajralmas qismiga aylandi. Shu ma'noda, jurnalistika yangi bosqich – **“intellektual media”** bosqichiga o'tdi. Bu bosqichda jurnalist va algoritm o'rtasidagi hamkorlik ijtimoiy kommunikatsiyaning yangi shaklini vujudga keltirmoqda.

O'zbekiston Respublikasida **“Raqamli O'zbekiston – 2030”** strategiyasi doirasida axborot texnologiyalarini, jumladan sun'iy intellektni rivojlantirish ustuvor yo'nalishlardan biri sifatida belgilangan. 2021-yilda qabul qilingan **“Sun'iy intellektni 2030-yilgacha rivojlantirish strategiyasi”** ushbu yo'nalishda davlat siyosatining asosiy yo'nalishlarini belgilab berdi. Mazkur hujjat O'zbekiston jurnalistikasining global raqamli transformatsiya jarayonlariga faol integratsiyalashuvi uchun huquqiy

va institutsional asos yaratdi.

So‘nggi yillarda “AI journalism”, “automated storytelling”, “generative content” kabi terminlar ilmiy adabiyotlarda tez-tez uchramoqda. Ularning barchasi bir jihatni – jurnalistik faoliyatda mashinalar ishtirokining ortib borayotganini ko‘rsatadi. Masalan, *Associated Press* byurosi sport va moliya yangiliklarini avtomatik generatsiya qiluvchi modellar yordamida ishlab chiqmoqda. *Reuters* agentligi esa sun‘iy intellektidan foto va video tahlilida, matnni sarlavhalashda foydalanadi. Shu kabi tajribalar jurnalist mehnatini yengillashtirib, inson resursini tahliliy va ijtimoiy tadqiqotlarga yo‘naltirish imkonini bermoqda.

O‘zbekiston jurnalistikasi uchun bu yo‘nalish endigina shakllanayotgan bo‘lsa-da, istiqboli nihoyatda katta. Mahalliy OAVlarda, jumladan “O‘zbekiston matbuoti”, “Mash‘al”, “Jadid”, “Daryo.uz” va “Gazeta.uz” kabi nashrlarda SI vositalaridan amaliy foydalanish tajribalari paydo bo‘lmoqda. ChatGPT kabi dasturlardan sarlavha yaratish, maqola qismlarini tuzish, fakt tekshirishda foydalanish keng tarqalmoqda. Shu bilan birga, O‘zbekiston jurnalistikasi o‘zining milliy xususiyatlari, til, uslub va madaniy konteksti sababli AI vositalarini **mahalliyashtirish** masalasi bilan ham yuzlashmoqda.

Biroq bu transformatsiya jarayoni faqat imkoniyatlardan iborat emas. SI jurnalistikada etik muammolar, mualliflik huquqi, faktcheking, axborot xavfsizligi va algoritmik xolislik kabi yangi chaqiriqlarni ham keltirib chiqarmoqda. Dunyo bo‘yicha AI texnologiyalarining “nazoratsiz ishlatilishi” bilan bog‘liq xavflar haqida *C. O’Neil* (2016), *N. Bostrom* (2014) va *S. Zuboff* (2019) o‘z asarlarida jiddiy ogohlantirishlar bergan. Bu muammolar O‘zbekiston kontekstida ham dolzarb, chunki jurnalistikada AI vositalari nazoratsiz qo‘llanilsa, bu jamiyatdagi ishonch tizimini zaiflashtiradi.

Ilmiy adabiyotlarda SI jurnalistikadagi o‘rniga doir yondashuvlar turlicha. Ba’zi mualliflar [Brynjolfsson & McAfee, 2014; Carlson, 2018] uni ishlab chiqarish vositasi deb qaraydi; boshqalar esa [Alimov, 2025; Kovač & Eberwein, 2023] uni ijodiy sherik sifatida talqin etadi. Biroq har ikkala yondashuvning umumiy xulosasi shuki – SI jurnalistikani o‘zgartirmoqda va bu o‘zgarish nafaqat texnologik, balki falsafiy tusga ega.

Mazkur maqolaning maqsadi – sun‘iy intellektning jurnalistikadagi roli, imkoniyatlari va istiqbollari O‘zbekiston va jahon tajribasi asosida ilmiy tahlil qilish, SI vositalarining ijodiy, axloqiy va texnik aspektlarini yoritish, shuningdek, media tizimida yuzaga kelayotgan yangi tendensiyalarni aniqlashdan iborat.

Tadqiqotning dolzarbligi shundaki, jurnalistika XXI asrda faqat matn va axborot uzatish faoliyati emas, balki raqamli algoritmlar bilan hamkorlikdagi murakkab tizimga aylandi. Shu sababli, sun‘iy intellektni jurnalistik amaliyotning ajralmas qismi sifatida o‘rganish ilmiy zaruratga aylandi.

## TADQIQOT METODLARI

Maqolada sun‘iy intellektning jurnalistikadagi o‘rni va istiqbollari ko‘p darajali metodologik yondashuv asosida tahlil qilindi. Tadqiqot natijalarining ishonchliligi ni ta’minlash maqsadida quyidagi metodlar qo‘llanildi: kontent-analiz, komparativ

tahlil, sistemali yondashuv, empirik kuzatuv va nazariy induksiya.

### **1. Kontent-analiz**

Birinchi bosqichda xalqaro va mahalliy ommaviy axborot vositalarining SI bilan bog'liq faoliyati o'rganildi. "BBC", "Reuters", "The Guardian", "The New York Times", shuningdek "O'zbekiston matbuoti", "Mash'al" va "Daryo.uz" nashrlarining 2023–2025-yillardagi raqamli kontenti tahlil qilindi. Maqsad – SI vositalarining jurnalistik materiallarda qanday ishlatilayotganini aniqlash edi. Natijada, AI vositalari eng ko'p uchraydigan yo'nalishlar: avtomatik sarlavha yaratish, xabarlarini qayta yozish, ma'lumotlarni strukturaviy tahlil qilish va multimedia kontent tayyorlash ekanligi aniqlandi.

### **2. Komparativ (taqqoslov) tahlil**

Ikkinchi bosqichda O'zbekiston tajribasi AQSh, Germaniya, Xitoy va Janubiy Koreya OAVlari bilan taqqoslandi. Bu yondashuv orqali O'zbekiston jurnalistikasi SI texnologiyalarini joriy etish darajasi, infratuzilma va professional tayyorgarlik jihatidan xalqaro standartlarga nisbatan qayerda turganini aniqlash imkoni tug'ildi. Masalan, Janubiy Koreyada 2024-yilda "YTN AI Anchor" loyihasi orqali virtual boshlovchilar joriy etilgan bo'lsa, O'zbekistonda 2025-yilda "O'zbekiston 24" telekanalida shunga o'xshash eksperimentlar sinovdan o'tkazilmoqda.

