

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ ЖУРНАЛИСТИКИ-2026: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИМПЕРАТИВЫ ДЛЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ УЗБЕКИСТАНА

Нозима Муратова,^{id}

Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана

Аннотация: Мировая индустрия журналистики переживает период трансформации беспрецедентного масштаба под давлением искусственного интеллекта и экономики создателей контента. На основе исследования Reuters Institute (280 руководителей редакций из 51 страны), проведенного в январе 2026 г., настоящая статья анализирует восемь ключевых тенденций: революцию поисковых систем (падение трафика на 43% в течение трех лет), конкуренцию со стороны creator economy (\$500 млн к 2027 г.), стратегический поворот к уникальному контенту, развитие мультимедийного "liquid content", внедрение агентного AI (75% редакций ожидают большого влияния), распространение дипфейков (+1780% с 2019 по 2024 гг.), упадок социальных медиа и новостную усталость, трансформацию бизнес-моделей. На основе проведенного анализа сформулированы рекомендации для реформы журналистского образования в Узбекистане, включая интеграцию AI-грамотности, укрепление связей с индустрией, развитие медиаграмотности, создание исследовательских центров и разработку этических рамок для использования AI.

Ключевые слова: журналистика, журналистское образование, искусственный интеллект, медиатренды, дезинформация, дипфейки, creator economy, мультимедийная журналистика

1. Введение

Мировая индустрия средств массовой информации находится в состоянии радикальной трансформации. Два взаимосвязанных явления создают беспрецедентное давление на традиционные новостные организации и переопределяют профессиональный ландшафт журналистики: (1) революция в области искусственного интеллекта, которая фундаментально меняет способы доступа аудитории к информации, и (2) взрывной рост экономики создателей контента (creator economy), которая переводит журналистскую функцию из рук профессиональных редакций в руки независимых инфлюэнсеров и контент-мейкеров (Journalism (1), 2026). Рассмотрим подробнее эти тенденции.

1.1. Контекст и актуальность проблемы

Журналистское образование — критическая точка пересечения двух упомянутых выше тенденций. Высшие учебные заведения (вузы), специализирующиеся на журналистике, сталкиваются с экзистенциальным вызовом: они должны готовить журналистов для мира, который радикально отличается от того, для которого они готовили студентов десять лет назад. Традиционный курс обучения, сосредоточенный на иссле-

DOI:

<https://doi.org/10.62499/>

ijmcc.vi11.232

Цитировать:

Муратова, Нозима. 2026.
ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ
ЖУРНАЛИСТИКИ-2026:
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИМПЕРАТИВЫ
ДЛЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО
ОБРАЗОВАНИЯ
УЗБЕКИСТАНА
Международный научный
журнал медиа и коммуникаций
в Центральной Азии. 12: 75-91

довании, интервьюировании и написании, больше не достаточен (Why, 2025). Одновременно возникает стратегическая возможность: вузы, которые успешно адаптируют свои образовательные модели, могут сыграть роль катализаторов трансформации всей журналистской индустрии (Sennott, 2026).

1.2. Источники данных и методология

Настоящее исследование основано на материалах Reuters Institute for the Study of Journalism (Almcorp, 2026), опубликованных в январе 2026 г. (Journalism (1), 2026; All together, 2024). Ключевым источником является масштабный отчет "Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2026", подготовленный на основе опроса 280 старших редакторов, руководителей редакций и специалистов по коммуникациям из 51 страны мира (Almcorp, 2026; Journalism (1), 2026). Дополнительно использованы результаты исследований международных организаций (IFJ, INMA, DW Akademie), академических публикаций в области журналистского образования и аналитических отчетов профессиональных ассоциаций.

1.3. Цели и вопросы исследования

Настоящее исследование преследует следующие цели:

1. Идентификация ключевых трендов: выявить восемь наиболее значимых тенденций, трансформирующих глобальную индустрию журналистики в 2026 году.
2. Анализ последствий для образования: проанализировать навыки и компетенции, требующиеся журналистам в новом контексте.
3. Формулирование рекомендаций: разработать конкретные стратегические рекомендации для реформы журналистского образования в Узбекистане.

1.4. Структура исследования

Исследование структурировано в соответствии с методологией IMRAD: (1) Введение, включающее обоснование актуальности проблемы; (2) Результаты, представляющие восемь ключевых трендов с анализом их масштаба и последствий; (3) Обсуждение, раскрывающее императивы для журналистского образования; (4) Рекомендации, содержащие конкретные стратегические направления для развития журналистского образования в Узбекистане; (5) Заключение.

