

МРНТИ 19.71/19.01.11

<https://doi.org/10.26577/HJ20257739>**Е.В. Байняшева** , **А.М. Жусупова\*** , **Г.Т. Маркабаева** 

Костанайский региональный университет имени Ахмет Байтұрсынұлы,

Костанай, Казахстан

\*e-mail: zhussupova\_a@mail.ru

## **ИНТЕГРАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЙ AI В ЖУРНАЛИСТИКУ КАЗАХСТАНА: ОПЫТ, БАРЬЕРЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Профессионалы сферы медиа не могли предположить, насколько стремительно Artificial intelligence (AI), так называемый, искусственный интеллект, войдет в профессию, связанную с написанием журналистских текстов. Реальность же сегодня такова: инструменты AI помогают авторам статей и телерадиопрограмм создавать творческие проекты, усиливая мобильность и оперативность.

**Цель настоящего** исследования заключается в анализе факторов интеграции технологий искусственного интеллекта в журналистскую практику Казахстана. Основное направление работы – исследование практики применения ИИ в создании, распространении и обработке журналистских материалов, а также оценка его воздействия на творческие процессы массмедиа. Исследование фокусируется на анализе применения ИИ в редакционной работе, с учетом этических вопросов и влияния технологий на процессы написания и распространения контента.

**Научная значимость** работы заключается в выявлении степени интеграции ИИ в казахстанскую журналистику, что позволяет расширить понимание его роли и потенциала в изменяющемся медиапространстве.

**Практическая значимость** исследования определяется необходимостью актуализации проблем журналистской этики и достоверности информации, а также потребностью в улучшении профессиональной подготовки журналистов для эффективного использования AI.

**Методология исследования** включает анкетирование 103 респондентов, включая журналистов и студентов, с целью выявления их отношения к инструментам ИИ и оценки воздействия новых технологий на работу медиасообщества. Также были использованы методы контент-анализа и мониторинга научных публикаций, что позволило выявить тенденции и подходы к интеграции ИИ в журналистику.

**Основные результаты** исследования показывают высокий уровень осведомленности о технологиях ИИ среди журналистов Казахстана, а также выявляют основные барьеры, такие как необходимость доработки контента, созданного ИИ, человеком. В исследовании подчеркнуты различия в отношении к этичности применения AI, причем большинство респондентов считают его использование в журналистике этичным, но существует группа, которая придерживается противоположного мнения.

**Ценность проведенного исследования** заключается в его вкладе в развитие понимания роли ИИ в казахстанской журналистике и в предложении путей для улучшения интеграции ИИ в медиапрактику. Практическое значение работы заключается в рекомендациях для профессиональной подготовки журналистов и разработке этических стандартов в применении ИИ в журналистике, что способствует улучшению качества и эффективности работы журналистов.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, журналистская практика Казахстана, цифровая журналистика, этика в журналистике, интеграция технологий.

Y.V. Bainyasheva, A.M. Zhussupova\*, G.T. Markabaeva

Akhmet Baitursynuly Kostanay Regional University, Kostanay, Kazakhstan

\*e-mail: zhissupova\_a@mail.ru

### **Integration of AI Technologies into Journalism in Kazakhstan: Analysis, Barriers and Prospects**

Until recently, the idea that Artificial Intelligence (AI) could be applied to the profession of writing journalistic texts seemed unimaginable. Today, however, AI tools assist authors of articles, radio, and TV programs in creating creative projects and being more mobile.

*This study aims* to analyze the integration of AI technologies into journalistic practice in Kazakhstan. It focuses on the application of AI in the creation, distribution, and processing of journalistic materials, and assesses its impact on creative processes in mass media. The research examines AI's role in editorial work, with particular attention to ethical issues and its effects on content creation and distribution.

*The scientific significance* of the work lies in understanding the degree of AI integration into Kazakhstan's journalism, providing insights into its role and potential in the evolving media space.

*The practical significance* lies in the need to address journalistic ethics and information credibility, as well as the need to improve professional journalistic training for effective AI use.

*The research methodology* includes a survey of 103 respondents, including journalists and students, to assess their attitudes toward AI tools and the impact of new media technologies. Content analysis and monitoring of scientific publications were also conducted to identify trends and approaches to AI integration in journalism.

*The study reveals* a high level of AI awareness among journalists in Kazakhstan and identifies key barriers, such as the need for human refinement of AI-generated content. It also highlights differing attitudes toward AI ethics, with most respondents viewing its use in journalism as ethical, while some consider it unethical.

*The study's value* lies in its contribution to understanding AI's role in Kazakhstani journalism and suggesting ways to improve its integration into media practice, ultimately improving the quality and effectiveness of journalistic work.

**Keywords:** artificial intelligence, journalistic practices in Kazakhstan, digital journalism, ethics in journalism, technology integration.

Е.В. Байняшева, А.М. Жусупова\*, Г.Т. Маркабаева

Ахмет Байтұрсынұлы атындағы Қостанай өңірлік университеті, Қостанай, Қазақстан

\*e-mail: zhussupova\_a@mail.ru

#### **AI технологияларының Қазақстан журналистикасында интеграциясы: талдау, тәжірибе, барьерлер және перспективалар**

Таяуда ғана біз «Artificial Intelligence» (AI) деп аталатын жасанды интеллекттің журналистік мәтіндер жазумен байланысты кәсіби салада қолданылатынын елестете алмайтын едік. Алайда бүгінгі таңда шындық мынадай: ЖИ құралдары мақалалар мен телерадиобағдарламалардың авторларына шығармашылық жобалар жасауға және мобильді болуға көмектесуде.

Бұл зерттеудің мақсаты – жасанды интеллект технологияларын Қазақстан журналистикасында интеграциялау үдерісін талдау. Зерттеу жұмысының негізгі бағыты – ЖИ-дің журналистік материалдарды жасау, тарату және өңдеу саласындағы қолданылуын зерттеу, сондай-ақ оның массмедиа саласындағы шығармашылық процестерге әсерін бағалау. Зерттеу редакциялық жұмысқа ИИ-дің қолданылуын, оның этикалық аспектілерін және контент жазу мен таратуға технологиялардың әсерін қарастыруға бағытталған.

Зерттеу жұмысының ғылыми маңыздылығы – ЖИ-дің Қазақстан журналистикасына интеграция дәрежесін анықтау, бұл өз кезегінде оның өзгермелі медиа кеңістігіндегі рөлі мен әлеуетін кеңінен түсінуге мүмкіндік береді.

Зерттеудің практикалық маңыздылығы – журналистік этика және ақпараттың шынайылығы мәселелерін жаңартудың қажеттілігі, сондай-ақ журналистердің ИИ-ді тиімді қолдануға кәсіби даярлығын жақсарту қажеттілігіне негізделген.

