



PRda MEDIAGA AXBOROTNI YETKAZISHDA SUN'IY INTELLEKTDAN FOYDALANISH

Urinbayeva Sevara Kuchkaraliyevna

Adliya vazirligi "Adolat" MHAM bo'limi boshlig'i,

O'zDJTU mustaqil izlanuvchisi,

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

ORCID: 0009-0003-8819-9244

Annotatsiya: Maqolada jamoatchilik bilan aloqalar sohasidagi yangi tendensiyalar, jumladan, media uchun kontent tayyorlashda sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanishning dolzarbligi yoritilgan. Shuningdek, PR faoliyatining raqamli transformatsiyasi, sun'iy intellektning PR jarayonlariga kirib kelishi, xususan, OAV uchun axborotni tezkor va tahliliy shaklda yetkazish, auditoriya bilan o'zaro muloqotni kuchaytirish, imidj va ishonchni mustahkamlashdagi imkoniyatlari tahlil qilingan. PRda media uchun axborotni yetkazishda sun'iy intellektdan foydalanish bo'yicha takliflar ilgari surilgan.

Kalit so'zlar: sun'iy intellekt, jamoatchilik bilan aloqalar, raqamli kommunikatsiya, ijtimoiy tarmoqlar, axborot texnologiyalari, auditoriya, kommunikatsiya strategiyasi.

Аннотация: В статье освещаются новые тенденции в сфере связей с общественностью, включая актуальность использования технологий искусственного интеллекта при подготовке контента для СМИ. Также анализируется цифровая трансформация PR-деятельности, внедрение искусственного интеллекта в PR-процессы, в частности, его возможности по быстрой и аналитической доставке информации в СМИ, повышению взаимодействия с аудиторией и укреплению имиджа и доверия. Предлагаются варианты использования искусственного интеллекта в PR для доставки информации в СМИ.

Ключевые слова: искусственный интеллект, связи с общественностью, цифровая коммуникация, социальные сети, информационные технологии, аудитория, коммуникационная стратегия.

Abstract: The article highlights new trends in the sphere of public relations, including the relevance of using artificial intelligence technologies in preparing content for the media. It also analyzes the digital transformation of PR activities, the introduction of artificial intelligence into PR processes, in particular, its capabilities for delivering information to the media in a fast and analytical way, enhancing interaction with the audience, and strengthening image and trust. Proposals are put forward for the use of artificial intelligence in PR in delivering information to the media.

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





Kirish.

Raqamli texnologiyalar jadal rivojlanib borayotgan hozirgi davrda jamoatchilik bilan aloqalar (Public Relations - PR) sohasi ham transformatsiya jarayonini boshdan kechirmoqda. Axborot oqimining keskin ortishi, media maydonining kengayishi va auditoriya ehtiyojlarining ortishi PR mutaxassislaridan tezkorlik, aniqlik va strategik yondashuvni talab etmoqda. Bu esa sun'iy intellekt (SI) texnologiyalari mediaga axborot yetkazish jarayonida samarali vosita ekanini ko'rsatmoqda. An'anaviy PR usullari o'z o'rnini zamonaviy, interaktiv va raqamli kommunikatsiya vositalariga 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 ko'proq 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.

Sun'iy intellekt asosidagi tizimlar matn yaratish, axborotni tahlil qilish, media monitoring, auditoriya segmentatsiyasi hamda kontentni shaxsiylashtirish imkoniyatlarini kengaytirib, PR faoliyatining sifat va samaradorligini oshirmoqda. Xususan, press-revizlar tayyorlash, axborot xabarlarini optimallashtirish, jurnalistlar ehtiyojlarini prognozlash va media bilan aloqalarni avtomatlashtirish jarayonlarida SI muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bu esa PRda axborot yetkazishning an'anaviy usullarini qayta ko'rib chiqishni taqozo etadi.

Shu bilan birga, sun'iy intellektidan foydalanish jarayonida axborot ishonchliligi, etik me'yorlar, manipulyatsiya xavfi va inson omilining o'rnini kabi muhim masalalar ham dolzarb bo'lib qolmoqda. PR faoliyatida SI texnologiyalarini joriy etish nafaqat texnik, balki ijtimoiy va huquqiy jihatdan ham chuqur tahlilni talab etadi.

Mazkur ilmiy maqolada PRda mediaga axborotni yetkazishda sun'iy intellektidan foydalanishning nazariy asoslari, amaliy imkoniyatlari hamda mavjud muammolari tahlil qilinadi. Shuningdek, sun'iy intellekt texnologiyalarining PR va media o'rtasidagi kommunikatsiyani takomillashtirishdagi o'rnini va istiqbollari yoritib beriladi.





Materiallar va usullar.

Ushbu tadqiqotda sun'iy intellekt (SI) texnologiyalaridan foydalanishning jamoatchilik bilan aloqalardagi roli va bu jarayonda yuzaga keladigan etik muammolar tahlil qilinadi. Kontent-tahlilida turli axborot platformalarida, xususan, ijtimoiy tarmoqlar, tashkilotlarining veb-saytlari, chat-botlarda SI yordamida yaratilgan xabarlar tanlab olinib, mazkur xabarlar tili, mazmuni, ohangi va etik me'yorlarga mosligi bo'yicha tahlil qilindi. Yaratilgan axborot matnlari va kommunikatsiya namunalarining mazmunij jihatlari, shu bilan birga, so'rovnomasida jamoatchilikning SI asosidagi axborotga nisbatan munosabati statistik tomonlama o'rganildi. Jamoatchilik orasida (PR mutaxassislari, jurnalistlar, ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari) onlayn so'rovnomasida o'tkazildi.