2. Результаты

С точки зрения масштаба трансформации традиционная модель распределения журналистского контента через поисковые системы подвергается критическому пересмотру. Искус-

ственный интеллект трансформирует поисковые системы в "answer engines" — системы, которые предоставляют прямые ответы на запросы пользователей без необходимости переходить на веб-сайты издателей (Why, 2025). Фактически мы наблюдаем революцию поисковых систем.

2.1. Революция поисковых систем: от SEO к AEO

Данные о масштабе проблемы являются тревожными:

— Прогноз падения трафика: Издатели ожидают снижения трафика из поисковых систем на 43% в течение следующих трех лет, при этом 20% респондентов прогнозируют потери свыше 75%;

— Текущие тренды: Органический трафик из Google уже упал на 33% в глобальном масштабе и на 38% в США за период ноября 2024 — ноября 2025 гг.;

— AI Overviews: Появление AI Overviews от Google в 10% результатов поиска в США является основным драйвером снижения трафика;

— Эффект нулевых кликов: исследования показывают резкое увеличение "нулевых кликов" (zero-click behavior) при отображении AI Overviews.

Наиболее уязвимым оказывается lifestyle-контент и сервисная журналистика (погода, телепрограммы, гороскопы), тогда как контент по актуальным новостным темам остается относительно защищенным благодаря факторам новизны и оригинальности (Why, 2025).

Стратегический ответ на происходящее — AEO и Really Simple Licensing. Медиаиндустрия разрабатывает новые стратегии оптимизации, адаптируя классические SEO-методы для интерфейсов чат-ботов и overview-блоков (Answer Engine Optimization — AEO и Generative Engine Optimization — GEO) (Why, 2025). Параллельно развивается система Really Simple Licensing (RSL), запущенная в сентябре 2025 г. (Artificial, 2025; DW Akademie, 2026). RSL позволяет издателям встраивать машиночитаемые условия лицензирования непосредственно в robots.txt, устанавливая тарифы по подписке за каждое сканирование или за использование в ответах AI-систем (DW Akademie, 2026). Поддержку RSL объявили Reddit, Yahoo, Medium, Quora и MIT Press (DW Akademie, 2026).

2.2. Экономика создателей контента: новая конкуренция за внимание аудитории

Масштаб явления таков, что по прогнозам Goldman Sachs экосистема независимых создателей контента — Creator economy достигнет \$500 млрд к 2027 г. (New curriculum, 2025). Персонализированные создатели контента и инфлюенсеры часто

опережают институциональные новостные бренды по охвату и вовлеченности аудитории (Journalism (1), 2026; 10 innovative, 2025).

Статистика также отражает масштаб сдвига в медиапотреблении: 76% медиа-руководителей планируют поощрять своих сотрудников "вести себя как создатели контента" в 2026 году (All together, 2024). Аудитория все чаще обращается к контент-мейкерам за новостями, анализом и мнениями (Sustainable, 2026). Кроме того, независимые создатели имеют полный контроль над созданием и распределением контента без редакционных посредников (Sustainable, 2026), а платформы YouTube, TikTok, Substack создали новый тип журналистов-предпринимателей, которые монетизируют аудиторию через подписки, рекламные программы платформ и спонсорство (Sustainable, 2026; New curriculum, 2025).

Какой будет реакция традиционных медиа? Reuters Institute прогнозирует, что в 2026 г. крупные издатели создадут отдельные бренды, ориентированные на создателей контента, с отличными редакционными стандартами и моделями монетизации (Artificial, 2025). Ожидается запуск программы сертификации создателей контента — механизма опциональной верификации журналистских создателей, соответствующих определенным отраслевым стандартам (Artificial, 2025).

2.3. Стратегический поворот к уникальному контенту

Анализ редакционных приоритетов показывает, что в условиях, когда искусственный интеллект генерирует персонализированный контент по неограниченному количеству тем, издатели переориентируют свои стратегии на контент, который машины не могут воспроизвести. Исследование Reuters выявило драматические сдвиги в инвестиционных приоритетах (Artificial, 2025; 10 innovative, 2025).

Контент, в который издатели планируют увеличить инвестиции (%):

- Репортажи на месте событий: +91;
- Анализ и контекстуализация: +82
- Построение сообществ (живые мероприятия): +75
- Человеческие истории: +72
- Фактчекинг и верификация: +63
- Мнения и комментарии: +55

Контент, предназначенный к сокращению:

- Общие новости, которые могут воспроизвести чатботы: -38%
- Сервисная журналистика.

