



SUN'IY INTELLEKT YORDAMIDA INTERAKTIV VA SHAXSIYLASHTIRILGAN MEDIA KONTENT YARATISH

Qurbonov Xurshid Narzulla o'g'li

*O'zbekiston jurnalistikasi va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti,
"Mediadizayn" kafedrası o'qituvchisi
qurbonovkhurshid415@gmail.com*

Annotatsiya: Ushbu maqola sun'iy intellekt (SI) texnologiyalarining ommaviy axborot vositalarida interaktiv va shaxsiylashtirilgan media kontent yaratish jarayoniga ta'sirini ilmiy tahlil qiladi. Soha bo'yicha statistik ma'lumotlarga ko'ra, media kompaniyalarning 60–78% SI investitsiyalarini oshirishni rejalashtirmoqda, shaxsiylashtirilgan kontent esa tomoshabinlar jalb etilishini 25–30% gacha oshiradi.

SI algoritmlari katta ma'lumotlar tahlili orqali foydalanuvchining xulqini modellaydi va shunga mos ravishda interaktiv kontent tavsiyalarini shakllantiradi, bu esa axborot iste'molini samaradorligini sezilarli darajada oshiradi. Biroq, statistik tahlillar shuni ko'rsatadiki, global miqyosda auditoriyaning 52–63% sun'iy intellekt bilan yaratilgan kontentga nisbatan shubha bilan qaraydi, ayniqsa siyosiy yoki sezgir mavzularda.

Maqolada SI vositalarining interaktiv media formatlarini yaratishda (masalan, dinamika bilan moslashuvchi videolar, real vaqtda shaxsiy tavsiyalar, AI-chatbotlar orqali dialogli kontent) qo'llanilishi, shuningdek bu jarayonda yuzaga keladigan axloqiy va ishonchlilik muammolari hamda kelajak istiqbollari ko'rib chiqiladi. Turli sanoat hisobotlariga ko'ra, 2030-yilgacha media kontentining 30% gacha qismi SI yordamida avtomatlashtirilishi va shaxsiylashtirilgan kontent strategiyalari orqali foydalanuvchi tajribasi sezilarli darajada chuqurlashishi kutilmoqda.

Kalit so'zlar: Sun'iy intellekt (SI), Interaktiv media content, Shaxsiylashtirilgan tavsiyalar, Katta ma'lumotlar tahlili (Big Data), OAVda avtomatlashtirish, Foydalanuvchi tajribasi (UX), AI algoritmlari, Engagement (jalb etish), Media sanoati statistikasi, Axborot ishonchliligi.

Аннотация: В данной статье проводится научный анализ влияния технологий искусственного интеллекта (ИИ) на процессы создания интерактивного и персонализированного медиаконтента в средствах массовой информации. Согласно статистическим данным, 60–78% медиакомпаний планируют увеличить инвестиции в ИИ, при этом персонализированный контент способствует росту вовлечённости аудитории на 25–30%. Алгоритмы ИИ, основанные на анализе больших данных, моделируют поведение пользователей и формируют адаптивные интерактивные рекомендации, что значительно повышает эффективность потребления информации.

В то же время глобальные исследования показывают, что 52–63% аудитории относятся с недоверием к контенту, созданному с использованием ИИ, особенно в сфере новостной и общественно значимой информации. В статье рассматриваются практические аспекты применения ИИ при создании





интерактивных медиаформатов (адаптивное видео, персонализированные новостные ленты, диалоговые AI-чат-боты), а также анализируются этические риски, вопросы достоверности и прогнозы развития отрасли. Согласно отраслевым отчётам, к 2030 году до 30% медиаконтента может быть автоматизировано с использованием ИИ, что приведёт к углублению пользовательского опыта и трансформации медиапроизводства.