### **3. Sistemali yondashuv**

Sun'iy intellekti jurnalistik tizim sifatida tahlil qilish uchun sistemali yondashuv tanlandi. Unda jurnalistikani texnologik, ijtimoiy, madaniy va axloqiy subsistemalardan tashkil topgan murakkab tizim sifatida ko'rish mumkin. SI bu tizimning texnik subsistemi sifatida axborot oqimini tezlashtiradi, lekin ijtimoiy va axloqiy subsistemalar bilan o'zaro ta'sirga kirishadi. Shu tarzda, SI jurnalistikani faqat vosita sifatida emas, balki yangi ijtimoiy hodisa sifatida qayta shakllantiradi.

### **4. Empirik kuzatuv**

Amaliy bosqichda O'zbekistonning 25 ta tahririyatida jurnalistlar va muharrirlar o'rtasida so'rov o'tkazildi. Natijada, ularning 68 foizi sun'iy intellektdan matnni tahrir qilishda, 54 foizi ma'lumot izlashda, 27 foizi esa kontent g'oyalarini yaratishda foydalanayotganini bildirdi. Shu bilan birga, faqat 18 foiz jurnalist AI vositalarini etik jihatdan to'liq o'zlashtirganini aytgan. Bu raqamlar O'zbekistonda "AI-savodxonlik"ni oshirish dolzarb vazifa ekanini ko'rsatadi.

### **5. Nazariy induksiya va deduksiya**

Nazariy jihatdan maqola B. Alimov (2025), F. Marconi (2020), va K.F. Lee (2018) kabi olimlarning ishlariga tayanadi. Induktiv yondashuv asosida O'zbekiston tajribasidan umumiy ilmiy xulosalar chiqarildi; deduktiv yondashuv orqali esa global nazariy modellarning mahalliy amaliyotga tatbiq etilishi tahlil qilindi. Shu orqali maqolada jurnalistikadagi SI integratsiyasi tizimli va uzviy jarayon sifatida asoslab berildi.

### **NATIJALAR**

Olib borilgan tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, sun'iy intellekt (SI) jurnalistikada uch asosiy darajada o'z ta'sirini namoyon qilmoqda:

1. **Texnik darajada** — ishlab chiqarish jarayonini avtomatlashtirish orqali;

2. **Ijodiy darajada** — kontent yaratish, tahlil va dizaynni soddalashtirish orqali;

3. **Axloqiy darajada** — ishonch, mualliflik va mas’uliyat me’yorlarini qayta shakllantirish orqali.

Ushbu natijalar nafaqat nazariy, balki amaliy kuzatuvlar bilan ham asoslangan bo‘lib, O‘zbekiston va xorijiy OAV tajribalari qiyosiy tahlili orqali olingan.

### 1. Sun’iy intellekt jurnalistik faoliyatni avtomatlashtirmoqda

So‘nggi yillarda jahon OAVlarida SI texnologiyalari asosida ishlab chiqilgan avtomatik yangilik tizimlari keng qo‘llanilmoqda. Masalan, “Associated Press” kompaniyasi moliyaviy hisobotlarni avtomatik tarzda yaratadigan **Wordsmith** dasturini 2014-yildan beri qo‘llab kelmoqda. “Reuters” agentligi esa **Lynx Insight** tizimi yordamida ma’lumotlarni tahlil qilib, jurnalistlarga tavsiya maqolalar tayyorlaydi [Marconi, 2020].

O‘zbekiston tajribasida esa so‘nggi ikki yil ichida “Daryo.uz” tahririyati **GPT-4** modellari asosida qisqartirilgan yangiliklar bo‘limini sinovdan o‘tkazdi, “Gazeta.uz” portalida esa AI yordamida sarlavha optimallashtirish algoritmlari joriy qilindi. Shuningdek, “O‘zbekiston 24” telekanalining “AI Yangiliklar” loyihasi orqali ayrim dasturlar uchun sun’iy boshlovchilar sinov tariqasida ishlatilmoqda.

Bu tajribalar O‘zbekiston jurnalistikasida AI texnologiyalarining amaliy integratsiyasi boshlanganini ko‘rsatadi. Biroq ular hali ham inson nazoratisiz to‘liq ishlash bosqichiga yetmagan. Maqolalar, postlar va podkastlar uchun g‘oyalar yaratishda AI yordamchi rolni bajarayotgani kuzatiladi.

Natijalar shuni ko‘rsatadiki, AI jurnalistikaning texnik jarayonlarini yengillashtiradi, inson mehnatini tahliliy va kreativ yo‘nalishlarga yo‘naltiradi. Biroq u jurnalistni to‘liq almashtirmaydi, aksincha, u bilan hamkorlikda ishlashni taqozo etadi.

### 2. Axborot tezligi va samaradorlik darajasi oshmoqda

Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, AI vositalaridan foydalanuvchi tahririyatlarda ishlab chiqarish samaradorligi 35–40 foizga oshgan. *Cision Media Report 2024* ma’lumotlariga ko‘ra, sun’iy intellekt yordamida tayyorlangan kontentlar inson tomonidan yozilgan maqolalarga qaraganda 1,6 baravar tezroq e’lon qilinadi. Bu holat tahririyatlarga vaqt va resurs tejamliligini ta’minlaydi.

Masalan, “Bloomberg News” kompaniyasi bir oyda **3 000 dan ortiq avtomatik moliyaviy yangilik** yaratmoqda, bu esa inson jurnalistlar tomonidan amalga oshirilgan natijalardan ancha ko‘pdir. O‘zbekistonda esa “Podrobno.uz” portalida 2024-yilda statistik tahlil uchun **AI-DataAnalyzer** moduli orqali kontent sifatini oshirganini e’tirof etgan.

Bu natijalar shuni ko‘rsatadiki, AI jurnalistik faoliyatda inson mehnatini to‘ldiruvchi, uni takomillashtiruvchi vosita sifatida ishlayapti. Biroq bu samaradorlikning oshishi insoniy xatolik ehtimolini kamaytirsada, axborot sifati va ishonchliligini avtomatik tarzda kafolatlamaydi. Shu bois, AI vositalarini “inson nazorati ostida” (Human-in-the-loop) ishlatish modeli jurnalistika uchun eng maqbul variant sifatida e’tirof etiladi.

### 3. Sun’iy intellekt etik me’yorlarni qayta shakllantirmoqda

Empirik kuzatuvlar shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekiston jurnalistlarining 61 foizi

sun'iy intellekt vositalaridan foydalanganda **etik masalalarga** e'tibor berish zarurligini tan olgan. Ular orasida eng ko'p qayd etilgan muammolar – mualliflik mas'uliyati (43%), plagiat (38%), manipulyatsiya xavfi (32%) va faktlarni noto'g'ri interpretatsiya qilish (29%).

Bularning barchasi jurnalistik etikani yangi bosqichga olib chiqmoqda. Endilikda nafaqat “axborotning to'g'riligi”, balki **“algoritmning xolisligi”** ham jurnalistik etik me'yorning bir qismi sifatida qaralmoqda.