Этот поворот отражает стратегическое осознание того, что в эпоху AI ценность журналистики заключается не в ско-

рости передачи фактов (которую AI может значительно пре-
взойти), а в глубине анализа, эксклюзивности доступа, че-
ловеческом измерении историй и способности выстраивать
доверительные отношения с аудиторией (Journalism (1), 2026;
10 innovative, 2025).

2.4. *Liquid content: мультиформатное будущее журнали- стики*

Сформулируем определение и рассмотрим характеристики
понятия "liquid content" (жидкого контента). Концепция это-
го понятия становится новой парадигмой производства жур-
налистского контента (All together, 2024; Reuters, 2026; What
is, 2025). Это подход, при котором контент создается модуль-
ным образом и легко адаптируется для различных платформ,
устройств и сегментов аудитории — от коротких видео для
TikTok и YouTube до аудиобрифингов для умных колонок
и интерактивных резюме для чатботов (All together, 2024;
Reuters, 2026).

Ключевыми характеристиками liquid content являются:

- Адаптивность: автоматическая настройка макета и
презентации под различные размеры экранов;
- Модульность: построение из меньших, повторно ис-
пользуемых компонентов;
- Персонализация: изменение в зависимости от преды-
дущего использования читателем;
- Контекстная релевантность: учет потребностей поль-
зователя в конкретный момент (Reuters, 2026; What is, 2025).

В том, что касается инвестиционных приоритетов, сле-
дует заметить, что издатели значительно перераспределя-
ют инвестиции: увеличение вложений в видео (+79) и аудио
(+71) отражает признание того, что мультиформатное произ-
водство становится стандартом (All together, 2024). Финская
общественная телерадиокомпания Yle экспериментирует с
созданием различных версий одного материала с помощью AI
для соответствия потребностям пользователей в определен-
ный момент времени (Reuters, 2026). Это переосмысляет саму
природу журналистского продукта.

2.5. *Агентный искусственный интеллект в редакциях*

Внедрение AI в редакциях реализуется по схеме "три волны"
(Artificial, 2025):

Волна 1 (2023-2024 гг.) — базовая автоматизация:

- Транскрипция, перевод, базовое написание;
- 97% считают важной backend-автоматизацию.

Волна 2 (2024-2025 гг.) — интеллектуальная помощь:

- Пилотные системы, интегрированные в CMS;

— Установленные рамки управления.

Волна 3 (2026 г.) — агентный AI и сквозные рабочие процессы:

75% респондентов ожидают, что агентные инструменты окажут значительное или очень значительное влияние (Almcorp, 2026; Artificial, 2025):

— Автономные AI-агенты, выполняющие сложные многоэтапные задачи;

— Автоматизация сбора новостей.

Рассмотрим механизм и применение агентного AI. По существу, такой AI — это системы, которые видят, думают, действуют и учатся в замкнутом цикле: восприятие → анализ/рассуждение → действие → обучение (The rise, 2025). Reuters уже использует автоматические оповещения о доходах компаний, изменениях руководителей, мониторинг веб-сайтов и машинный перевод (Four scenarios, 2025). В планах — персонализированный поиск, автоматизированная верификация источников, оптимизация рабочих процессов (Four scenarios, 2025).

2.6 Дипфейки, дезинформация и кризис доверия

Распространение дипфейков создает беспрецедентно масштабную угрозу информационной достоверности (Most, 2025; Journalists, 2020):

— Дипфейки с нон-консенсуальным контентом увеличились на 1780% с 2019 по 2024 гг.;

— 68% дипфейков практически неотличимы от оригинальных медиапродуктов;

— Потребители правильно идентифицируют дипфейк-аудио в 73% случаев, видео — в 86%;

— Только 13% компаний имеют протоколы против дипфейков;

— 22% людей никогда не слышали о дипфейках.

Дипфейки угрожают демократическим институтам через политические манипуляции, особенно во время избирательных циклов, и создают "дивиденды лжеца" — ситуацию, когда подлинные материалы отвергаются как фальшивые (Most, 2025).

В этих условиях "Breaking Verification" становится стратегическим ответом настолько же важным, как "Breaking News". Доверие выстраивается через (All together, 2024):

— Радикальную прозрачность — демонстрацию "как была создана новость";

— Четкое опознание использования AI;

— Внедрение стандартов C2PA для аутентификации контента;

— Создание базы данных аутентифицированного новостного контента через Journalism Authentication Alliance (Artificial, 2025).

Статистика показывает, что 49% людей стали меньше доверять социальным медиа после знакомства с дипфейками, при этом профессиональные новостные организации сохраняют более высокий уровень доверия (70% для местных, 56% для национальных, против 37% для социальных медиа платформ) (Journalists, 2020).