Зерттеу әдістемесі 103 респонденттен, оның ішінде журналистер мен студенттерден, олардың ЖИ құралдарына деген қатынасын анықтау және жаңа технологиялардың медиа қауымдастық жұмысына әсерін бағалау мақсатында жүргізілген анкеталауды қамтиды. Сонымен қатар контент-талдау әдістері және ғылыми жарияланымдарды мониторингтеу қолданылды, бұл ЖИ-дің журналистикаға интеграциялануына қатысты үрдістер мен тәсілдерді анықтауға мүмкіндік берді.

Зерттеу нәтижелері Қазақстан журналистерінің ЖИ технологиялары туралы жоғары деңгейде хабардар екенін және ИИ-мен жасалған контенттің адаммен өңделуін талап ететін негізгі кедергілерді көрсетеді. Сонымен қатар зерттеуде ЖИ қолданудың этикалық мәселелеріне қатысты пікір айырмашылықтары байқалады: респонденттердің көпшілігі ЖИ-дің журналистикадағы қолданылуын этикалық деп санаса, кейбіреулер оның қолданылуын этикалық емес деп есептейді.

Зерттеудің маңыздылығы – ЖИ-дің Қазақстан журналистикасындағы рөлін түсінуді дамытуға және ЖИ-ді медиапрактикаға интеграциялау жолдарын жетілдіруге қосқан үлесінде.

Зерттеудің практикалық маңыздылығы – журналистердің кәсіби даярлығын жетілдіру және ЖИ-ді журналистикада қолдануға арналған этикалық стандарттарды әзірлеу жөніндегі ұсыныстарда, бұл журналистердің жұмыс сапасы мен тиімділігін жақсартуға ықпал етеді.

**Түйін сөздер:** жасанды интеллект, Қазақстан журналистикасы, цифрлық журналистика, журналистикадағы этика, технологиялардың интеграциясы.

## Введение

Технологии Artificial Intelligence (AI), или искусственного интеллекта (ИИ), на протяжении последних десятилетий занимают все более заметное место в различных областях человеческой деятельности, включая сферу журналистики. Интеграция AI в процессы создания контента и обработки информации изменяет как повседневную работу журналистов, так и само восприятие аудитории медиа-продукции. Особенно важным является влияние искусственного интеллекта на региональные СМИ Казахстана, где внедрение технологий сдерживается рядом факторов, включая технологическое отставание, недостаточную подготовленность кадров и этические вопросы.

Выбор темы исследования обоснован растущим интересом к использованию ИИ в журналистской практике, который получил усиление в последние годы, особенно на фоне цифровой трансформации медиасреды. Исследования, посвященные интеграции AI в журналистику, имеют широкое международное распространение, однако на уровне Казахстана и региональных СМИ этот вопрос остается малоизученным. В то же время во всем мире уже активно применяются такие технологии, как автоматическая генерация текстов, фактчекинг с помощью нейросетей, обработка больших данных и другие инструменты, что поднимает важность их изучения в контексте Казахстана.

Большинство руководителей средств массовых информационных, использующих искусственный интеллект, видят его предназначение лишь в помощи журналистам выполнять более точно свою профессиональную работу, при этом, не теряя рабочее место в редакции. По оценке Associated Press, это высвободило репортерам 20% времени, ранее затрачиваемого на составление корпоративных доходов, отчетов и прочих рутинных задач. Также они выявили, что искусственный интеллект повышает точность в интерпретации фактов, помогает в безошибочном повествовании о событии. Менеджер по стратегии Associated Press Франческо Маркони считает, что объем выпуска новостей увеличился более, чем в десять раз после использования роботизированного помощника (Moses, 2017).

В отчете, подготовленном Колумбийским университетом на основе 134 интервью с журналистами из США, Великобритании и Германии, 36 бесед с международными экспертами из раз-

личных областей, американские исследователи представили анализ использования AI в редакционной, коммерческой и технологической сферах. В документе показаны структурные изменения в новостных организациях и их зависимости от технологических компаний. Исследователи пришли к выводу, что внедрение ИИ может усиливать зависимость СМИ от крупных технологических корпораций, что ограничивает автономию редакций и повышает риски утраты редакционной независимости (Columbia Journalism School, 2024).

Таким образом, актуальность данного исследования продиктована необходимостью анализа и оценки процесса внедрения искусственного интеллекта в региональные и республиканские средства массовой информации Казахстана. В условиях быстрого цифрового прогресса, когда редакции сталкиваются с необходимостью автоматизации и оптимизации процессов, важно оценить практическую значимость новейших цифровых технологий виртуального мира, выявить его влияние на журналистскую этику и качество создаваемого контента, а также определить перспективы их развития и применения в национальной журналистике. Теоретическая значимость темы заключается в расширении представлений о роли новых технологий в журналистской профессии, в практическом плане работа имеет цель содействовать более эффективному применению ИИ в казахстанских медиа.

Следовательно, цель данного исследования состоит в изучении текущего состояния и интеграции технологий AI в журналистику Казахстана, определении степени восприятия и использовании искусственного интеллекта журналистами, а также выявлении барьеров перспектив в этой сфере.

## Обзор литературы

Термин «искусственный интеллект» (ИИ; англ. Artificial intelligence, AI) был предложен американским ученым Джоном Маккарти в 1956 году, когда в Дартмутском колледже в США состоялся семинар, положивший начало систематическому изучению возможностей машинного имитирования когнитивных функций человека. Маккарти определял AI как «науку и инженерное искусство создания интеллектуальных машин» (McCarthy, 1956). В последующие десятилетия определение ИИ уточнялось в зависимости от задач – от обработки информации до

адаптации к новым условиям (Herbert, 1975). Однако в рамках настоящего исследования важно не историко-терминологическое развитие понятия, а современные интерпретации AI в медиа-контексте.

Давая разъяснение инновационному явлению, американские ученые в области вычислительной техники Стюарт Рассел и Питер Норвиг, довольно четко определяют сферу научных исследований. Так, согласно их определению, ИИ – это область компьютерных наук, занимающаяся созданием систем, которые могут выполнять задачи, для которых обычно требуется человеческий интеллект, такие как восприятие, принятие решений, понимание языка и обучение (Russell & Norvig, 2010). Это определение стало классическим в области компьютерных наук и широко используется как общее руководство для дальнейших исследований, поскольку подчеркивает роль человеческого фактора в развитии возможностей виртуального мира.

И напротив, Рэймонд Курцвейл, американский изобретатель, футуролог и автор книг о технологиях («Сингулярность рядом»), определяет AI как систему, которая может имитировать или даже превосходить возможности человеческого интеллекта в узких областях и в конечном итоге способна создавать самосовершенствующиеся алгоритмы. Он утверждает, что искусственный интеллект будет способен развивать собственные когнитивные способности, приближаясь к «сингулярности» – моменту, когда машины станут умнее людей (Kurzweil, 2005).

