

MEDIA ALGORITMLARI VA SUN'IY INTELLEKT: AXBOROT OQIMINING BOSHQARUVI

Ibragimova Dilnura

Chirchiq davlat pedagogika universiteti Turizm fakulteti xorijiy til va adabiyoti
yo'nalishi 1-bosqich talabasi

Ilmiy rahbar: **Urazaliyeva Mavluda**

Annotatsiya: Ushbu maqolada media algoritmlari va sun'iy intellektning jamiyatimizdagi ahamiyati va axborot oqimini boshqarishdagi ta'siri yoritiladi. Xususan, media platformalar foydaluvchilarning qiziqish va xohishlariga mos individual axborot lentasi shakllantirib beruvchi algoritmlari hamda sun'iy intellektning xabarlarini qayta ishlash va foydalanuvchilar bilan muloqatni avtomatlashtirishdagi funktsiya ko'rib chiqiladi. Maqolada ushbu texnologiyalarning ijobiy va salbiy jihatlari, jamiyatdagi axborot madaniyatiga hamda inson ongiga o'tkazadigan ta'siri haqida ham fikrlar bildirilgan.

Kalit so'zlar: Media algoritmlari, sun'iy intellekt, raqamli muhit, ishonchlilik, axborot madaniyati, internet, "filter bubble"

Abstract: This article highlights the importance of media algorithms and artificial intelligence in our society and their impact on managing information flow. In particular, it examines how media platforms create personalized information feeds based on users' interests and preferences, as well as the role of artificial intelligence in processing messages and automating communication with users. The article also discusses the positive and negative aspects of these technologies, their influence on information culture, and their effect on human consciousness.

Keywords: Media algorithms, artificial intelligence, digital environment, reliability, information culture, internet, "filter bubble"

Аннотация: В данной статье рассматривается значение медиаалгоритмов и искусственного интеллекта в современном обществе и их влияние на управление информационными потоками. В частности, анализируется, как медиа-платформы формируют индивидуальные новостные ленты в соответствии с интересами и предпочтениями пользователей, а также роль искусственного интеллекта в обработке сообщений и автоматизации общения с пользователями. В статье также обсуждаются положительные и отрицательные стороны этих технологий, их влияние на информационную культуру и сознание человека.

Ключевые слова: Медиаалгоритмы, искусственный интеллект, цифровая среда, надежность, информационная культура, интернет, “filter bubble”

Kirish. Bugungi raqamli davrda, media algoritmi bu ijtimoiy tarmoqlar, saytlar va onlayn platformalarda foydalanuvchiga ko'rsatiladigan axborotni tartiblash, tanlash va tavsiya etish uchun ishlatiladigan dasturiy tizimdir. Ushbu algoritmlarning asosiy vazifasi axborot oqimini boshqarish, foydalanuvchi xohishini amalga oshirish va platformaga nisbatan qiziqishni oshirishdan iborat. 15-20 yil oldin faqat qidiruv tizimlarida qo'llanilgan bu algoritmlar hozirgi kunda bizning har bir harakatimizda ishlatiladi. Masalan, YouTube qanday video tavsiya qiladi, TikTok “Siz uchun” lentasi qanday shakllanadi, Facebook yangiliklar oqimida qanday postlarni birinchi o'ringa qo'yadi – bularning hammasi murakkab algoritmlar tomonidan yaratiladi. So'nggi yillarda sun'iy intellekt an'anaviy algoritmlarni yangi darajaga ko'tardi.

Oldinlari an'anaviy algoritmlar asosan foydalanuvchi harakatlariga “reaksiya” sifatida ishlagan bo'lsa, endilikda zamonaviy AI tizimlari yaratish, boshqarish hamda oldindan tahmin qilish (predicting) qobiliyatiga ham ega bo'ldi. “Machine Learning” modellari milliardlab foydalanuvchilar harakatlarini tahlil qilib, ularning istaklarini ham aniqlay oladi. “NLP” vositalari esa yangilik va maqolalarning mazmunini tushunadi va ularni qaysi auditoriyaga mos kelishini ajrata oladi.

Asosiy qism: Media algoritmlarining rivojlanish jarayoni insoniyatning axborotni qabul qilish jarayoniga sezilarli ta'sir ko'rsatgan. Dastlabki bosqichda media platformalar foydalanuvchilarga yangiliklarni teskari xronologik tartibda, ya'ni eng yangi postlar birinchi bo'lib ko'rsatilgan. Bu davrda foydalanuvchi o'zi xohlagan ma'lumotni qo'lda tanlab olishi kerak bo'lgan. Bu tizim sodda va shaffofligiga qaramasdan, foydalanuvchilarning ehtiyojini qondira olmagan. 2000-yillarning so'ngigiga kelib, platformalar bu tizimdagi kamchiliklar ko'payganini anglay boshladilar. 2009-yil bu yo'nalishda muhim burilish davri bo'ldi. Facebook ilk marta “News Feed Ranking Algorithm” ni joriy qildi. Bu tizim foydalanuvchining “like”, “comment” va “share” kabi harakatlarini tahlil qilib, foydalanuvchi eng ko'p qiziqqan turdagi postlarni oldingi o'rinlarda chiqarishni boshladi. Keyinchalik bu model boshqa platformalar, jumladan YouTube (2012) va Instagram (2016) tomonidan ham qo'llanila boshlandi. Resolnsights.com saytida ta'kidlanishicha, o'sha davrda bunday algoritmlar foydalanuvchini ekranda uzoqroq ushlab turish maqsadida ishlab chiqilgan edi. Ular “foydalanuvchi nimani yoqtiradi, kim bilan o'zaro aloqada bo'ladi va qaysi turdagi postlarga e'tibor beradi” degan ma'lumotlar asosida ishlay boshlagan. Shu orqali internetdagi kontent oqimi ilk bor matematik model orqali boshqarila boshlagan.