2.7. Упадок социальных медиа и новостная усталость

Наступает настоящий кризис социальных платформ: исследования показывают, что реферальный трафик из Facebook и X резко упал в последние годы (10 innovative, 2025). Время, проведенное в социальных медиа, достигло пика около 2022 г. и теперь снижается, особенно среди молодых пользователей в Европе (Emerging, 2025). 2026 г. прогнозируется как переломный год массовой социальной усталости (Emerging, 2025).

Причины:

- Наводнение низкокачественным AI-генерируемым контентом (AI slop);
- Партизанское владение платформами;
- Агрессивные рекламные практики;
- Проблемы ментального здоровья (Emerging, 2025).

Кроме того, выявлен феномен новостной усталости: две трети взрослых американцев чувствуют себя "истощенными" объемом получаемых новостей (New year, 2025). Это психологическое состояние приводит к новостному избеганию (news avoidance). Предлагаемые стратегии противодействия включают (New year, 2025):

- Специальный контент для news avoiders;
- Фокус на социальной пользе новостей;
- Акцент на редакционных ценностях;
- Более спокойный, объяснительный тон.

2.8. Трансформация бизнес-моделей

Традиционная рекламная модель устаревает, что, в свою очередь, провоцирует диверсификацию доходов: 76% коммерческих издателей называют платный контент главным приоритетом в 2026 г., опережая нативную рекламу (64%) и события (54%) (This is where, 2026).

События заняли третье место по величине источника доходов. Индустрия событий прогнозируется на уровне \$1,346.9 млрд в 2025 г. (Agentic AI, 2025). Цифровая видеореклама выросла на 20,9% год к году (The creator, 2025).

Really Simple Licensing (RSL) как модель лицензирования

представляет потенциально масштабируемую модель получения компенсации за использование контента AI-системами (Artificial, 2025; DW Akademie, 2026). Однако успех зависит от добровольного использования модели крупными AI-игроками (DW Akademie, 2026). Параллельно The New York Times, News Corp, Vox Media заключают прямые лицензионные соглашения (DW Akademie, 2026).

3. Обсуждение

Восемь выявленных трендов раскрывают фундаментальную переориентацию журналистской экосистемы. Традиционная модель, в которой редакции обладают монополией на отбор, проверку и распределение информации, подвергается критическому пересмотру на трех "фронтах" одновременно: (1) технологическом (AI и answer engines перехватывают трафик), (2) аудиториальном (creator economy предлагает альтернативные источники информации) и (3) экономическом (реклама перестает быть надежным источником дохода) (Almcorp, 2026; Journalism (1), 2026).

3.1. Ключевые трансформации журналистской экосистемы

Ответ индустрии четко артикулирован в стратегиях редакций: вместо того, чтобы конкурировать с AI на поле скорости и объема, редакции фокусируются на том, что машины не могут делать эффективно — глубоком анализе, исследовании, человеческом измерении, верификации (Artificial, 2025; 10 innovative, 2025). Это стратегический сдвиг от "быть первым" к "быть лучшим".

3.2. Критические вызовы для журналистского образования

Описанные выше трансформации создают глубокий разрыв между тем, что вузы, специализирующиеся на журналистике, преподают, и тем, что требует индустрия. Исследования выявляют три основных проблемы (Journalism (2), 2026; Our podcast, 2026).

Теоретический дисбаланс: журналистское образование разобщено с медиаиндустрией, чрезмерно сосредоточено на теоретических аспектах с недостаточным вниманием к практике:

Пробелы в навыках: выпускники неадекватно подготовлены к мультимедийной журналистике, дата-журналистике, веб-продакшене, цифровом производстве.

Слабые партнерства: академико-индустриальное сотрудничество ограничивается подписанием меморандумов с минимальной реальной кооперацией (Journalism (2), 2026).

3.3. Компетенции, требующиеся журналистам в 2026 г.

На основе анализа требований индустрии выделяются следующие четыре группы критических компетенций (4 personalization, 2025; The latest, 2025; Really simple, 2025):

Фундаментальные компетенции (неоспоримая основа):

- Критическое мышление;
- Навыки верификации;
- Предметная экспертиза (машины не могут имитировать);
- AI-грамотность (сотрудничество, но не зависимость).

Цифровые и технические навыки:

— Дата-журналистика (большие данные, статистика, визуализация);

— Мультимедийное производство (текст, видео, аудио, интерактив);

— Мобильная журналистика (MoJo);

— Цифровая безопасность.

Этика и верификация:

— Этическое суждение в фактчекинге;

— Детекция дипфейков и синтетического контента;

— Методы верификации для борьбы с дезинформацией.