В международной практике заметное влияние ИИ на журналистику анализируется в Scopus-журнале *Frontiers in Communication*. Например, в обзоре «Digital transformation in journalism: mini review on the impact of AI on journalistic practices» рассматриваются три ключевых направления внедрения ИИ: в редакционные процессы, в потребительское взаимодействие и моделях монетизации. При этом подчеркиваются серьезные профессиональные и этические вызовы, включая недостаток понимания долгосрочных эффектов и необходимость этических стандартов (Sonni, 2025).

Авторы акцентируют внимание на важности изучения трансформации редакционной культуры и идентичности журналистов при автоматизации задач.

Профессор социальных исследований науки и технологий в Массачусетском технологическом институте Шерри Теркол в своих трудах по этике искусственного интеллекта и

философии технологий отмечает, что ИИ – это не только техническая, но и этическая проблема. Поскольку с его развитием возникает необходимость регулирования и понимания того, как машины, имитирующие человеческие качества, могут быть использованы в обществе. Теркол считает, что искусственный интеллект является инструментом, который должен дополнять человеческую деятельность, а не заменять ее (Turkle, 2011). Несомненно, что данное определение созвучно нашему пониманию о роли искусственного интеллекта в развитии современных медиа-коммуникаций.

Использование AI в журналистской практике привлекает все больше внимания исследователей по всему миру. Вопросы этичности, доверия и эффективности технологий искусственного интеллекта в медиасфере активно обсуждаются в научных кругах нашей страны.

Современный рынок медиа уже не ограничивается только средствами массовой информации. На этом рынке появляется новый, принципиально отличающийся от традиционных участников информационного общества – искусственный интеллект, который трансформирует современную журналистику, перестраивает медиа пространство и делает его непохожим на все то, что мы знали ранее.

В контексте исследований российских исследователей важно отметить работу Давыдова С.Г., Замкова А.В., Крашенинниковой М.А. и Лукиной М.М., являющихся научными сотрудниками МГУ имени М.В. Ломоносова и НИУ «Высшая школа экономики». В своем исследовании для «Вестника Московского университета» ими были подробно проанализированы направления и риски внедрения ИИ в российские медиакомпании. В частности, авторы отмечают, что инструменты AI активно используются для генерации текстов и анализа данных в таких крупных медиахолдингах, как РИА «Новости» и РБК, однако исследователи отмечают и существенные вызовы: отсутствие прозрачности алгоритмов, важности этических вопросов и растущего разрыва между крупными и малыми компаниями как в финансовом, так и технологическом смыслах. Данное исследование существенно дополняет международную дискуссию, акцентируя внимание на необходимости учета местных медиаусловий и регулирующих рамок при внедрении AI-технологий (Давыдов, 2023).

Показательна позиция профессора Байкальского государственного университета А.П. Суходолова, который замечает, что если предста-

вить эту ситуацию в виде схемы, то возникает система, в которой медиа уже давно не только взаимодействуют с потребителями, но и сами потребители активно включаются в процесс коммуникации с газетами, радио, телевидением, Интернет СМИ, социальными сетями. В этом процессе все более активную роль играет искусственный интеллект. Роль и значение этого нового посредника, а также процесс его становления и эволюции в сфере СМИ, требуют глубокого и всестороннего научного анализа и осмысления (Суходолов, 2019).

Высокотехнологичные компании, стремящиеся интегрировать ИИ в деятельность современных медиа и кардинально меняющие практики журналистской работы, фактически становятся новыми акторами на медиа рынке. Эти компании трансформируют индустрию, превращая ее в центральную фигуру на рынке СМИ, затмевая традиционных и значимых участников, как например, государство и крупный бизнес.

Медиа бизнес активно осваивает возможности искусственного интеллекта, которые значительно превосходят возможности человеческого интеллекта в таких областях, как обработка и анализ данных, автоматическое создание новостей и сообщений о текущих событиях. Например, о чрезвычайных происшествиях, результатах спортивных соревнований или ходе избирательных кампаний. И далее, наблюдаем, что ИИ обеспечивает интерактивное взаимодействие с аудиторией, отслеживает характер информационных поводов, осуществляет фактчекинг, распознает изображения, а также производство видео контента и других форм медиа.

Профессор Института славистики Грацкого университета Карла и Франца (Австрия) Бранко Тошович, занимающийся исследованием воздействия искусственного интеллекта на современную журналистику, вводит термин «пара виртуальная журналистика» и предлагает следующее определение: пара виртуальная журналистика – это восприятие и использование искусственным интеллектом публицистических текстов, созданных, как самим ИИ («виртуальным» журналистом), так и человеком («живым» журналистом). Так им обозначены основные создатели современного журналистского текста. В своей работе Тошович также утверждает, что искусственный интеллект открывает для журналистики новые возможности, значительно облегчая выполнение ряда профессиональных задач. Однако, по его мнению, внедрение ИИ в журналистику имеет и негативные последствия, так как приводит

к вытеснению живых журналистов в некоторых областях их деятельности (Тошович, 2024).

Последние разработки в мульти модальной технологии искусственного интеллекта позволяют еще более расширить возможности чат-ботов, основанных на технологиях искусственного интеллекта. Такие чат-боты помогают клиентам в решении их индивидуальных проблем, а в случае со средствами массовой информации – принять их жалобу или историю для будущего аудиовизуального или печатного сообщения без реального участия человека. Чат-бот позволяет автоматически принять заявку, проанализировать текст, фото или видео и дать краткий ответ, внести в базу и отправить на рассмотрение журналисту, который курирует определенный вопрос или сферу.

Кроме того, специалисты могут использовать творческий потенциал нейросетей. К примеру, недавний эксперимент исследователей Массачусетского технологического института в США Shakked Noy и Whitney Zhang, в котором задействованы 453 работников в сфере СМИ и пиар, регулярно создают тексты с помощью ИИ. Результаты исследования показали, что использование ChatGPT повысило качество и оригинальность текстов на 18% (Noy, 2023).

Исследование ученых из американских университетов Лихай и Канзасс Haiyan Jia, Alyssa Appelmann, Mu Wu и Steve Bien-Aimy показало, что присвоение авторства искусственному интеллекту отрицательно влияет на восприятие достоверности как содержания, так и источника сообщения. Несмотря на различные метки, указывающие на степень применения его, не было выявлено существенных различий в восприятии достоверности сообщения и источника между человеческим автором и ИИ как автором. Это указывает на то, что потребитель текста больше ориентирован на так называемый эффект восприятия, нежели на фактическое авторство сообщения (Jia, 2024).