2010-2015-yillarda media platformalar “Machine Learning” texnologiyalarini qo'llashni boshladi. Bu esa algoritmlarga foydalanuvchi xatti-harakatlarini yanada chuqurroq tahlil qilish imkonini berdi. Masalan, YouTube algoritmi foydalanuvchining qidiruv so'rovlarini, ko'rish vaqtini, video davomiyligini o'rganib, unga mos yangi videolarni tavsiya qila boshadi. So'nggi yillarda media algoritmlari yanada murakkablashdi va sun'iy intellekt asosida ishlaydigan tizimlarga aylandi. TikTokning “Siz uchun” sahifasi (FYP) bu evolyutsiyasining eng yorqin namunasilaridan biridir. Ushbu algoritim har bir foydalanuvchi uchun individual tarzda kontent tanlab beradi, nafaqat layk va sharhlarni, balki videoni tomosha qilish davomiyligi va takroriy ko'rishlar sonini ham hisobga oladi. Biroq bu jarayon bilan birga bir qancha muammolar ham paydo bo'ldi. Foundationdescartes.org manbalariga ko'ra, media algoritmlarning haddan tashqari shaxsiylashtirilganligi “filter bubble” muammosini keltirib chiqargan. “Filter bubble” – bu onlayn muhitda foydalanuvchi faqat ilgari ko'rsatgan qarshi fikrlar va turli nuqtai nazarlarni kamroq ko'radi, ya'ni shaxsiy qiziqishlari, xatti-harakatlari, qidiruv tarixlari asosida filtrlangan axborot maydoniga yopilish ehtimoli. “Filter bubble” tushunchasini birinchi marta amerikalik muallif va tadqiqotchi Eli Pariser 2011-yilda o'zining “The Filter Bubble: What the internet is hiding from you” kitobida keng tahlil qilingan. “Filter bubble” ko'rinmas devor bo'lib, u insonni qarama-qarshi fikrlar va yangi g'oyalardan ajratib, o'ziga tanish dunyoga qamab qo'yadi. Bugungi kunda “filter bubble” nafaqat onlayn hayotimizga, balki real hayotimizga ham o'z ta'sirini o'tkazmoqda.

Doimiy ravishda bir xil turdagi kontent ko'rib, yangi g'oyalar bilan tanishish imkoniyatini yo'qotamiz. Bu esa tanqidiy fikrlash qobiliyatimizni zaiflashtiradi, ijodkorlikni yo'q qiladi. Boshqalarning fikrini tushunish qobiliyati susayadi, natijada jamiyat turli qarashdagi guruhlariga bo'linib ketadi. Shu bilan bir qatorda, uning ijobiy jihatlari ham yo'q emas. “Filter bubble” psixologik jihatdan foydali bo'lib, u qarama-qarshi va stressli kontentga duch kelishdan himoya qiladi. Bu odamlarga o'zlari uchun muhim bo'lgan mavzularga diqqatni jamlashga imkon beradi va ma'lum darajada tinchlikni saqlaydi. Bundan tashqari, soxta ma'lumotlar tarqalishi, manipulyativ reklama va shaxsiy ma'lumotlarning xavfsizligi kabi masalalar ham dolzarb bo'lib qolgan. Shu bois, bu tizimga ongli yondashish va shaffoflikni ta'minlash jamiyatning har bir a'zosiga tegishli mas'uliyatdir.

Xulosa: Media algoritmi va sun'iy intellekt axborot oqimini boshqarishda muhim rol o'ynaydi. Bugungi kunda algoritmlar shunchaki kontentni tartiblash yoki foydalanuvchiga mos axborotni ko'rsatish vositasi emas, balki global axborot oqimini boshqaruvchi markaziy tizimga aylangan. Ular insonlarning dunyoqarashi, siyosiy

qarashlari va xatti-harakatlarini shakllantirishda muhim rol o'ynamoqda. Shu bois, algoritmik tizimlarning faoliyatini shaffoflik, adolat, xolislik va axloqiy tamoyillar asosida rivojlantirish nafaqat texnologik, balki ijtimoiy va axloqiy jihatdan ham global vazifaga aylangan.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. bbc.co.uk – “Does everyone see the same news stories?”
2. en.wikipedia.org – “Filter bubble”
3. resoinsights.com – “Evolution of Social Media Algorithms: The Invisible Hand Guiding Our Online Experience”
4. vistasocial.com – “The Evolution of Social Media Algorithms: A 2025 Guide for Digital Marketers”