*UNESCO (2023)* va *European Commission (2022)* tomonidan ishlab chiqilgan “Trustworthy AI” tamoyillari asosida jurnalistika uchun maxsus **AI etik kodeksi** ishlab chiqish tavsiya etiladi. O'zbekistonda “BeMediaSmart” tashabbusi doirasida bu yo'nalishda dastlabki qadamlar tashlangan.

#### **4. Jurnalistik ta'limda sun'iy intellekt kompetensiyasi shakllanmoqda**

O'zbekiston oliy ta'lim tizimida, xususan, O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti, Amity, Webster, Alfraganus va boshqa oliygohlarda “AI va jurnalistika” yo'nalishidagi kurslar joriy qilina boshladi. Talabalar uchun “Prompt Engineering”, “Data Journalism”, “Media Ethics and AI” kabi darslar AI vositalaridan ongli va tanqidiy foydalanish ko'nikmasini shakllantirmoqda.

Bu jarayon “AI-savodxonlik”ni yangi kasbiy kompetensiya sifatida qarashni taqozo etmoqda. Endilikda jurnalist uchun yozish, tahrir qilish va faktcheking ko'nikmalari qatori – **AI bilan ishlash madaniyati** ham zarur bo'lib qoldi.

*Topol (2019)* o'z tadqiqotlarida tibbiyot sohasida sun'iy intellekt “insonni yanada insoniylashtiradi” degan fikrni ilgari surgan. Xuddi shu fikr jurnalistikaga ham tatbiq etilishi mumkin: AI texnologiyalari inson jurnalistni almashtirmaydi, balki uni ijtimoiy mas'uliyatli, faktga asoslangan va analitik fikr yurituvchi mutaxassis sifatida rivojlantiradi.

#### **5. Milliy media tizimining raqamli integratsiyasi**

Natijalar shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston jurnalistikasi global raqamli jarayonlarga integratsiyalashib bormoqda. 2023–2025-yillarda mahalliy OAVlarning 45 foizi AI asosidagi tahlil vositalaridan foydalangan. Shu bilan birga, kontentni avtomatlashtirish darajasi hali ham past – atigi 18–20 foiz. Bu O'zbekiston jurnalistikasining texnologik bosqichda turganini ko'rsatadi.

Ammo afzallik shundaki, O'zbekiston tajribasi boshqa mamlakatlarnikidan farqli ravishda “inson markazidagi AI modeli”ni shakllantirmoqda. Bu modelda texnologiya insonni emas, balki **inson tafakkurini kuchaytirish** maqsadiga xizmat qiladi. Shu jihatdan, O'zbekiston jurnalistikasi “axloqiy innovatsiya” tamoyiliga yaqin turadi.

#### **6. Matbuotda yangi davrning boshlanishi**

Gazeta va jurnallarda SI imkoniyatlaridan samarali foydalanishga harakat qilinmoqda. Matbuot uchun avtomatik kontent yaratish tizimlari tez rivojlanyapti. Associated Press (AP) agentligi har yili 3000 dan ortiq moliyaviy hisobotlarni Wordsmith dasturi orqali matnga aylantiradi. Bu – inson omilidan xoli, lekin aniq va tez ishlaydigan kontent ishlab chiqarish modelidir.

Personalizatsiyalangan, ya'ni har bir o'quvchining qiziqishiga moslangan kon-

tent ishlab chiqish masalasi ham bugungi jurnalistikaning oldida turgan muhim masalalardan.

E'tiborlisi, bunday tajriba allaqachon amaliyotda sinab ko'rildi. "The Washington Post"ning Heliograf platformasi foydalanuvchining qiziqish doirasini aniqlab, unga mos kontentni shakllantiradi. Bu o'quvchiga moslashtirilgan jurnalistikani hayotga tatbiq etishda ilk qadamdir. Tahlillarga ko'ra, 2016-yilning o'zida Heliograf yordamida 850 dan ortiq maqola yozilgan.

Matbuotda faktcheking va dezinformatsiyaga qarshi kurash masalasi ham har qachongidan muhim. SIning asosiy ijtimoiy vazifalardan biri – yolg'on xabarlarni aniqlashda faol ishtirok etish. Britaniyadagi Full Fact va AQShdagi ClaimReview kabi platformalar real vaqt rejimida siyosiy va ijtimoiy bayonotlarning faktologik aniqligini tekshiradi.

Zamonaviy matbuot qaysi jihatlari bilan sun'iy idrok texnologiyalariga uyg'unlashayotgani yoki shunga moyilligi juda muhim jihatlardir. Keling, ularni ko'rib chiqamiz.

*Matnga asoslangan kontent.* Matbuotda asosiy axborot shakli matn bo'lgani sababli Natural Language Processing (NLP) texnologiyalari sohada eng samarali ishlaydi. Ya'ni matnni tahlil qiladi, sarlavhalar yaratadi, kalit so'zlar tanlaydi va maqolaga qisqacha annotatsiya tayyorlay oladi.

*Arxivli xotira.* Matbuotda nashrning tarixiy taxlamlari arxivi mavjud, bu o'rganish va tahlil qilish uchun juda foydali. Bu raqamli jurnalistika uchun ulkan tajriba bazasi demakdir. Uzoq muddatli tahlil, retrospektiv monitoring va so'z tahlili aynan matbuot arxivlari orqali amalga oshiriladi.

*Sohada tahrir va etik cheklovlar masalasi.* Matbuot an'anaviy etik me'yorlarga sodiqligini saqlagan holda, SI aynan shu qoidalarga moslashtirgan holda qo'llaydi. Algoritmlar jurnalistning o'rmini bosmaydi, balki uni to'ldiradi. Tahririyatlar uchun SI bir vosita, lekin jurnalistikaning mohiyatini belgilovchi emas.

Umuman, jahonda SI va matbuot integratsiyasi qanday kechmoqda? Mamlakatlarda matbuotida SI texnologiyalarining integratsiyasi ularning iqtisodiy, madaniy va siyosiy sharoitlariga qarab farqlanadi.

Aytaylik, BBC va "The Guardian" "Juicer" platformasi orqali yangiliklarni avtomatik toifalash va tahlil qilishni yo'lga qo'ygan. Full Fact esa real vaqt rejimida faktcheking qiladi. Bu orqali siyosiy chiqishlar va ijtimoiy bayonotlar aniq va tez tekshiriladi.

Germaniyada "Spiegel" va "Die Zeit" o'quvchilar xatti-harakatini tahlil qilish orqali kontentni moslashtiradi. "Deutsche Welle" esa jurnalistlarga SI bilan ishlash etikasi bo'yicha treninglar o'tkazadi.

AQShda "The New York Times" SI ni reklama va maqola targ'ibotida faol qo'llamoqda. ProPublica esa katta hajmdagi hujjatlarni SI orqali tahlil qilib, surishtiruv jurnalistikasini ilgari surmoqda.

Hindistonda "Times of India" va "Dainik Bhaskar" tahririyatlari SI yordamida mintaqaviy tillarda maqolalar yozishni, tarjima va grafik vizualizatsiyani yo'lga qo'ydi. Masalan, Hindistonda saylov natijalari grafikalar bilan tezkor taqdim etilgan.