Одним из важных аспектов применения ИИ в журналистике является соблюдение этических принципов. Норвежские ученые из Бергенского университета Laurence Dierickx, Andreas Lothe Opdahl и Sohail Ahmed Khan подчеркивают важность создания этично ориентированных систем, которые соблюдают принципы точности, справедливости и прозрачности. Это исследование акцентирует внимание на разработке фреймворков (набор инструментов, компонентов и методов, которые облегчают разработку программного обеспечения) для оценки качества данных,

которые использует ИИ в журналистике. Эти принципы становятся ключевыми для того, чтобы ИИ не только облегчил работу журналистов, но и поддержал доверие аудитории к произведенному контенту (Dierickx, Opdahl, Khan, 2024).

Другим важным исследованием является работа норвежских авторов из Бергенского университета Andreas L Opdahl, Bjørnar Tessem, Duc-Tien Dang-Nguyen, в которой раскрывается проблематичный вопрос, заслуживают ли доверия журналистские материалы, созданные с помощью искусственного интеллекта. В этом исследовании авторы изучают возможности использования ИИ для повышения качества и надежности журналистики. Особое внимание уделяется автоматизации процессов проверки фактов и поддержанию высоких стандартов в журналистской практике. Исследователи утверждают, что ИИ может стать важным инструментом для обеспечения объективности и точности новостных материалов, что крайне важно в условиях информационной перезагрузки и распространения фейковых новостей (L Opdahl, 2023).

Не менее значимой является работа чешских ученых Карлова университета Vaclav Moravec, Nik Hupnek, в которой рассматривается ИИ как автор новостей, а также влияние восприятия искусственного текста на доверие аудитории. В исследовании подчеркивается, что в условиях цифровой трансформации важно учитывать социально-экономические аспекты внедрения новейших технологий в журналистику, а также предпочтения аудитории относительно контента, созданного людьми или машинами. Важно, чтобы журналисты и редакции выработали четкие ориентиры для использования ИИ, а также открыто делились информацией о происхождении создаваемого контента (Moravec, 2023).

Согласно материалам, размещенным в научной базе SCOPUS, на данный момент быстрые темпы роста научных публикаций в области искусственного интеллекта демонстрируют в таких странах, как Китай и Индия, значительно меньше исследований проводится в США, Великобритании и Германии. Особенно заметен недавний рост числа публикаций, связанных с виртуальным миром, в Саудовской Аравии. Если рассматривать исследовательские программы в области AI в 2013 году, то тогда ведущие позиции занимали лишь четыре страны: Китай, Индия, Бразилия и Иран.

Таким образом, искусственный интеллект начинает занимать все более значимое место на медиа рынке, становясь важным участни-

ком, наряду с традиционными игроками, такими как СМИ и потребители информации. По мере внедрения технологий ИИ в журналистику происходят существенные изменения в самом процессе производства и распространения контента, что требует серьезного научного осмысления. Несмотря на различные подходы ученых к пониманию сути Искусственного интеллекта, объединяет же их концепция о росте применения цифровых инструментов и повышении требований по соблюдению этических норм, усилению значимости технологических факторов при интеграции инструментов AI в масс-медиа. Безусловно, справедливы требования о необходимости соблюдать высокие стандарты качества и прозрачности создания медиа сообщения. Поскольку доверие аудитории к медиа и в условиях глубокого проникновения в обществе искусственного интеллекта остается самым главным принципом существования качественных средств массовой информации.

### Методология

Методология исследования продиктована целевой установкой, которая заключается в анализе уровня интеграции искусственного интеллекта в редакционной и журналистской практике казахстанских медиа, оценке готовности журналистов, в частности региональных СМИ, к применению цифровых инструментов, инноваций. Исследования данных вопросов способствовало выявлению как положительных тенденций в журналистском творчестве, так и барьеров, ограничивающих масштабы распространения или внедрения ИИ. Так в ходе исследования подтверждена исследовательская гипотеза, которая состоит в утверждении, что искусственный интеллект оказывает влияние на массмедиа Казахстана, но при этом существует ряд факторов, которые сужают рамки, масштабы использования множественного инструментария. Избранная методология показала, что к числу таковых относятся следующие факторы:

- а) недостаток доверия к технологиям;
- б) отсутствие должной подготовки специалистов;
- в) технологические барьеры, возникающие на пути различных каналов коммуникации.

Журналистский опыт и практика подтверждают, что при условии грамотного применения инструментов AI, соблюдении норм профессиональной этики, интеграция виртуального мира и человеческого потенциала только помогают

СМИ выдержать современные вызовы, преодолевать кризисы любого характера.

Для достижения цели исследования были использованы следующие методы: анкетирование, контент-анализ, качественный и количественный анализ данных. Метод анкетирования был использован для сбора данных о восприятии и практическом использовании ИИ среди казахстанских журналистов. Анкетирование состояло из 15 вопросов как открытого, так и закрытого типа, и проводилось дистанционно в электронном формате. В опросе приняло участие 103 респондента, среди которых были как работающие журналисты, так и студенты кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента КРУ имени Ахмет Байтұрсынұлы. Анкетирование проводилось среди представителей медиа сообщества как из Костаная, так и из других крупных городов Казахстана, таких как Астана, Алматы, Уральск, Семей, Караганда, Актобе и Шымкент. Вопросы анкеты охватывали теоретико-практические знания и использование ИИ, а также этические проблемы, связанные с его внедрением в журналистику.

Контент-анализ применялся для изучения статей, опубликованных в «Вестнике КазНУ» за последние пять лет, начиная с 2020 года. Всего проанализировано 229 научных публикаций. Этот метод позволил выявить тенденции в изучении искусственного интеллекта в журналистике и оценить степень интереса авторов к данной теме. Так в ходе контент-анализа научных публикаций «Вестника КазНУ» зафиксирована тенденция повышенного интереса к искусственному интеллекту и развитию цифровой журналистики среди исследователей Казахстана.

На основе собранных данных было проведено как количественное, так и качественное исследование. Количественный анализ данных из анкетирования позволил выявить процентное соотношение респондентов, использующих ИИ, а качественный анализ дал возможность глубже понять, какие технологии AI наиболее популярны и как они воспринимаются журналистами.

Для проведения исследования было организовано дистанционное анкетирование, которое прошло в электронном формате с использованием Google Forms. Опрос был распространен среди представителей казахстанских медиа и студентов образовательной программы «Журналистика». Сбор данных осуществлялся в течение месяца, после чего проведен сравнительно-сопоставительный анализ ответов респондентов. Как было выше отмечено, участниками анкетирова-

ния стали более ста (103) респондентов, работающих в средствах массовой информации и из студенческой аудитории. Вопросы анкеты охватывали темы, связанные с использованием ИИ журналистами, таких как расшифровка аудиозаписей, создание контента без авторских прав, фактчекинг и создание заголовков. В результате анализа материалов были выявлены основные технологии AI, используемые в практике журналистов, и сделаны выводы о восприятии и барьерах на пути их широкого применения.