Soft skills:

— Эмпатия и построение отношений;

— Лидерство и предпринимательский дух;

— Адаптивность и технологическая гибкость.

3.4. Четыре сценария будущего журналистского образования

Исследование 50 экспертов выявило четыре правдоподобных сценария развития журналистского образования к 2030 г. (Journalism education, 2026).

1. "Назад к основам" — возврат к фундаментальным навыкам и традиционным стандартам.

2. "Микс и матч" — персонализированные траектории обучения с выбором студентов.

3. "Создатели объединились" — обучение как активного участия в журналистике.

4. "Учись всю жизнь" — гибкая, открытая система без традиционных структур.

Вероятнее всего, будущее будет гибридом этих сценариев, адаптированным к локальному контексту (Journalism education, 2026).

4. Рекомендации: стратегические направления для развития журналистского образования в Узбекистане

4.1. Реформа учебных программ

Интеграция AI-грамотности (приоритет 1) включает:

— Обязательные курсы по AI в журналистике: этические аспекты, практическое применение инструментов, критическое осмысление влияния (Really simple, 2026);

— Практические лаборатории: работа с инструментами транскрипции, анализа данных, генерации историй, визуального сторителлинга (Really simple, 2026);

— Модули по синтетическому контенту: детекция дипфейков, верификация, аутентификация (Newsroom, 2025).

Мультимедийные компетенции (приоритет 2):

— Практические лаборатории "liquid content";

— Курсы видео- и аудиопродукции;

— Обучение мобильной журналистике (MoJo).

Дата-журналистика и верификация (приоритет 3):

— Курсы больших данных, Python, аналитические инструменты;

— Практикумы фактчекинга с верификационными организациями (Newsroom, 2025);

— Лаборатории верификации: аутентификация источников, анализ метаданных, обратный поиск (Newsroom, 2025).

4.2. Укрепление связей с индустрией (приоритет 1)

Программы интегрированного обучения:

— Обязательные 6-месячные стажировки в редакциях с четкими стандартами оценки;

— Совместные проекты студентов и профессиональных редакций;

— Приглашенные лекторы из практикующих журналистов.

Создание медиа-лабораторий:

— Local News Data Hub для предоставления дата-журналистских ресурсов местным редакциям (Sasser, Baldassare & Bodine, 2025);

— Студенческие медиапроекты, работающие по профессиональным стандартам;

— Партнерства с узбекистанскими и центральноазиатскими медиа.

4.3. Развитие медиаграмотности (приоритет 2)

Роль в обществе:

— Программы медиаграмотности для средних школ Узбекистана (AI literacy, 2025);

- Публичные лекции и семинары по распознаванию дезинформации и дипфейков (AI literacy, 2025);
- Развитие цифровой грамотности для борьбы с предвзятостью и языком вражды (AI literacy, 2025).

4.4. Исследования и инновации (приоритет 2)

Исследовательский центр:

- Center for Media Innovation для изучения трансформации медиаландшафта Центральной Азии;
 - Мониторинг потребления новостей в Узбекистане;
 - Разработка best practices для узбекистанских медиа.
- Международные партнерства:
- Сотрудничество с DW Akademie (Media and information, 2021);
 - Reuters Institute Fellowship для преподавателей (Social media, 2026);
 - Обмен с журналистскими школами Центральной Азии через OSCE (Journalism (3), 2025).

4.5. Этика и управление AI (приоритет 1)

Этические рамки:

- AI Ethics Board для оценки использования AI в проектах (Schätz & Kirchhoff, 2020);
- Политики и руководства по использованию AI в образовании;
- Обучение принципам: справедливость, прозрачность, объяснимость, надежность, конфиденциальность (Schätz & Kirchhoff, 2020).

4.6. Бизнес-модели и предпринимательство (приоритет 3)

Обучение устойчивости:

- Курсы диверсификации доходов: подписки, события, контент-маркетинг, лицензирование (The creator, 2025);
- Модули по организации событий (Agentic AI, 2025);
- Основы предпринимательства в медиа.

4.7. График реализации рекомендаций (табл. 1).

Таблица 1. Планируемый график реализации

Период	Приоритет 1 (критично)	Приоритет 2 (важно)	Приоритет 3 (развитие)
Q1-Q2 2026	Запуск AI Ethics Board; интеграция AI-курсов; первые стажировки.	Начало Center Media Innovation	Планирование бизнес-курсов
Q3-Q4 2026	Расширение AI-лабораторий; 6-месячные стажировки.	Программы медиаграмотности в школах	Запуск бизнес-модулей
2027	Полная интеграция AI в все программы; укрепление индустриальных связей	Международные партнерства	Расширение предпринимательских инициатив

Источник: собственные изыскания автора

5. Заключение

Глобальная индустрия журналистики в 2026 г. находится на этапе трансформации — перед выбором верного пути дальнейшего развития. Давление со стороны AI-powered answer engines и creator economy создает беспрецедентные вызовы для традиционных медиа. Однако ключевой вывод Reuters Institute звучит прагматично и обнадеживающе: путь через 2026 г. будет труден, но он также проясняет сильные стороны журналистики — оригинальность, глубину, авторитетность и способность выстраивать доверие (Journalism (1), 2026).