Demak, SI zamonaviy matbuotni soddalashtirmaydi. Aksincha, uning kontentini chuqurlashtiradi va kengaytiradi. Axborot oqimini tezkor boshqarish, fakt ishonchlilikini oshirish va auditoriya bilan interaktiv muloqotni ta'minlashda SI jurnalistikaning muhim vositasiga aylanadi.

## **7. Radiojurnalistika – muqarrar yuksalish arafasida**

Audiojurnalistika (radio) sohasida SI texnologiyalarida ovoz ishlab chiqish, montaj, yangiliklar yaratish kabi ko'plab jarayonlar avtomatlashtirilmoqda. Radioda SIning eng yorqin ko'rinishi ovoz sintezi va ovoz tanib olish texnologiyalaridir.

Ovozlarining turfaligi, uni istalgancha takomillashtirish, hatto sun'iy ovoz bilan efirga chiqish radioda SIning eng yorqin ko'rinishidir. Ovozni xohlagan taniqli ovoz tembriga (jarangdorligi, jozibasiga) moslashtirish mumkin. Ovoz tezligi, balandpastligini ham o'zgartirish mumkin. Bu borada milliy va xorijiy tajribada aniq misollar ko'p. Undan tashqari, radioning barcha tasviriy vositalari (masalan, musiqa, badiiy shovqin, montaj)ni ham SI xohlagan uslubda tayyorlab beradi. Yangiliklar matnini yozish va uni tahrirlash funksiyasi esa bizga ayon.

Radioga SI texnologiyalari avtomatik reklama va ovozli e'lonlar yaratish orqali kirib keldi. Endilikda bu texnologiyalarda tugal radioeshittirishlarni tayyorlash mumkin.

Nafsilamrini aytganda, radiojurnalistikaga sun'iy intellekt nisbatan kechroq kirib keldi. Chunki radio audio formatga asoslangan, matnli yoki vizual ommaviy axborot vositalariga nisbatan sun'iy intellekt texnologiyalariga moslashuvi murakkabroq edi. Shunga qaramay, bugun radioda SI texnologiyalari juda faol ishlatilyapti. Avvalo, ovozli tanib olish tizimlari (speech recognition systems) radio kontentlarini to'g'ridan to'g'ri matnga aylantirish imkonini bermoqda.

Bu jurnalistlarning efirda aytilgan fikrlarni tahlil qilish, yozma nusxalar tayyorlash va arxivlash ishlarini yengillashtirdi. Bunday texnologiyalarga Google Speech-to-Text, IBM Watson Speech to Text, va Amazon Transcribe dasturlari misol bo'la oladi.

Bundan tashqari, sun'iy intellekt tahlillari asosida jurnalistlar auditoriya ehtiyojlarini chuqurroq anglayapti. Masalan, tinglovchilar qaysi mavzularga ko'proq qiziqish bildirayotgani, efirdagi ovoz ohanglari yoki hissiy kayfiyatlar qanday ta'sir qilayotgani SI yordamida tahlil qilinadi.

Bu algoritmlar, ayniqsa, katta hajmli audio fayllar ustida ishlaganda nihoyatda samarali. Ko'plab radio tarmoqlari va podcast platformalari dasturlarni transkripsiya qilish va kontent tavsiyalarini shakllantirishda bu uslubdan keng foydalanmoqda.

Radioda sun'iy intellektning qo'llanilishi nafaqat texnik qulayliklar bilan cheklanmaydi, balki axborot yetkazish madaniyatiga ham sezilarli ta'sir ko'rsatdi. Ayrim dasturlarda mustaqil efir yuritish qobiliyatiga ega virtual boshlovchi (virtual anchors) yoki ovozli assistentlar matnni ovozga aylantiradi, balki tinglovchining qiziqishiga mos mavzularni tanlash, savollarga javob berish, hatto qiziqarli hazillar qilish darajasiga ham yetmoqda. Bunday virtual boshlovchilar Xitoyning Xinhua axborot agentligi, Janubiy Koreya va Yaponiya radiotarmoqlarida sinovdan o'tkazilgan.

AQShning National Public Radio (NPR) tarmog'i ham sun'iy idrok ko'magida tinglovchilar bilan ishlashga intilmoqda [Marconi, 2020; "Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism," Columbia University Press, 2020].

O'zo'rnida bu jarayonlar qator muammolar va muhokamalarga sabab bo'lmoqda. Jurnalistik etikaga doir savollar – efrida SIDan foydalanganda axborotning haqqoniyligi, mualliflik huquqlari va axborot xavfsizligi masalalari tobora dolzarblashyapti. SI orqali tayyorlangan audio-kontentlar ba'zan inson hissiyotlarini to'liq ifoda eta olmasligi yoki tahrir mas'uliyati kimga yuklatilishi borasida bahs-munozaralar mavjud. Shuningdek, deepfake texnologiyalarining radio orqali noto'g'ri axborot tarqatishda ishlatilishi ehtimoli ham jurnalistlar e'tiborini tortgan. Bular jurnalistlarning nafaqat texnik bilim, balki yuksak axloqiy yondashuvga ham ega bo'lishini talab qiladi.

Bundan ko'rinadiki, texnologiyani joriy etishda yuzaga kelayotgan axloqiy, huquqiy va ijtimoiy masalalarni chuqur o'rganish zarur. Dunyoning yetakchi universitetlari, jurnalistika maktablari hamda tadqiqot markazlari bu boradagi ilmiy izlanishlarga katta e'tibor qaratmoqda.

Demak, sun'iy intellekt va radiojurnalistika o'rtasidagi o'zaro aloqadorlik ke-lajakda yanada chuqurlashadi. Bu jurnalistikani yanada professional, zamonaviy va interaktiv soha sifatida rivojlantirishga xizmat qiladi.

## **8. Jurnalistikada SI bilan bog'liq mualliflik huquqi va plagiat masalalari**

SI yordamida tayyorlangan materiallar ko'pincha internetda oldindan mavjud bo'lgan kontentdan bevosita foydalangan (ko'chirilgan) holda yaratiladi.

Bu esa, ba'zan, jurnalist tomonidan hech qanday tahrirsiz va tekshirishsiz matn-ni boricha ko'chirib olib, o'z maqolasi sifatida taqdim etilishiga olib kelmoqda. Nati-jada mualliflik huquqi jiddiy tarzda buzilmoqda.

O'zbekiston Respublikasining "Mualliflik huquqi va turdosh huquqlar to'g'risida"gi qonuniga ko'ra, har qanday asarning bevosita yoki bilvosita, to'liq yoki qisman ko'chirilishi muallifning roziligisiz amalga oshirilmaligi lozim.

SI vositalari orqali yaratilgan kontentda mualliflikning aniqligi, ayniqsa, ochiq manbalar asosida yaratilgan matnlarda, yo'qolib ketadi.

Misol uchun, AQShda 2023-yilda New York Times nashriyoti OpenAI'ni sudga berdi. Sababi – kompaniya uning maqolalaridan roziliksiz foydalanib, sun'iy intelle-ktni o'qitgan.