Новизна исследования исходит из того, что оно сфокусировано на специфике использования технологий искусственного интеллекта в контексте казахстанской журналистики. Включение в исследование как опроса среди журналистов, так и контент-анализа научных публикаций позволяет создать комплексное представление о текущем состоянии и перспективах интеграции ИИ в медиа сферу Казахстана.

Таким образом, методология исследования включает в себя современные методы сбора информации и анализа данных, что позволяет объективно оценить уровень восприятия и использования ИИ в Казахстане и наметить пути для его дальнейшего продвижения в журналистике.

Несмотря на широкий потенциал использования технологий искусственного интеллекта в сфере журналистики, в казахстанском медиапространстве актуализируются и ряд существенных рисков, требующих отдельного рассмотрения. В частности, отсутствует четко сформулированная законодательная база, регулирующая использование ИИ в средствах массовой информации, что затрудняет определение ответственности в случаях распространения недостоверной или искаженной информации. Еще одним вызовом для казахстанских СМИ становится цифровое неравенство, когда редакции с ограниченными техническими и финансовыми ресурсами рискуют оказаться в менее конкурентных условиях по сравнению с крупными медиахолдингами, имеющими доступ к ИИ-инструментам. Также существует вероятность манипуляции общественным мнением посредством алгоритмически созданного контента, особенно в чувствительных сферах – таких как этнополитическая повестка или социальные конфликты.

Таким образом, перечисленные угрозы требуют системного анализа и разработки механизмов регулирования, включая внедрение профессиональных этических стандартов, обучение журналистов работе с ИИ и адаптацию редакционной политики под реалии цифровой трансфор-

мации. Эти шаги необходимы для сохранения доверия аудитории и устойчивого развития национальной журналистики в условиях технологических изменений.

### Результаты и обсуждение

В 2025 году Министерство информации и общественного развития Республики Казахстан предоставило статистику о том, что в стране зарегистрировано 5 659 средств массовой информации. Из них 5 366 – отечественные и 293 – иностранные. Наибольшее количество составляют периодические издания – 3 927, за ними следуют телевизионные СМИ (202), радио (88), информационные агентства (627) и сетевые издания (522). Эти данные подчеркивают разнообразие медиа в Казахстане и устанавливают контекст для дальнейшего анализа использования ИИ в журналистике.

Для изучения использования AI в журналистской практике было проведено анкетирование среди более ста респондентов, включая журна-

листов из Костаная, а также представителей республиканских изданий, работающих в крупных городах Казахстана, таких как Астана, Алматы, Уральск, Семей, Караганда, Актобе и Шымкент. Респонденты включали как действующих журналистов, так и студентов, что обеспечило представление о восприятии ИИ в разных возрастных и профессиональных группах. Анкетирование состояло из 15 вопросов как открытого, так и закрытого типа.

Среди опрошенных больше всего было представителей возрастной группы от 26 до 30 лет, таковых 30 человек (29,1%). В анкетировании приняли участие 28 человек (27,2%) в возрасте от 31 до 45 лет. Опрошенных в возрасте от 18 до 25 лет – 25 человек (24,3%). Представителями самой малочисленной группы, состоящей из 20 человек (19,4%), стали опрошенные в возрасте старше 45 лет.

Почти 95% участников опроса работают в средствах массовой информации, остальные еще обучаются в вузе. При этом, 32% имеют опыт работы более 10 лет.

1. Сколько вам лет?

103 ответа

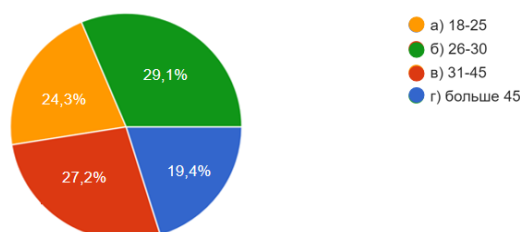


Рисунок 1 – Возраст респондентов (составлено авторами)

3. Как давно вы работаете в сфере журналистики? (ВОПРОС ДЛЯ ТЕХ, КТО ИМЕЛ ОПЫТ РАБОТЫ В ЖУРНАЛИСТИКЕ)

94 ответа

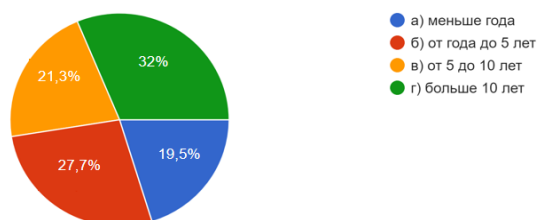


Рисунок 2 – Опыт работы среди опрошенных сотрудников СМИ (составлено авторами)

Большинство респондентов (88,3%) заявили, что знакомы с понятием искусственного интеллекта, что подтверждает высокий уровень осведомленности журналистов о новых технологиях. При этом более половины респондентов (60,2%) уже использовали ИИ в своей профессиональной деятельности, что свидетельствует о практическом применении новых технологий в медиа сфере. Основными инструментами, используемыми в журналистике, являются те, которые облегчают расшифровку аудиозаписей и создание изображений без авторских прав. Меньшая часть респондентов использует ИИ в целях создания заголовков, подбора музыки без авторских прав и анализа данных.

Относительно этических аспектов большинство респондентов (83,5%) считают, что использование ИИ, если оно и служит лишь ин-

струментом для облегчения работы журналиста, не нарушает профессиональные этические нормы. Однако часть опрошенных участников анкетирования придерживаются противоположной точки зрения, считая использование искусственного интеллекта в журналистике неэтичным. Эти данные подтверждают важность дальнейшего обсуждения и выработки стандартов этического использования AI в профессии.

Среди наиболее часто упоминаемых и часто используемых инструментов ИИ среди участников можно выделить те, которые облегчают выполнение черновой расшифровки диктофонных аудиозаписей и создание фотографий без авторских прав. Большинство опрошенных отметили неготовность пользоваться платными сервисами ИИ (71,9%).