Для специализирующихся на журналистике вузов Узбекистана эти глобальные тренды диктуют необходимость стратегической трансформации. Следует готовить журналистов, владеющих не только изначальными навыками и принципами работы — критическим мышлением, этикой, верификацией, но и новыми компетенциями: AI-грамотностью, мультимедийным производством, дата-журналистикой.

Специализированные вузы призваны играть роль не только поставщиков кадров, но и инициаторов трансформации, формирующих журналистский сектор и профессиональный профиль (Sennott, 2026). Это требует смелости экспериментировать, готовности к ошибкам и постоянного диалога с индустрией.

Трансформация не будет быстрой. Но альтернативы нет. Журналистское образование, которое не адаптируется, рискует производить выпускников, не способных найти место в быстро меняющейся медиасреде. Вузы, которые примут вызов и проведут глубокие реформы, смогут стать катализаторами обновления всей медиаиндустрии, готовя журналистов, способных не просто выживать, но процветать в журналистике 2026 г. и за ее пределами.

Список литературы:

Agentic AI: What it is and how it's transforming newsrooms. (2025). Mediologist Software. Retrieved February 28, 2026 from <https://www.mediologysoftware.com/agentic-ai-in-newsrooms/>

AI literacy for journalists: Future skills guide. (2025). Today Digital. Retrieved February 28, 2026 from <https://todaydigital.com/uncategorized/how-aspiring-journalists-can-survive-and-thrive-in-the-age-of-ai-newsrooms/>

All together now: Why the future of Canadian journalism education needs collaboration. (2024). Facts and Frictions. Retrieved February 28, 2026 from <https://factsandfrictions.ca/portfolio-item/forced-change-all-together-now-journalism-education-needs-collaboration/>

Almcorp. (2026, January 12). Journalism trends 2026: Complete guide to media's AI transformation. Retrieved March 08, 2026 from <https://almcorp.com/blog/journalism-media-technology-trends-2026-complete-guide/>

Artificial intelligence in newsrooms: Real-world use cases and transformations. (2025). CXFusion. Retrieved February 28, 2026 from <https://cxfusion.io/en/ai-in-newsrooms/>

DW Akademie in Uzbekistan. (2026). DW Akademie. (n.d.). Retrieved February 28, 2026 from <https://akademie.dw.com/en/dw-akademie-in-uzbekistan/a-18496675>

Emerging technologies and the news. (2025). University of Texas at Austin College of Communication. Retrieved February 28, 2026 from <https://journalism.utexas.edu/innovation/emerging-technology-news>

Four scenarios for journalism education in 2030. (2025). Journalism Global News Forum. Retrieved February 28, 2026 from <https://journalismfundersforum.com/four-scenarios-for-journalism-education-in-2030/>

(1) Journalism trends 2026: Complete guide to media's AI transformation. (2026). Almcorp. Retrieved February 28, 2026 from <https://almcorp.com/blog/journalism-media-technology-trends-2026-complete-guide/>

(2) Journalism education. (2026). OSCE. (n.d.). Retrieved February 28, 2026 from <https://www.osce.org/sites/default/files/f/documents/1/9/41760.pdf>

(2) Journalism, media, and technology trends and predictions 2026. (2026). Reuters Institute for the Study of Journalism. University of Oxford. Retrieved February 28, 2026 from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2026>

(3) Journalism 2026: A global industry fighting for truth, trust and survival. (2025). Waaga Cusub. Retrieved February 28, 2026 from <https://waagacusub.net/articles/4565/Journalism-2026-A-Global-Industry-Fighting-for-Truth-Trust-and-Survival>

Journalists Resource. (2020, December 6). Journalism-school reform in the context of wider media trends. Retrieved February 28, 2026 from

<https://journalistsresource.org/media/journalism-school-reform-media-trends/>

Media and information literacy. (2021). UN Alliance of Civilizations. Retrieved February 28, 2026 from <https://www.unaoc.org/what-we-do/projects-and-initiatives/media-and-information-literacy/>