Bu holat xalqaro jurnalistik muhitda mualliflik huquqlarining SI vositalari yor-damida buzilishi masalasini yana bir bor dolzarb qilib qo'ydi.

## **9. Faktcheking va ishonchli manbalar muammosi**

Axborot asrida jurnalistikaning asosiy vazifasi – jamoatchilikka ishonchli, haqqoniy va aniqlik bilan yetkazilgan ma'lumotlar taqdim etishdan iboratdir.

So'nggi yillarda sun'iy intellekt (SI) texnologiyalarining jurnalistik faoliyatga kirib kelishi bu sohaga sezilarli o'zgarishlar olib keldi. Avtomatik matn yaratish, ma'lumot tahlili, real vaqt rejimida yangiliklar tarqatish, hatto faktchekingni avtomat-lashtirish imkoniyatlari paydo bo'ldi.

Biroq bularning barchasi jurnalistikaning eng muhim tamoyillaridan biri – fak-

tlarni tekshirish (faktcheking) va ishonchli manbalarga tayanish masalasini yanada dolzarblashtirdi.

Sun'iy intellekt jurnalistikaning texnik imkoniyatlarini oshirayotgan bo'lsa-da, axborotning ishonchligi, manba sifati va yolg'on axborot xavfi bilan bog'liq muammolar saqlanib qolmoqda.

### **Sun'iy intellekt va jurnalistika: zamonaviy tendensiyalar**

So'nggi yillarda dunyo jurnalistikasida sun'iy intellektdan foydalanish tobora kengaymoqda. AI orqali yangiliklarni avtomatik yozish (news automation), kontentni tahlil qilish, turli soha ekspertlarining fikrlarini umumlashtirish, hattoki vizual materiallar ishlab chiqish imkoniyatlari vujudga keldi. Yirik axborot agentliklari – Associated Press, Reuters, BBC – xabarlarini ishlab chiqarishda AI tizimlaridan foydalanmoqda.

Masalan, Associated Press sport va moliyaviy hisobotlar kabi faktlarga asoslangan yangiliklar segmentlarida avtomatlashtirilgan matn generatorlariga murojaat qiladi. Reuters esa Lynx Insight deb nomlangan sun'iy intellekt tizimini ishga tushirdi, bu tizim jurnalistlarga trendlarni aniqlash va materiallar tayyorlashda yordam beradi.

Biroq jurnalistikaning muhim vazifasi — ijtimoiy haqiqatni aks ettirish, voqealarni xolis, haqqoniy va to'liq tahlil qilish — faqat texnologiyaga tayanib emas, balki professional etikaga asoslangan insoniy qarorlar orqali amalga oshiriladi. Shu bois, SI jurnalistikaga yangi imkoniyatlar bilan birga, yangi mas'uliyat va xavf-xatarlarni ham olib kiradi.

### **Faktcheking tushunchasi va uning zamonaviy jurnalistikadagi roli**

Faktcheking – bu ommaviy axborotda keltirilgan da'volarning to'g'riligini tekshirish jarayonidir. U jurnalistikaning asosiy etik tamoyillaridan biri sanaladi. Global axborot oqimining tezligi va miqdori oshgani sari, yolg'on yoki noto'g'ri axborotlar (disinformatsiya va misinformatsiya) soni ham ortmoqda.

Faktcheking nafaqat siyosiy yoki iqtisodiy yangiliklarda, balki sog'liqni saqlash, ijtimoiy tarmoqlar, ekologiya, sport, madaniyat kabi sohalarda ham muhim o'rin tutadi. Ayniqsa, pandemiya davrida noto'g'ri ma'lumotlar tufayli yuzaga kelgan xavflar faktlarni tekshirish zaruratini yana bir bor isbotladi. Shu sababli, jurnalist har qanday material tayyorlashdan avval manbalarni sinchiklab tahlil qilishi, faktlarni mustaqil tekshirishi va o'quvchiga faqat ishonchli ma'lumot yetkazishi shart.

## **10. PR sohasida SI dan foydalanish tajribasi**

O'zbekiston va xorijiy mamlakatlardagi PR (jamoatchilik bilan aloqalar) sohasida sun'iy intellektdan (SI) foydalanish tajribasi zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari taraqqiyoti bilan bevosita bog'liq holda rivojlanib bormoqda.

Dastlab xorijiy mamlakatlar tajribasiga nazar tashlasak, ilg'or davlatlarda SI PR faoliyatining markaziy elementlaridan biriga aylanganini ko'ramiz.

AQSh, Buyuk Britaniya, Germaniya, Yaponiya va Janubiy Koreya kabi mamlakatlarda sun'iy intellekt vositalari PR strategiyalarini rejalashtirish, amalga oshirish

va baholashda faol qoʻllaniladi.

Jumladan, AQShda joylashgan mashhur PR kompaniyalardan biri boʻlgan Edelman kompaniyasi SI algoritmlaridan foydalangan holda mijozlar kayfiyati va ijtimoiy tarmoqlardagi tendensiyalarni real vaqt rejimida monitoring qiladi va mos kommunikatsiya strategiyalarini ishlab chiqadi (Edelman Trust Barometer 2023).

Mazkur kompaniya tabiiy tilni qayta ishlash (NLP) texnologiyalaridan foydalanib, brendlar haqidagi fikr-mulohazalarni tahlil qiladi, shuningdek, ijtimoiy tarmoqlardagi kontentlar boʻyicha tahliliy hisobotlar tayyorlaydi.

Buyuk Britaniyada esa PRCA (Public Relations and Communications Association) tomonidan olib borilgan tadqiqotlar natijalariga koʻra, soʻnggi yillarda PR agentliklarining 43 foizi SI texnologiyalaridan foydalanishni yoʻlga qoʻygan (PRCA Annual Report, 2022).

Bu texnologiyalar asosan media monitoring, matbuot relizlari yaratish, maqsadli auditoriyani segmentlashtirish va onlayn reputatsiyani boshqarishda qoʻllaniladi. Xususan, Cision va Meltwater kabi xizmatlar SI asosida ishlaydi hamda PR mutaxassislariga turli tahliliy vositalar orqali kommunikatsiya kampaniyalarini samarali rejalashtirish va baholash imkonini beradi.

Germaniyada faoliyat yurituvchi Siemens AG kompaniyasining ichki PR boʻlimi xodimlari ish faoliyatida AI yordamida avtomatlashtirilgan savol-javob tizimlarini yaratgan boʻlib, bu tizimlar xodimlar va ommaviy auditoriyaga yoʻnaltirilgan tezkor axborot almashinuvini taʼminlaydi. Shuningdek, sunʼiy intellekt yordamida brendga oid kontentlar avtomatik ravishda ishlab chiqiladi, tahlil qilinadi va kerakli auditoriyaga moslashtiriladi (Siemens Annual Innovation Report, 2021).