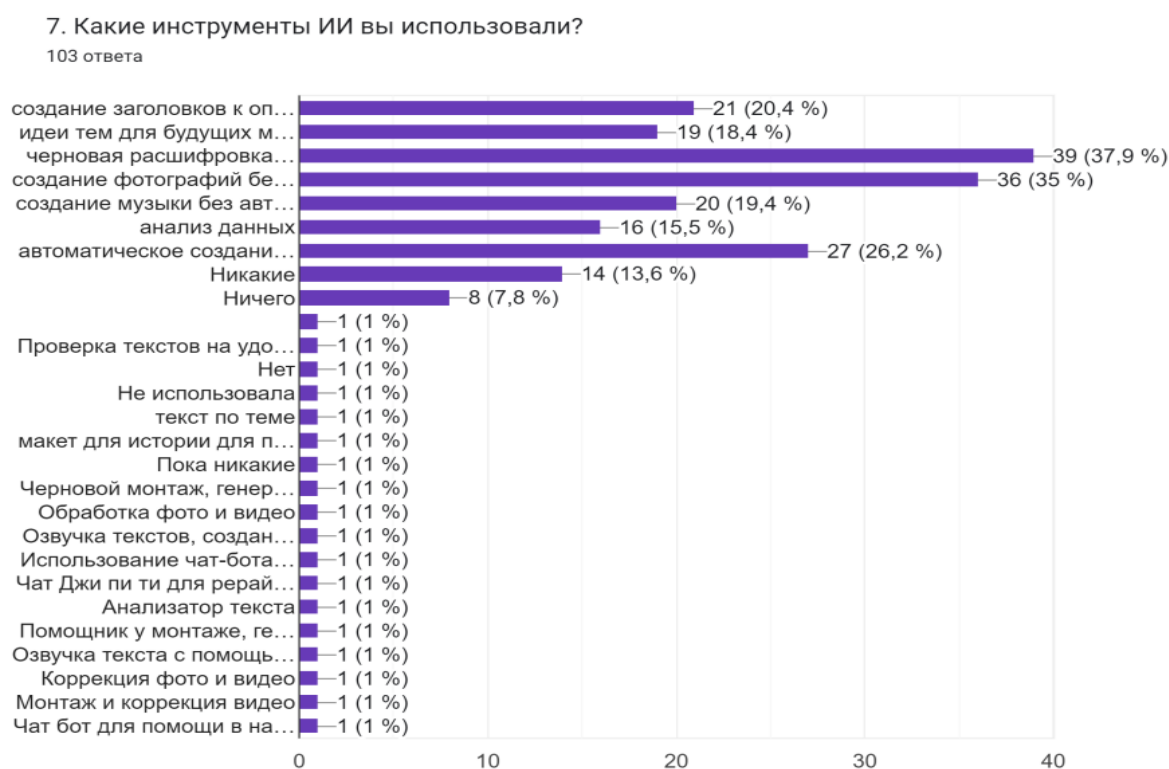


Рисунок 3 – Какие инструменты ИИ чаще используют респонденты  
(составлено авторами)

Интересные результаты были получены в ходе эксперимента, в рамках которого мы предложили респондентам проанализировать два текста: один, созданный человеком, а второй – ИИ. Эксперимент был проведен в рамках он-

лайн-опроса, респондентам было предложено определить, какой из текстов был сгенерирован нейросетью, а какой – написан журналистом. Правильно соотносить тексты смогли меньше половины членов медиа сообщества (48,5%). Кро-

ме того, в рамках того же онлайн-анкетирования мы предложили опрошенным ознакомиться с визуальными сообщениями в виде двух художественных полотен: одно создано художником, другое – ИИ. Определить сгенерированное нейросетью изображение удалось 70% участникам анкетирования. Данные результаты позволяют сделать вывод, что изображение, созданное сервисами искусственного интеллекта, легче определяется, чем текстовые сообщения.

Связь между данными этапами исследования устанавливалась на основе когнитивного подхода, предполагающего, что восприятие текстов влияет на общее отношение к источнику. Корреляция между оценками текстов и результатами анкетирования проводилась методом сопоставления и выделения повторяющихся паттернов в

восприятии. В рамках второго эксперимента (анкетирования), участники ответили на вопросы о доверии к ИИ, степени его влияния на журналистику и готовности воспринимать AI-контент в повседневных новостях. Это позволило соотнести эмоциональные и рациональные оценки, полученные при чтении текстов, с более обобщенными установками по отношению к ИИ.

Убедительным аспектом является ответ на вопрос о доработке контента, созданный AI. Более 73% респондентов указали, что контент, сгенерированный при помощи ИИ, требует доработки человеком. Это указывает на текущие ограничения технологии искусственного интеллекта, которые не всегда могут удовлетворить профессиональные стандарты журналистики.



Рисунок 4 – Приходится ли опрошенным журналистам дорабатывать работу после ИИ (составлено авторами)

Результаты данного исследования подтверждают выводы ряда международных ученых, таких как профессор Института славистики Грацкого университета Карла и Франца Брано Тошовича о зарождении нового направления «паравиртуальной журналистики». На наш взгляд, в Казахстане существует значительное разделение среди журналистов в вопросах использования ИИ с определенными барьерами, такими как этические сомнения и технологические ограничения. Это сходно с результатами, полученными в других странах, где также наблюдается высокая степень интереса к ИИ, но с ограниченной практической интеграцией в повседневную журналистскую работу.

Данные, полученные в ходе анкетирования, также коррелируют с исследованиями норвежского автора из Бергенского универ-

ситета Andreas L Opdahl, который подчеркивает роль ИИ в улучшении точности и объективности новостных материалов. В нашем исследовании большинство респондентов согласны, что ИИ может стать полезным инструментом для улучшения качества работы журналистов, однако отмечают, что многие системы требуют человеческого вмешательства для коррекции.

Контент-анализ 229 статей, опубликованных в «Вестнике КазНУ» за последние пять лет показал тенденцию роста интереса исследователей к цифровой журналистике, включая использование искусственного интеллекта. Для сравнения в 2020 году из 43 статей только 12 (27,9%) были посвящены теме цифровой журналистики, в то время как в 2024 году из 47 статей 31 (65,9%) касаются этой темы. Также все чаще исследо-

ватели Казахстана стали посвящать свои научные публикации проблематике влияния ИИ на журналистику. Если в 2020 году в «вестнике КазНУ» не было публикаций об искусственном интеллекте, то в 2024 году 5 (10,6%) публикаций посвящены изучению вопросов применения ИИ

в журналистской и редакционной практике. Результаты данного контент-анализа позволяют сделать вывод о растущем внимании как к цифровой журналистике, так и ИИ, что также подтверждает значимость дальнейших исследований в этой области.

**Таблица 1** – Контент-анализ 229 статей, опубликованных в «Вестнике КазНУ» за последние 5 лет\*

Год выпуска номера «Вестника КазНУ»	Статьи о цифровой журналистике	Статьи об AI	Общее количество статей
2020 (Том 55-58)	12 (27,9%)	0 (0%)	43
2021 (Том 59-62)	18 (52,9%)	1 (2,9%)	34
2022 (Том 63-66)	17 (42,5%)	2 (5%)	40
2023 (Том 67-70)	23 (52,2%)	1 (2,2%)	44
2024 (Том 71-74)	31 (65,9%)	5 (10,6%)	47
2025 (Том 75)	6 (50%)	1 (8,3%)	12
*Примечание – составлено Е.В. Байняшевой и А.М. Жусуповой на основе проведенного контент-анализа			

Исследование показало, что искусственный интеллект становится неотъемлемой частью журналистской практики в Казахстане, однако его использование все еще ограничено рядом факторов, включая этические сомнения, необходимость доработки контента и недостаток знаний среди некоторых журналистов. Преимущественно ИИ используется для выполнения технических задач, таких как расшифровка аудиозаписей и создание изображений без авторских прав, что подтверждает его роль как инструмента для упрощения ряда профессиональных процессов.