Most sought-after skills in journalism today. (2025). Journalism Global News Forum. Retrieved February 28, 2026 from <https://jgu.edu.in/opjgublog/most-sought-after-skills-in-journalism/>

New curriculum to include media literacy, oracy and democratic education. (2025). Economist Foundation. Retrieved February 28, 2026 from <https://economistfoundation.org/news/media-literacy/new-curriculum-to-include-media-literacy-oracy-and-democratic-education/>

New year opportunities: Monetizing media events in 2026. (2025). Lineup. Retrieved February 28, 2026 from <https://lineup.com/monetizing-media-events-2026/>

News publishers expect search traffic to drop 43% by 2029. (2026). Search Engine Land. Retrieved February 28, 2026 from <https://searchengineland.com/news-publishers-search-referrals-drop-report-467408>

Newsroom leadership programmes. (2026). Reuters Institute for the Study of Journalism. University of Oxford. Retrieved February 28, 2026 from <https://journalism.utexas.edu/innovation/newsroom-leadership-innovation>

Newsroom leadership & innovation certificate program. (2025). The University of Texas at Austin. Retrieved February 28, 2026 from <https://journalism.utexas.edu/innovation/newsroom-leadership-innovation>

Our podcast: What should we expect from journalism in 2026? (2026). Reuters Institute for the Study of Journalism. University of Oxford. Retrieved February 28, 2026 from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/our-podcast-what-should-we-expect-journalism-2026>

Really simple licensing standard could make AI pay. (2025). Search Engine Land. Retrieved February 28, 2026 from <https://searchengineland.com/really-simple-licensing-461834>

Really simple licensing (RSL) 1.0 specification. (2025). Really Simple Licensing. Retrieved February 28, 2026 from <https://rslstandard.org/rsl>

Really simple licensing (RSL) for AI. (2026). The University of British Columbia. UBC Wiki. Retrieved February 28, 2026 from [https://wiki.ubc.ca/Really_Simple_Licensing_\(RSL\)_for_AI](https://wiki.ubc.ca/Really_Simple_Licensing_(RSL)_for_AI)

Reuters digital report 2026: Journalism's pivot – Navigating the AI-creator economy challenge. (2026). IFJ. Retrieved February 28, 2026 from <https://www.ifj.org/media-centre/news/detail/category/ai/article/reuters-digital-report-2026-journalisms-pivot-navigating-the-ai>

Sasser, P., Baldassare, B., & Bodine, S. (2025). News fatigue and avoidance: How media overload is causing news consumption decline. Al Jazeera Institute. Retrieved February 28, 2026 from <https://institute.aljazeera.net/en/ajr/article/2826>

Schätz, K. & Kirchhoff, S. (2020). New paths in journalism, a crossroads for education. *Journalism Research*. Retrieved February 28, 2026 from <https://journalistik.online/en/paper-en/new-paths-in-journalism-a-crossroads-for-education/>

Sennott, C. (2026). 26 AI and journalism links for 2026. *Olereissmann*. Retrieved February 28, 2026 from <https://olereissmann.com/2026/01/07/26-ai-and-journalism-links-for-2026/>

Social media fatigue in 2026 – declining engagement and platform wars. (2026). *Vigilance Security Magazine*. Retrieved February 28, 2026 from <https://www.vigilance-securitymagazine.com/news/top-categories/industry-news/12160-social-media-fatigue-in-2026-declining-engage>

Sustainable media: Diversified revenue & deeper audience connection. (2026). *Fatchilli Media*. Retrieved February 28, 2026 from <https://fatchillimedia.com/870/beyond-pageviewsabuilding-sustainable-media-through-diversified-revenue-and-deeper-audience-conne>

The creator economy: Journalism meets influencer culture. (2025). *Oman Observer*. Retrieved February 28, 2026 from <https://www.omanobserver.om/article/1172907/magazine/the-creator-economy-journalism-meets-influencer-culture>

The great social media–news collapse. (2023). *The Atlantic*. Retrieved February 28, 2026 from <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2023/11/social-media-news-readership-decline/675890/>

The news is fading from sight on big social media platforms: Where does that leave journalism? (2023). *The Conversation*. Retrieved February 28, 2026 from <https://theconversation.com/the-news-is-fading-from-sight-on-big-social-media-platforms-where-does-that-leave-journalism-218522>

The rise of liquid content. (2025). *Linkedin*. Retrieved February 28, 2026 from <https://www.linkedin.com/pulse/rise-liquid-content-hemang-davé-9kpce>

This is where publishers think the money will be in 2026. (2026). *MediaWeek Australia*. Retrieved February 28, 2026 from <https://www.mediaweek.com.au/this-is-where-publishers-think-the-money-will-be-in-2026/>