Yaponiyada esa Dentsu Group Inc. PR va reklama sohasida sunʼiy intellektni ijodiy jarayonlarga integratsiya qilgan. Kompaniya SI orqali reklama mazmunini avtomatik yaratish, vizual elementlarni sintez qilish, auditoriya kayfiyatini real vaqt rejimida baholash va foydalanuvchi afzalliklariga asoslangan targʻibot kampaniyalarini rejalashtirishda muvaffaqiyatli natijalarga erishgan.

Bu tajriba Yaponiyaning raqamli kommunikatsiya ekotizimini yanada komplekslashtirishga xizmat qilmoqda (Dentsu Digital Annual Strategy, 2022).

Janubiy Koreya tajribasida esa Samsung Electronics kompaniyasi sunʼiy intellektga asoslangan PR tizimlarni ishlab chiqqan boʻlib, ular kompaniya yangiliklarini tarqatish, ommaviy fikrni tahlil qilish va ijtimoiy tarmoqlardagi salbiy reaksiyalarga avtomatik javob qaytarish imkonini beradi.

Shu orqali kompaniya oʻzining brend obroʻsini himoya qilish bilan birga, foydalanuvchilar bilan interaktiv aloqani saqlab qolmoqda (Samsung Global Newsroom Report, 2023).

Oʻzbekiston tajribasiga toʻxtaladigan boʻlsak, bu borada hali keng miqyosdagi amaliy ishlar olib borilayotgan boʻlsa-da, dastlabki tajribalar shakllanmoqda. Aksariyat Axborot xizmatlari sunʼiy intellekt texnologiyalarini axborotlarni saralash, press-relizlar tayyorlash va auditoriyaga tezkor maʼlumot yetkazishda foydalanmoqda.

2024-yilgi “Digital Uzbekistan 2030” strategiyasi doirasida axborot xizmatlari raqamlashtirilmoqda va bu raqamlashtirish jarayonida SI texnologiyalaridan foy-

dalanish alohida e'tiborga olinmoqda (O'zbekiston Respublikasi Raqamli Texnologiyalar Vazirligi, 2024).

Shuningdek, yurtimizda faoliyat yuritayotgan PR agentliklari – masalan, Brand.uz, Image Promotion Group kabi tashkilotlar o'z faoliyatida avtomatlashtirilgan monitoring tizimlaridan foydalanishni boshlagan.

Ular sun'iy intellekt asosida ishlovchi vositalar orqali mijozlar haqida ommaviy axborot vositalarida va ijtimoiy tarmoqlarda tarqalayotgan materiallarni real vaqt rejimida tahlil qilib, brendga oid kontent strategiyasini ishlab chiqmoqda.

O'zbekiston Milliy axborot agentligi (Uza) esa matnlarni avtomatik tarjima qilish, jurnalistik materiallarni tahrir qilish va optimallashtirishda sun'iy intellektidan foydalanish bo'yicha pilot loyihalarni sinovdan o'tkazmoqda.

Ayni paytda O'zbekistonda sun'iy intellektning PR sohasidagi qo'llanilishi endigina shakllanayotgan bo'lsa-da, xorijiy tajribani o'rganish orqali bu borada salmoqli taraqqiyot sari qadam qo'yilmoqda.

Ayniqsa, yosh PR mutaxassislari va kommunikatsiya agentliklari SI texnologiyalarini o'z faoliyatlariga tatbiq etish uchun xorijiy dasturlardan, jumladan, ChatGPT, Grammarly Business, Hootsuite AI, Canva Magic Write kabi vositalardan foydalanishni boshlashgan. Bu esa, o'z navbatida, matn yaratish, tahrirlash, kontent strategiyasini rejalashtirish, va auditoriyani chuqur tahlil qilishda zamonaviy yondashuvlarni ilgari surmoqda (OpenAI ChatGPT Enterprise Report, 2023).

O'zbekistonda SI yordamida sog'liqni saqlash va ta'lim sohalarida ijtimoiy kampaniyalar olib borilmoqda. Masalan, 'Ona va bola salomatligi' kampaniyasi uchun SI yordamida kerakli kontent va video lavhalar tayyorlandi.

Dunyo miqyosida esa Nike SI asosida mijozlar harakatlarini tahlil qilib, shaxsiylashtirilgan reklama strategiyasini ishlab chiqqan.

Google kompaniyasi esa o'z PR strategiyasida foydalanuvchi qiziqishlarini aniqlash uchun SI asosida ishlovchi algoritmlardan foydalanmoqda.

Umuman olganda, O'zbekiston va xorijiy mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, sun'iy intellekt PR sohasida nafaqat texnik ko'makchi sifatida, balki strategik qarorlar qabul qilishda muhim vosita sifatida ham xizmat qilmoqda. Bu esa kelajakda PR sohasi vakillarining SI texnologiyalaridan foydalanish bo'yicha bilim va ko'nikmalarini doimiy yangilab borishini taqozo etadi.

Shu boisdan, xorijiy tajribalarning o'rganilishi, moslashtirilishi va milliy kontekstga tatbiq etilishi PR sohasining innovatsion yondashuvlar bilan boyitilishiga xizmat qiladi.

## MUNOZARA

### 1. Sun'iy intellektning ijodiy tafakkur bilan uyg'unligi

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, SI texnologiyalari inson tafakkurini to'liq almashtirmaydi, balki uni kengaytiradi. *Brynjolfsson va McAfee (2014)* nazariyasiga ko'ra, AI inson mehnatini o'rnini bosuvchi emas, balki uni to'ldiruvchi kuchdir. Shunga o'xshash tarzda, *Alimov (2025)* sun'iy intellekt jurnalist tafakkurining davomchisi sifatida "metajurnalistika" konsepsiyasini taklif qiladi.

Shunday qilib, jurnalistika SI bilan raqobatlashuvchi emas, balki undan kuch oluvchi sohaga aylanadi. Inson tafakkuri AI'ni nazorat qiladi, AI esa insonni tezkor tahlil, fakt tekshirish va vizualizatsiya imkoniyatlari bilan quvvatlaydi.

## 2. Axborot sifati va algoritmik xolislik

AI texnologiyalarining keng qo'llanilishi bilan birga, axborot sifati masalasi dolzarb bo'lib qoldi. *Cathy O'Neil (2016)* "Weapons of Math Destruction" asarida algoritmik qarorlarning shaffof emasligi noto'g'ri xulosalarga olib kelishini ta'kidlaydi. Shu jihatdan, AI vositalarining jurnalistik jarayonga tatbiq etilishi ularning xolisligi va etik me'yorlarga muvofiqligiga bog'liq.

O'zbekiston tajribasida bu muammo sezilmoqda – ayrim tahririyatlarda AI tomonidan yozilgan materiallarda stereotiplar yoki noaniqliklar uchraydi. Shu bois, tahririyatlarda "AI etik kodeksi"ni joriy etish, har bir AI generatsiyasini inson tomonidan tekshirish tizimini yo'lga qo'yish zarur.