Несмотря на это, существует потенциал более широкого внедрения AI в журналистику Казахстана, особенно с учетом растущего интереса к цифровой журналистике и поддерживающим эту тенденцию исследованиям. Возникает потребность в более детальном изучении вопросов искусственного интеллекта и его применения, как помощника, журналистами, конкретном описании этических стандартов и грамотном обучении членов медиасообщества с целью сохранения основных ценностей и принципов журналистики.

### Заключение

Целью исследования было выявить уровень интеграции технологии искусственного интел-

лекта в практику журналистов и действующих редакций СМИ, в частности региональных. Нами была подтверждена гипотеза, что технология AI оказала влияние на медиа Казахстана.

Результаты исследования подтвердили предположение, что большинство журналистов Казахстана осведомлены об ИИ и его возможностях, значительная часть из них применяла сервисы AI в своей профессиональной деятельности. Итоги анкетирования также позволили увидеть, что большая часть респондентов считает, что при грамотном подходе использования искусственного интеллекта в работе возможно обойти противоречия с этическими принципами журналистики. Контент-анализ научных публикаций последних лет показал, что медиа исследователи Казахстана все больше уделяют внимание цифровой журналистике и, в частности, изучению ИИ.

Искусственный интеллект уже сейчас оказывает влияние на журналистику Казахстана, и эта тенденция продолжит развиваться. Это означает, что в дальнейшем исследователи могут изучать вопросы расширения практического применения ИИ, разработки этических стандартов, подготовки журналистов и прочего. Важно продолжать исследования, чтобы обеспечить интеграцию AI в профессиональную практику с учетом этических и профессиональных норм.

### Литература:

- Columbia Journalism School (2024). Artificial Intelligence in the News and How AI Reshapes Journalism and the Public Arena. Retrieved from: <https://journalism.columbia.edu/news/tow-report-artificial-intelligence-news-and-how-ai-reshapes-journalism-and-public-arena>. Access: [23.05.2025].
- Давыдов, С. Г., Замков, А. В., Крашенинникова, М. А., Лукина, М. М. (2023). Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. № 5. С. 3–21. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321
- Dierickx, L., Opdahl, A.L., Khan, S.A. *et al.* (2024). A data-centric approach for ethical and trustworthy AI in journalism. *Ethics Inf Technol* 26, 64 <https://doi.org/10.1007/s10676-024-09801-6>
- Herbert, G. (1975). Artificial Intelligence. 1996 Massachusetts Institute of Technology [https://monoskop.org/images/9/9c/Simon\\_Herbert\\_A\\_The\\_Sciences\\_of\\_the\\_Artificial\\_3rd\\_ed.pdf](https://monoskop.org/images/9/9c/Simon_Herbert_A_The_Sciences_of_the_Artificial_3rd_ed.pdf)
- International Journalists' Network. (2024). How AI is Changing Journalism in the Global South. Retrieved from: <https://ijnnet.org/en/story/how-ai-changing-journalism-global-south> Access: [23.05.2025].
- Jia, H., Appelman, A., Wu, M., Bien-Aime, S. (2024). News Bylines and Perceived AI Authorship: Effects on Source and Message Credibility// Elsevier, №2, Issue 2. <https://doi.org/10.1016/j.chbah.2024.100093>
- Kurzweil, R. (2014). The Singularity is Near. In: Sandler, R.L. (eds) Ethics and Emerging Technologies. Palgrave Macmillan, London. 35-107. [https://doi.org/10.1057/9781137349088\\_26](https://doi.org/10.1057/9781137349088_26)
- McCarthy, J. (1956). Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence. <https://www.historyofdatascience.com/dartmouth-summer-research-project-the-birth-of-artificial-intelligence/>
- Moravec, V., Hynek, N., Skare, M., Gavurova, B., Kubak, M. (2023). Human or Machine? The Perception of Artificial Intelligence in Journalism// Elsevier, №200. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123162>
- Moses, L. (2017). The Washington Post's robot reporter has published 850 articles in the past year. Retrieved from: <https://digiday.com/media/washington-posts-robot-reporter-published-500-articles-last-year/>. Access: [23.05.2025].
- Noy, S., Zhang, W. (2023). Experimental evidence on the productivity effects of generative artificial intelligence// Science, №381, Issue 6654. pp. 187-192 DOI:10.1126/science.adh2586
- Opdahl, A.L., Tessem, B., Dang-Nguyen, D., Motta, E., Setty, V., Throndsen, E., Tverberg, A., Trattner, C. (2023). Trustworthy Journalism Through AI// Elsevier, №146. <https://doi.org/10.1016/j.datak.2023.102182>
- Russell, S., & Norvig, P. (2010). Artificial Intelligence: A Modern Approach // Prentice Hall.
- Суходолов, А.П. (2019). Журналистика с искусственным интеллектом // Вопросы теории и практики журналистики, стр. 54-60. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistika-s-iskusstvennym-intellektom> (дата обращения: 26.06.2025).
- Sonni, A. F. (2025). Digital transformation in journalism: Mini review on the impact of AI on journalistic practices. *Frontiers in Communication*, 10, Article 1535156. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1535156>
- Тошович, Б. (2024). Журналистика виртуальности. Retrieved from: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/313680/1/467-470.pdf>. Access: [23.05.2025].
- Turkle, S. (2011). Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other// Basic Books, pp. 23-27.