The latest deepfake facts & statistics (2026). (2025). *Programs.com*. Retrieved February 28, 2026 from <https://programs.com/resources/deepfake-stats/>

What is "liquid content" and why should we talk about it? (2025). *INMA*. Retrieved February 28, 2026 from <https://www.inma.org/blogs/newsroom-initiative-newsletter/post.cfm/what-is-liquid-content-and-why-should-we-talk-about-it>

Why the news industry needs to invest in creator-model journalism. (2025). *Substack*. *Charlessennott*. Retrieved February 28, 2026 from <https://charlessennott.substack.com/p/why-the-news-industry-needs-to-invest>

4 personalization strategies to beat AI fatigue in 2026. (2025). *Porchgroup Media*. Retrieved February 28, 2026 from <https://porchgroupmedia.com/blog/ai-fatigue/>

10 innovative teaching methods revolutionizing classrooms today. (2025). Epistemo. Retrieved February 28, 2026 from <https://epistemo.in/blog/10-innovative-teaching-methods-revolutionizing-classrooms-today/>

Об авторе:

Муратова Нозима Фахритдиновна — доктор филологических наук (DSc), доцент, проректор Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана по науке и инновациям, nozimamuratova@gmail.com

GLOBAL TRENDS IN JOURNALISM-2026: STRATEGIC IMPERATIVES FOR JOURNALISM EDUCATION IN UZBEKISTAN

Abstract: The global journalism industry is undergoing a period of unprecedented transformation under pressure from artificial intelligence and the creator economy. Based on a Reuters Institute study (280 editorial managers from 51 countries) conducted in January 2026, this article analyzes eight key trends: the search engine revolution (a 43% drop in traffic over three years), competition from the creator economy (\$500 million by 2027), a strategic shift towards unique content, the development of multi-format “liquid content”, the introduction of agent AI (75% of editorial offices expect a major impact), the spread of deepfakes (+1780% from 2019 to 2024), the decline of social media and news fatigue, and the transformation of business models. Based on the analysis, recommendations have been formulated for reforming journalism education in Uzbekistan, including the integration of AI literacy, strengthening ties with industry, developing media literacy, creating research centers, and developing an ethical framework for the use of AI.

Keywords: journalism, journalism education, artificial intelligence, media trends, disinformation, deepfakes, creator economy, multimedia journalism

About the author:

Muratova Nozima Fakhritdinovna — Doctor of Philology (DSc), Associate Professor, Vice-rector of the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan for Science and Innovation, nozimamuratova@gmail.com

JURNALISTIKANING GLOBAL TRENDLARI-2026: O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA TA‘LIMI UCHUN STRATEGIK IMPERATIVLAR

Annotatsiya: Jahonjurnalistikasanoatisun’iy intellektvakontentyaratuvchilar iqtisodiyoti bosimi ostida misli ko‘rilmagan miqyosdagi o‘zgarishlar davrini boshdan kechirmoqda. Reuters instituti (51 mamlakatdan 280 ta tahririyat rahbari) tomonidan 2026-yil yanvar oyida o‘tkazilgan tadqiqot asosida ushbu maqola sakkizta asosiy tendentsiyani tahlil qiladi: qidiruv tizimi inqilobi (uch yil ichida trafikning 43 foizga pasayishi), creator economy raqobati (2027 yilga kelib 500 million dollar), noyob tendentsiyaga strategik burilish kontent, ko‘p formatli "suyuq tarkib" ni ishlab chiqish, agent AI-ni joriy etish (tahririyatlarning 75 foizi katta ta'sirni kutmoqda), chuqur feyklarning tarqalishi (2019 yildan 2024 yilgacha+1780%), ijtimoiy medianing pasayishi va yangiliklar charchoqlari, biznes modellarining o'zgarishi. O‘tkazilgan tahlil asosida O‘zbekistonda jurnalistik ta‘limni isloh qilish, jumladan, AI savodxonligini integratsiya qilish, sanoat bilan aloqalarni mustahkamlash,

media savodxonligini rivojlantirish, tadqiqot markazlarini yaratish va AIdan foydalanish uchun axloqiy asoslarni ishlab chiqish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kalit so'zlar: jurnalistika, jurnalistik ta'lim, sun'iy intellekt, media tendensiyalari, dezinformatsiya, dipfeyklar, ijodkor iqtisodiyoti, multimedia jurnalistikasi

Mualliflar haqida:

Muratova Nozima Faxritdinovna — filologiya fanlari doktori (DSc), dotsent, O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti fan va innovatsiyalar bo'yicha prorektori, nozimamuratova@gmail.com