## 3. Axborot xavfsizligi va "deepfake" tahdidi

AI texnologiyalarining rivoji bilan birga, "deepfake" videolar, audio manipulyatsiyalar va soxta yangiliklar muammosi kuchaymoqda. *Nick Bostrom (2014)* bu jarayonni insoniyat tarixidagi "axborot haqiqatining buzilishi" deb ataydi. O'zbekiston kontekstida bu xavf, ayniqsa, siyosiy voqealar va ijtimoiy tarmoqlardagi ma'lumotlar oqimida sezilmoqda.

Shuning uchun jurnalistikada AI vositalarini faqat axborot yaratish emas, balki **axborotni himoya qilish vositasi** sifatida ham qo'llash zarur. "AI for verification" konsepsiyasi – ya'ni, AI orqali faktchekingni kuchaytirish – O'zbekiston jurnalistikasida istiqbolli yo'nalish sifatida qaralmoqda.

## 4. Global va milliy model o'rtasidagi farq

Xalqaro tajribalar [Lee, 2018; Kovač & Eberwein, 2023] shuni ko'rsatadiki, AQSh va Xitoyda jurnalistik AI ko'proq iqtisodiy samaradorlikka yo'naltirilgan. O'zbekiston esa "ijtimoiy yo'naltirilgan model"ni tanlagan: bunda asosiy maqsad foyda emas, balki **axborot ishonchliligi va madaniy barqarorlikni** ta'minlashdir.

Bu model xalqaro miqyosda "responsible innovation" konsepsiyasiga mos keladi. Shu sababli O'zbekiston tajribasi – texnologik ehtiyotkorlik va axloqiy me'yorni uyg'unlashtirgan "AI for Society" yondashuvi – akademik doiralarda o'rganilishi lozim.

## 5. Jurnalistik ta'limda paradigmaxiy burilish

AI jurnalistik ta'limni butunlay yangi bosqichga olib chiqmoqda. O'zbekiston oliy o'quv yurtlarida "AI va jurnalistika", "Prompt dizayn", "Axborot etikasi" kabi kurslarning joriy etilishi talabalarga texnik, analitik va axloqiy ko'nikmalarni uyg'unlashtirish imkonini bermoqda.

Shuningdek, **UstozAI** platformasi orqali ishlab chiqilayotgan o'quv modullari O'zbekiston ta'limida AI'ni pedagogik vosita sifatida joriy etishning muvaffaqiyatli namunasi bo'lib xizmat qilmoqda.

## XULOSA

Sun'iy intellekt jurnalistikani faqat texnik jihatdan emas, balki ijtimoiy, axloqiy

va g'oyaviy mazmunda ham tubdan o'zgartirmoqda. Olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, AI texnologiyalari jurnalistikani uch asosiy yo'nalishda qayta shakllantirmoqda: ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish, ijodiy faoliyatni avtomatlashtirish va etik me'yorlarni qayta talqin qilish.

Birinchidan, SI jurnalistikaning **ishlab chiqarish mexanizmini avtomatlashtiradi**, bu esa inson resurslarini tahliliy va ijodiy faoliyatga yo'naltirish imkonini beradi. Matn yaratish, sarlavha tuzish, vizual materiallarni tahlil qilish kabi jarayonlar algoritmlar tomonidan tez va aniq bajarilishi tahririyatlar uchun samaradorlikni oshirmoqda. Shu bilan birga, AI jurnalist mehnatini to'ldiruvchi vosita bo'lib, uni almashtiruvchi emas. Insoniy tafakkur, kontekstni anglash, empatiya va tahliliy mulohaza kabi jihatlar hali ham jurnalistikaning markazida qolmoqda.

Ikkinchidan, SI jurnalistikaning **axloqiy va ijtimoiy asoslarini qayta shakllantirmoqda**. Endilikda jurnalistning mas'uliyati faqat faktning to'g'riligini tekshirish bilan cheklanmaydi – u algoritmlar xolisligi, ma'lumotlar manbasi shaffofligi va AI vositalarining etik ishlatilishiga ham javobgar bo'lmoqda. Bu jarayon "mualliflik" tushunchasini ham o'zgartirmoqda: endi maqolaning yagona muallifi emas, balki "inson–mashina hamkorligi" modeli haqida so'z yuritish zarur.

Uchinchidan, AI vositalari jurnalistik ta'limni tubdan yangilamoqda. Yangi avlod jurnalistlari uchun texnik, etik va kreativ kompetensiyalar uyg'unligi talab etiladi. Shuning uchun "AI-savodxonlik", "prompt dizayn", "media algoritmik tafakkuri" kabi yangi o'quv yo'nalishlarini joriy etish dolzarbdir. Bu nafaqat kasbiy tayyorgarlikni oshiradi, balki raqamli jamiyatda axborot ishonchligini saqlashga xizmat qiladi.

To'rtinchidan, O'zbekiston tajribasi shuni ko'rsatadiki, sun'iy intellektning jurnalistikaga joriy etish jarayonida **"inson markazli model"** asosiy yo'nalish bo'lib qolmoqda. Bu modelda texnologiya inson tafakkurini kuchaytirish vositasi sifatida ko'riladi, axborotni "insonga xizmat qiluvchi qiymat" sifatida talqin etadi. Shu sababli, O'zbekiston jurnalistikasi sun'iy intellektning axloqiy innovatsiya va mas'uliyatli texnologiya modeli bilan uyg'unlashtirgan holda rivojlantirmoqda.

Beshinchidan, AI jurnalistikani **global ijtimoiy tizim sifatida** yangidan shakllantirmoqda. Endilikda axborot oqimini boshqarish, manipulyatsiyalarga qarshi kurashish, dezinformatsiyani aniqlash va tahlil qilishda AI vositalari hal qiluvchi rol o'ynaydi. Shu nuqtai nazardan, O'zbekiston jurnalistikasi xalqaro axborot markonida faqat iste'molchi emas, balki AI asosidagi yechimlarni ishlab chiqishda faol ishtirokchi sifatida namoyon bo'lishi mumkin.

Yakuniy tahlil shuni ko'rsatadiki, jurnalistika kelajagi inson va texnologiya uyg'unligida. Sun'iy intellektning oqilona foydalanish, etik nazoratni ta'minlash va ijodiy mas'uliyatni saqlash orqali jurnalistika o'zining ijtimoiy missiyasini yanada chuqurroq ado eta oladi. Shuning uchun kelajak jurnalistikasi "axborot ishlab chiqarish" emas, balki **"intellektual kommunikatsiya"** bosqichiga o'tmoqda.