### References

- Columbia Journalism School (2024). Artificial Intelligence in the News and How AI Reshapes Journalism and the Public Arena. Retrieved from: <https://journalism.columbia.edu/news/tow-report-artificial-intelligence-news-and-how-ai-reshapes-journalism-and-public-arena>. Access: [23.05.2025].
- Davydov S. G., Zamkov A. V., Krashenninnikova M. A., Lukina M. M. (2023) Ispol'zovanie tekhnologiy iskusstvennogo intellekta v rossiyskikh media i zhurnalistike [The Use of Artificial Intelligence Technologies in Russian Media and Journalism]. Vestn. Mosk. un-ta. Seri. 10: Zhurnalistika 5: 3–21. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321
- Dierickx, L., Opdahl, A.L., Khan, S.A. *et al.* (2024). A data-centric approach for ethical and trustworthy AI in journalism. *Ethics Inf Technol* 26, 64 <https://doi.org/10.1007/s10676-024-09801-6>
- Herbert, G. (1975). Artificial Intelligence. 1996 Massachusetts Institute of Technology [https://monoskop.org/images/9/9c/Simon\\_Herbert\\_A\\_The\\_Sciences\\_of\\_the\\_Artificial\\_3rd\\_ed.pdf](https://monoskop.org/images/9/9c/Simon_Herbert_A_The_Sciences_of_the_Artificial_3rd_ed.pdf)
- International Journalists' Network. (2024). How AI is Changing Journalism in the Global South. Retrieved from: <https://ijnnet.org/en/story/how-ai-changing-journalism-global-south> Access: [23.05.2025].
- Jia, H., Appelman, A., Wu, M., Bien-Aime, S. (2024). News Bylines and Perceived AI Authorship: Effects on Source and Message Credibility// Elsevier, №2, Issue 2. <https://doi.org/10.1016/j.chbah.2024.100093>
- Kurzweil, R. (2014). The Singularity is Near. In: Sandler, R.L. (eds) Ethics and Emerging Technologies. Palgrave Macmillan, London. 35-107. [https://doi.org/10.1057/9781137349088\\_26](https://doi.org/10.1057/9781137349088_26)
- McCarthy, J. (1956). Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence. <https://www.historyofdatascience.com/dartmouth-summer-research-project-the-birth-of-artificial-intelligence/>
- Moravec, V., Hynek, N., Skare, M., Gavurova, B., Kubak, M. (2023). Human or Machine? The Perception of Artificial Intelligence in Journalism// Elsevier, №200. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123162>
- Moses, L. (2017). The Washington Post's robot reporter has published 850 articles in the past year. Retrieved from: <https://digiday.com/media/washington-posts-robot-reporter-published-500-articles-last-year/>. Access: [23.05.2025].
- Noy, S., Zhang, W. (2023). Experimental evidence on the productivity effects of generative artificial intelligence// Science, №381, Issue 6654. pp. 187-192 DOI:10.1126/science.adh2586

- Opdahl, A.L., Tessem, B., Dang-Nguyen, D., Motta, E., Setty, V., Throndsen, E., Tverberg, A., Trattner, C. (2023). Trustworthy Journalism Through AI// Elsevier, №146. <https://doi.org/10.1016/j.datak.2023.102182>
- Russell, S., & Norvig, P. (2010). Artificial Intelligence: A Modern Approach // Prentice Hall.
- Suhodolov, A.P. (2019). Zhurnalistsika s iskusstvennym intellektom [Artificial Intelligence Journalism]// Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki [Questions of the theory and practice of journalism], pp. 54-60. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistsika-s-iskusstvennym-intellektom> (дата обращения: 26.06.2025).
- Sonni, A. F. (2025). Digital transformation in journalism: Mini review on the impact of AI on journalistic practices. Frontiers in Communication, 10, Article 1535156. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1535156>
- Toshovich, B. (2024). Zhurnalistsika virtual'nosti [Journalism of virtuality]. Retrieved from: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/313680/1/467-470.pdf>. Access: [23.05.2025].
- Turkle, S. (2011). Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other// Basic Books, pp. 23-27.

**Сведения об авторах:**

Байняшева Екатерина Васильевна – магистрант кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента факультета социально-гуманитарных наук Костанайского регионального университета имени Ахмета Байтурсынулы (Костанай, Казахстан, Казахстан, e-mail: [bainyasheva\\_kate@mail.ru](mailto:bainyasheva_kate@mail.ru));

Жусупова Алматай Мергенбаевна (корреспондентный автор) – к. ф. н., ассоциированный профессор кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента факультета социально-гуманитарных наук Костанайского регионального университета имени Ахмета Байтурсынулы (Костанай, Казахстан, Казахстан, e-mail: [zhussupova\\_a@mail.ru](mailto:zhussupova_a@mail.ru));

Маркабаева Гулшат Тулеуовна – докторант, магистр социальных наук, ст. преподаватель кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента факультета социально-гуманитарных наук Костанайского регионального университета имени Ахмет Байтурсынулы (Костанай, Казахстан, Казахстан, e-mail: [gulshat.tuleuovna@mail.ru](mailto:gulshat.tuleuovna@mail.ru)).

**About the authors:**

Baynyasheva Ekaterina Vasilyevna – Master's student of the Department of Journalism and Communication Management of the Faculty of Social Sciences and Humanities of the Kostanay Regional University named after Akhmet Baitursynuly (Kostanay, Kazakhstan, Kazakhstan, e-mail: [bainyasheva\\_kate@mail.ru](mailto:bainyasheva_kate@mail.ru));

Zhussupova Almatay Mergenbayevna (corresponding author) – PhD, Associate Professor of the Department of Journalism and Communication Management of the Faculty of Social Sciences and Humanities of the Kostanay Regional University named after Akhmet Baitursynuly (Kostanay, Kazakhstan, Kazakhstan, e-mail: [zhussupova\\_a@mail.ru](mailto:zhussupova_a@mail.ru));

Markabaeva Gulshat Tuleuovna – PhD student, Master of Social Sciences, Senior Lecturer. Lecturer at the Department of Journalism and Communication Management, Faculty of Social Sciences and Humanities, Kostanay Regional University named after Akhmet Baitursynuly (Kostanay, Kazakhstan, Kazakhstan, e-mail: [gulshat.tuleuovna@mail.ru](mailto:gulshat.tuleuovna@mail.ru)).

**Авторлар туралы мәлімет:**

Байняшева Екатерина Васильевна – Ахмет Байтурсынулы атындағы Қостанай өңірлік университетінің әлеуметтік-гуманитарлық ғылымдар факультеті журналистика және коммуникациялық менеджмент кафедрасының магистранты (Қостанай, Қазақстан, Казахстан, e-mail: [bainyasheva\\_kate@mail.ru](mailto:bainyasheva_kate@mail.ru));

Жусупова Алматай Мергенбайқызы (хат алмасуға жауапты автор) – филология ғылымдарының кандидаты, Ахмет Байтурсынулы атындағы Қостанай өңірлік университетінің әлеуметтік-гуманитарлық ғылымдар факультеті журналистика және коммуникациялық менеджмент кафедрасының қауымдастырылған профессоры (Қостанай, Қазақстан, e-mail: [zhussupova\\_a@mail.ru](mailto:zhussupova_a@mail.ru));

Марқабәева Гүлшат Төлеуқызы – докторант, әлеуметтік ғылымдар магистрі, Ахмет Байтурсынулы атындағы Қостанай өңірлік университетінің әлеуметтік-гуманитарлық ғылымдар факультеті журналистика және коммуникациялық менеджмент кафедрасының аға оқытушысы (Қостанай, Қазақстан, e-mail: [gulshat.tuleuovna@mail.ru](mailto:gulshat.tuleuovna@mail.ru)).

Келін түсті: 5 мамыр 2025 жыл  
Қабылданды: 20 шілде 2025 жыл