O'tkazilgan ushbu onlayn so'rovnomada qatnashgan 200ga yaqin respondent "Jamoatchilik bilan aloqalarda SI ko'magidan qanchalik foydalanasiz?" degan savol bo'yicha quyidagi javoblar olindi:

- Jamoatchilik bilan aloqalarda SI ko'magidan foydalanuvchilar soni 32%i tashkil etishi ma'lum bo'ldi;
- 41% ishtirokchilar esa ba'zan foydalanishlarini;
- 30 %i esa deyarli umuman foydalanmasliklarini bildirishgan.

So'rovnamaning "PRda SI ko'magidan qanday maqsadlarda foydalanasiz?" degan savoliga esa 43% insonlar matnlar yaratishda foydalanishlarini, 27% i bo'lsa videonkontentlar yaratishda, qolgan 30 % esa boshqa maqsadlarda foydalanishlarini bildirishgan.

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

Xususan, Abduazimov O.U. tomonidan axborotlashgan jamiyatda jamoatchilik fikri monitoringini ta'minlashda ommaviy kommunikatsiyalar muammolari sotsiologik jihatdan tadqiq etilgan¹ bo'lsa, Islombekov U. I. 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 berilgan².

Mamatov G'.S. tomonidan axborotlashgan jamiyatda jamoatchilik nazorati va davlat axborot siyosatining uyg'unligi masalalari rivojlangan davlatlar tajribasi

¹ 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

² Islombekov U.I. Siyosatda jamoatchilik bilan aloqalar texnologiyalarini qo'llash imkoniyatlari. Siyosiy fanlar nomzodi ...diss.ya. - Toshkent, 2007.





hamda mavjud ilmiy-metodik qarashlar prizmasi orqali ochib berilgan³. Yazdonov U. T. 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'rgangan⁴.

Tadqiqotchi Eshbekov T.U. esa parlamentning jamoatchilik bilan aloqalari va ommaviy axborot vositalari bilan ishlashning o'ziga hos jihatlarini tadqiq etgan⁵.

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.Hunting⁶ 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 storytelling, kontent-marketing, shuningdek, sun'iy intellekt va ma'lumotlarni tahlil qilish (big data analytics) kabi yangi texnologiyalarni qo'llash samaradorlikni oshiruvchi asosiy omillardan biri sifatida talqin qilinmoqda.

Shuningdek, xalqaro tashkilotlar, jumladan, Public Relations Society of America (PRSA) va Chartered Institute of Public Relations (CIPR) tomonidan e'lon qilingan hisobotlar va tavsiyalar ham zamonaviy tendensiyalar, yangi vosita va usullarning PR samaradorligiga ta'sirini tushunishda muhim manba bo'lib xizmat qiladi.

Natijalar va muhokamalar.

Jamoatchilik bilan aloqalar haqida gap ketganda, turli vaqtlarda o'ziga xos taktikalar va strategiyalardan foydalanib, imidjni 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

³ Mamatov G. S. Axborotlashgan jamiyatda jamoatchilik nazorati va davlat axborot siyosatining uyg'unligi (O'zbekiston Respublikasi misolida). siyosiy f.d. diss.avtoref. - Toshkent: 2017

⁴ Yazdonov U.T. Globallashuv sharoitida jamoatchilik fikrini shakllantirish institutlarining funksional integratsiyalashuv xususiyatlari. Kan.diss. – Samarqand: 2017

⁵ Eshbekov T. U. O'zbekistonda qonun chiqaruvchi hokimiyatning jamoatchilik bilan aloqalari va ommaviy axborot vositalari. Kan.diss. - Toshkent: 2006

⁶ Grunig and Hunt Model of Public Relations. <https://researchgate.com/2021/06/13/grunig-and-hunt-model-of-public-relations/>





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 mumkin⁷.

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 chiqishda sun'iy intellekt (SI) texnologiyalari muhim omilga aylanib, axborot yetkazish, auditoriyani tushunish va u bilan samarali muloqot qilish jarayonini yangi bosqichga olib chiqmoqda⁸.

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 boshlab ushbu tizimdan o'zbekistonlik foydalanuvchilarga ham erkin foydalanish imkoniyati yaratildi⁹. 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 xabarlar kerakli vaqtda kerakli odamlarga yetkazilishini ta'minlash uchun SI ni qo'llash orqali muloqot rivojlanadi.

⁷ Jason Gainous, Kevin M., Wagner & Charles, E. Ziegler, 2017

⁸ Grunig and Hunt Model of Public Relations. <https://researchgate.com/2021/06/13/grunig-and-hunt-model-of-public-relations/>

⁹ Open AI platform, 2023. <https://platform.openai.com/docs/supported-countries>





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 qilindi¹⁰.

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'kidlandi¹¹. 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. Jamoatchilik bilan aloqalar hali ham jamoatchilik fikriga ta'sir qilish va asosiy manfaatdor shaxslar bilan munosabatlarni boshqarish uchun foydalanilmoqda.

Shu bilan birga, ijtimoiy media platformalarida kontent yaratish jarayoni strategik yondashuvni talab qiladi. Har bir platforma o'ziga xos format va algoritmlarga 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 mumkin¹².

Xulosa.

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

¹⁰ O'zbekistonda "Sun'iy intellekt texnologiyalarini 2030-yilga qadar rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Prezident qarori. <https://www.lex.uz/docs/-7158604>

¹¹ <https://president.uz/uz/lists/view/8545>

¹² <https://www.cision.com/resources/articles/pr-trends/>





tamoyillariga amal qilishiga 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 yuritib boorish, 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

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 қадам. <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.avtoref. - 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.avtoref. - Toshkent: 2017.

7. Yazdonov U.T. Globallashuv 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/uz/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/>