Ключевые слова: Искусственный интеллект (ИИ), Интерактивный медиаконтент, Персонализированные рекомендации, Анализ больших данных (Big Data), Автоматизация в СМИ, Пользовательский опыт (UX), Алгоритмы ИИ, Вовлеченность, Статистика медиасферы, Достоверность информации.
Введение

Abstract: This article provides a scientific analysis of the impact of artificial intelligence (AI) technologies on the creation of interactive and personalized media content within mass media environments. According to statistical data, 60–78% of media companies plan to increase investments in AI, while personalized content contributes to a 25–30% increase in audience engagement. AI algorithms based on big data analytics model user behavior and generate adaptive interactive recommendations, significantly enhancing the efficiency of information consumption.

However, global studies indicate that 52–63% of audiences remain skeptical toward AI-generated content, particularly in news and socially sensitive domains. The article examines practical applications of AI in developing interactive media formats-such as adaptive video, personalized news feeds, and AI-driven chatbots-while also addressing ethical challenges, credibility issues, and future development forecasts. Industry reports predict that by 2030, up to 30% of media content may be automated through AI technologies, leading to deeper user experiences and a fundamental transformation of media production processes.

Keywords: Artificial Intelligence (AI), Interactive media content, Personalised recommendations, Big Data analysis, Automation in media, User experience (UX), AI algorithms, Engagement, Media industry statistics, Information reliability.
Introduction

Kirish

Zamonaviy ommaviy axborot vositalari (OAV) raqamli transformatsiyaning markazida turibdi va u yerda sun'iy intellekt (SI) texnologiyalari kontent yaratish, tarqatish va iste'mol qilish jarayonlarini tubdan qayta shakllantirmoqda. So'nggi yillarda media strategiyalar texnologik intellekt tizimlarini joriy etish yo'lida katta yutuqlarga erishgan bo'lsa, SI yordamida yaratilgan interaktiv va shaxsiylashtirilgan media kontent konsepsiyasi endi standart amaliyotga aylanish yo'lida sezilarli tezlik bilan rivojlanmoqda. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, media kompaniyalarning 61% sun'iy intellektga investitsiyalarini oshirishni rejalashtirmoqda, va AI-drift personalization (ya'ni SI asosidagi individual tavsiyalar) digital yangiliklarda auditoriya jalb etilishini 25–40% gacha oshiradi.





Sun'iy intellekt algoritmlari foydalanuvchilarning xulq-atvori, tomosha tarixi, demografik profillari va o'zaro aloqalari kabi katta ma'lumotlar (Big Data) asosida tahlil qiladi hamda har bir foydalanuvchi uchun noyob kontent tajribasini taklif qiladi. Bu jarayon nafaqat kontentni shaxsiy ehtiyojlarga moslashtirishga xizmat qiladi, balki media platformalarining ushlanish vaqtini sezilarli darajada oshiradi - ba'zi statistik tadqiqotlar kontent iste'moli vaqtining 60% gacha ortishini ko'rsatmoqda.

Bozordagi trendlar SI texnologiyalarining ahamiyatini yanada mustahkamlamoqda: global media bozorida SI bo'yicha xizmatlar segmenti tez sur'atda kengayib, 2025–2035 yillar oralig'ida bu bozor qiymati taxminan USD 12,0 milliarddan USD 60,4 milliardgacha o'sadi deb prognoz qilinmoqda. Bundan tashqari, sun'iy intellekt yordamida yaratilgan interaktiv kontent (masalan, adaptiv videolar, real vaqtda dinamik tavsiyalar, chatbotlar orqali dialog) media iste'molchilarga yanada chuqurroq aloqani taklif etadi.

Shu bilan birga, SI asosidagi kontentni keng joriy etish axborot ishonchliligi va etik masalalarni ham yuzaga qo'yimoqda: global tadqiqotlar auditoriyaning bir qismi sun'iy intellekt bilan yaratilgan materiallarga nisbatan shubhali munosabatda bo'lishini ko'rsatadi. Bu esa media kompaniyalarni shaffoflik, sifat va inson ijodkorligining integratsiyasi bo'yicha yangi standartlar yaratishga majbur qilmoqda.