Demak, SI jurnalistikaning texnik vositasi emas, balki intellektual sherigi, media tizimining yangi "neyron yuragi" sifatida qaralishi lozim. Faqat inson tafakkuri va etik me'yorlar bilan uyg'unlashgan holda u jamiyat uchun foydali, ishonchli va ijodiy kuchga aylanishi mumkin.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Alimov B. *Sun'iy intellekt: axborot xavfsizligiga tahdidmi yoki taraqqiyot kaliti?* Yangi O'zbekiston № 111 (1437), 2025-yil 3-iyun. <https://yuz.uz/uz/newspaper?page=8>
2. Aral, S. (2020). *The Hype Machine*. Currency Press. <https://www.penguinrandomhouse.com/books/622816>
3. Barlas, T. (2022). *AI-driven Fact-Checking Tools in Global Journalism*. Journal of Media Research, 45(2), 55–72.
4. BeMediaSmart. (2024). *AI va Mediasavodxonlik tashabbuslari*. <https://bemediasmart.uz>
5. Bostrom, N. (2014). *Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies*. Oxford University Press. <https://global.oup.com/academic/product/superintelligence-9780198739838>
6. Boyd, D., & Crawford, K. (2012). *Information, Communication & Society*, 15(5), 662–679. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>
7. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age*. W.W. Norton & Company. <https://wnorton.com/books/9780393350647>
8. Carlson, M. (2018). *Automating the News*. Harvard University Press. <https://www.hup.harvard.edu/books/9780674976902>
9. Cision. (2024). *State of the Media Report 2024*. <https://www.cision.com/resources>
10. Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Polity Press. <https://politybooks.com>
11. Crawford, K. (2021). *Atlas of AI*. Yale University Press. <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300209570/atlas-of-ai>
12. European Broadcasting Union. (2023). *AI and Public Service Media*. <https://www.ebu.ch/publications>
13. European Commission. (2022). *Ethical Guidelines for Trustworthy AI*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu>
14. Floridi, L. (2019). *The Logic of Information*. Oxford University Press. <https://global.oup.com>
15. Gitnux. (2025). *AI in Journalism Statistics*. <https://gitnux.org/ai-in-journalism-statistics>
16. Jain, S. (2021). *Artificial Intelligence and Digital Media Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s40973-021-00200-3>
17. Kim, Y., & Tandoc, E. (2022). *Journalism Practice*, 16(2), 215–232. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1820011>
18. Kovač, M., & Eberwein, T. (2023). *AI and Journalism*. Springer. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-31257-2>
19. Lee, K.-F. (2018). *AI Superpowers*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt. <https://aisuperpowers.com>
20. Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). *Digital Journalism*, 3(1), 19–37. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.928111>
21. Marconi, F. (2020). *Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism*. Columbia University Press. <https://cup.columbia.edu/book/newsmakers/9780231185831>
22. Newman, N. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>
23. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti. (2021). *Sun'iy intellekt texnologiyalarini 2030-yilgacha rivojlantirish strategiyasi*. <https://president.uz/uz/lists/view/>
24. O'Neil, C. (2016). *Weapons of Math Destruction*. Crown Publishing. <https://www.penguinrandomhouse.com/books/>
25. Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Pearson. <https://aima.cs.berkeley.edu>
26. Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org>
27. Silverman, C. (Ed.). (2014). *Verification Handbook*. European Journalism Centre. <https://datajournalism.com/read/handbook/verification-2>

28. Topol, E. (2019). *Deep Medicine*. Basic Books. <https://www.basicbooks.com/titles/eric-topol/deep-medicine>
29. UNESCO. (2023). *Artificial Intelligence and Journalism Ethics*. Paris: UNESCO Publishing. <https://unesdoc.unesco.org>
30. Zaini, M. (2020). *Artificial Intelligence in Newsrooms*. Media Studies Review, 12(3), 34–45.
31. Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism*. PublicAffairs. <https://www.publicaffairsbooks.com/titles/shoshana-zuboff>

## REFERENCES

1. Alimov B. *Sun'iy intellekt: axborot xavfsizligiga tahdidmi yoki taraqqiyot kaliti?* Yangi O'zbekiston № 111 (1437), 2025-yil 3-iyun. <https://yuz.uz/uz/newspaper?page=8>
2. Aral, S. (2020). *The Hype Machine*. Currency Press. <https://www.penguinrandomhouse.com/books/622816>
3. Barlas, T. (2022). *AI-driven Fact-Checking Tools in Global Journalism*. Journal of Media Research, 45(2), 55–72.
4. BeMediaSmart. (2024). *AI va Mediasavodxonlik tashabbuslari*. <https://bemediasmart.uz>
5. Bostrom, N. (2014). *Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies*. Oxford University Press. <https://global.oup.com/academic/product/superintelligence-9780198739838>
6. Boyd, D., & Crawford, K. (2012). *Information, Communication & Society*, 15(5), 662–679. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>
7. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age*. W.W. Norton & Company. <https://wwnorton.com/books/9780393350647>
8. Carlson, M. (2018). *Automating the News*. Harvard University Press. <https://www.hup.harvard.edu/books/9780674976902>
9. Cision. (2024). *State of the Media Report 2024*. <https://www.cision.com/resources>
10. Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Polity Press. <https://politybooks.com>
11. Crawford, K. (2021). *Atlas of AI*. Yale University Press. <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300209570/atlas-of-ai>
12. European Broadcasting Union. (2023). *AI and Public Service Media*. <https://www.ebu.ch/publications>
13. European Commission. (2022). *Ethical Guidelines for Trustworthy AI*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu>
14. Floridi, L. (2019). *The Logic of Information*. Oxford University Press. <https://global.oup.com>
15. Gitnux. (2025). *AI in Journalism Statistics*. <https://gitnux.org/ai-in-journalism-statistics>
16. Jain, S. (2021). *Artificial Intelligence and Digital Media Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s40973-021-00200-3>
17. Kim, Y., & Tandoc, E. (2022). *Journalism Practice*, 16(2), 215–232. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1820011>
18. Kovač, M., & Eberwein, T. (2023). *AI and Journalism*. Springer. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-31257-2>
19. Lee, K.-F. (2018). *AI Superpowers*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt. <https://aisuperpowers.com>
20. Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). *Digital Journalism*, 3(1), 19–37. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.928111>
21. Marconi, F. (2020). *Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism*. Columbia University Press. <https://cup.columbia.edu/book/newsmakers/9780231185831>
22. Newman, N. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>
23. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti. (2021). *Sun'iy intellekt texnologiyalarini*

- 2030-yilgacha rivojlantirish strategiyasi. <https://president.uz/uz/lists/view/>
24. O'Neil, C. (2016). *Weapons of Math Destruction*. Crown Publishing. <https://www.penguinrandomhouse.com/books/>
  25. Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Pearson. <https://aima.cs.berkeley.edu>
  26. Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org>
  27. Silverman, C. (Ed.). (2014). *Verification Handbook*. European Journalism Centre. <https://datajournalism.com/read/handbook/verification-2>
  28. Topol, E. (2019). *Deep Medicine*. Basic Books. <https://www.basicbooks.com/titles/eric-topol/deep-medicine>
  29. UNESCO. (2023). *Artificial Intelligence and Journalism Ethics*. Paris: UNESCO Publishing. <https://unesdoc.unesco.org>
  30. Zaini, M. (2020). *Artificial Intelligence in Newsrooms*. Media Studies Review, 12(3), 34–45.
  31. Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism*. PublicAffairs. <https://www.publicaffairsbooks.com/titles/shoshana-zuboff>