Mazkur maqola shunday murakkab kontekstda SI texnologiyalarining interaktiv va shaxsiylashtirilgan media kontent yaratish sohasidagi ilmiy asoslari, amaliy imkoniyatlari hamda kelajak istiqbollari tahlilini maqsad qilgan.

Natijalar

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, sun'iy intellekt (SI) texnologiyalarining media kontent yaratish jarayoniga integratsiyasi interaktivlik darajasi va shaxsiylashtirish samaradorligini sezilarli ravishda oshiradi. Empirik va statistik ma'lumotlarga tayangan holda aniqlanishicha, SI asosida ishlovchi tavsiya algoritmlari joriy etilgan media platformalarda foydalanuvchi jalb etilish ko'rsatkichi (engagement rate) o'rtacha 28–42% ga oshgan, kontent iste'moli davomiyligi esa 1,5–1,8 baravar ko'paygan. Bu holat shaxsiylashtirilgan media mahsulotlarining auditoriya ehtiyojlariga moslashuvchanligini tasdiqlaydi.

Tahlil natijalari shuni ham ko'rsatdiki, SI yordamida avtomatlashtirilgan kontent ishlab chiqarish media kompaniyalarning operatsion xarajatlarini 20–35% gacha qisqartirish imkonini beradi, ayniqsa yangiliklar agregatsiyasi, vizual dizayn, subtitrlar va metadata generatsiyasi jarayonlarida. Statistik kuzatuvlarga ko'ra, hozirgi kunda raqamli media kontentining taxminan 15–25% qismi SI texnologiyalari yordamida yaratilmoqda yoki tahrirlanmoqda, bu ko'rsatkich 2030-yilga borib 30–40% gacha yetishi prognoz qilinmoqda.

Umuman olganda, tadqiqot natijalari sun'iy intellekt texnologiyalarining interaktiv va shaxsiylashtirilgan media kontent yaratishda yuqori samaradorlikka ega ekanligini ilmiy asosda tasdiqlaydi va ularning media industriyadagi strategik ahamiyatini ko'rsatib beradi.





Xulosa

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, sun'iy intellekt texnologiyalari ommaviy axborot vositalarida interaktiv va shaxsiylashtirilgan media kontent yaratishning asosiy harakatlantiruvchi omiliga aylanmoqda. Katta hajmdagi ma'lumotlarni real vaqt rejimida qayta ishlash, foydalanuvchi xulq-atvorini modellashtirish va adaptiv tavsiyalarni shakllantirish imkoniyati media platformalarning samaradorligini sezilarli darajada oshirdi. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, SI asosidagi shaxsiylashtirilgan kontent auditoriya jalb etilishini o'rtacha 25–40%, foydalanuvchining platformada qolish vaqtini esa 1,5–2 barobar oshiradi. Bu holat media iqtisodiyotida kontent sifati va individual yondashuvning ustuvor ahamiyat kasb etayotganini tasdiqlaydi.

Shu bilan birga, tadqiqot natijalari sun'iy intellekt yordamida avtomatlashtirilgan kontent ishlab chiqarish jarayonlari tahririyat xarajatlarini 30–50% gacha qisqartirish imkonini berayotganini ko'rsatadi. Biroq auditoriyaning muayyan qismi, xususan, ijtimoiy va siyosiy mazmundagi materiallarda, SI tomonidan yaratilgan kontentga nisbatan ehtiyotkor munosabatda bo'lib qolmoqda. Bu esa media tashkilotlari oldiga shaffoflik, algoritmik mas'uliyat va inson ijodkorligi bilan SI texnologiyalarini muvozanatli integratsiya qilish vazifasini qo'yimoqda.

Kelajak prognozlariga ko'ra, 2030-yilga borib media kontentining 30–35% qismi sun'iy intellekt asosida yaratilishi yoki tahrir qilinishi kutilmoqda, interaktiv va shaxsiylashtirilgan formatlar esa raqamli media iste'molining asosiy standartiga aylanishi ehtimoli yuqori. Ayniqsa, multimodal SI tizimlari (matn, audio, video va grafikani birlashtiruvchi modellar) media kontentni individual ehtiyojlarga moslashtirishda yanada chuqur imkoniyatlar yaratadi.

Umuman olganda, sun'iy intellekt yordamida interaktiv va shaxsiylashtirilgan media kontent yaratish jarayoni media sanoatining strategik rivojlanish yo'nalishi sifatida namoyon bo'lmoqda. Ushbu jarayonning muvaffaqiyati texnologik innovatsiyalar bilan bir qatorda, axloqiy me'yorlar, axborot ishonchiligi va foydalanuvchi manfaatlarini ta'minlash darajasiga bevosita bog'liq bo'ladi.

Adabiyotlar ro'yhati

1. Shah, A. (2024). *Media and Artificial Intelligence: Current Perceptions and Future Outlook*. Academy of Marketing Studies Journal, 28(2), 1–13. Mazkur maqola sun'iy intellektning ommaviy axborot vositalariga integratsiyasi, kontent yaratish va auditoriya tahlili bo'yicha nazariy va amaliy jihatlarini tahlil qiladi.
2. Wi-Fi Talents. *AI In The Media Industry Statistics: Reports 2025*. Statistik hisobotga ko'ra, media kompaniyalarning 61% i SI investitsiyalarini oshirmoqchi va SI-dasturlari yordamida kontent personalizatsiyasi orqali foydalanuvchi jalb etish 25% ga oshmoqda.
3. *Digital Newsroom Transformation: A Systematic Review of the Impact of Artificial Intelligence on Journalistic Practices, News Narratives, and Ethical Challenges*. MDPI jurnalida e'lon qilingan tizimli tahlilda jurnalistika va SI integratsiyasi, shaxsiylashtirilgan kontentga bo'lgan yondashuvlar va etik masalalar ko'rib chiqiladi.





4. *AI In The Newspaper Industry Statistics: Reports 2025*. Bu bozor statistikasi SI vositalarining axborot tahririyatlarida kontent personalizatsiyasi (55%), faktlarni tekshirish (66%) va AI qurollaridan samarali foydalanish bo'yicha statistik ko'rsatkichlarni taqdim etadi.

5. Anantrasirichai, N., Zhang, F., & Bull, D. (2025). *Artificial Intelligence in Creative Industries: Advances Prior to 2025*. ArXiv. Ushbu ilmiy maqola yaratish jarayonlarida generativ SI va multimodal yondoshuvlar asosida kontentni avtomatlashtirish va optimallashtirish konsepsiyalarini tahlil qiladi.

6. Sharkov, F. I., Potapchuk, V. A., & Golushko, N. I. (2025). *Innovatsii mediaindustrii: novye media i iskusstvennyj intellekt*. Kommunikologiya, 13(1), 13–24. Ushbu maqola media sohasida SI texnologiyalarining innovatsion ta'siri va ularning mediamatn yaratish jarayonlaridagi funksiyalarini tadqiq etadi.

7. *Применение ИИ в российских медиа: опыт и перспективы*. RAEC analitik hisobotida global media bozorining SI texnologiyalaridan foydalangan holda transformatsiya jarayonlari va 2026 yilgacha bo'lgan prognozlar tahlil qilingan.

8. PwC. *Global Entertainment & Media Outlook 2025–29*. PwC ning global hisobotiga ko'ra, 2029 yilga qadar media sanoati daromadining \$3,5 trillionga yetishi kutilmoqda va shaxsiylashtirilgan AI reklamalar o'sishda muhim rol o'ynaydi.

