

FTAMP 19.21.11

<https://doi.org/10.26577/HJ81320268>**Ж.Т. Әлмiш* , А.Б. Акынбекова **

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

*e-mail: zalmish@mail.ru

**ЖУРНАЛИСТИКАҒА ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТ ЫҚПАЛЫ:
SWOT-АНАЛИЗ АРҚЫЛЫ ТАЛДАУ**

Зерттеу жұмысы жасанды интеллекттің журналистика саласына ықпалын кешенді түрде талдауға бағытталған. Қазіргі уақытта жасанды интеллект технологиялары қоғамдық өмірдің әртүрлі салаларына кеңінен еніп, журналистиканың кәсіби тәжірибесіне де елеулі өзгерістер енгізуде. Оларды медиа өндірісінде қолдану ақпаратты жинау, өңдеу және тарату үдерістерін жеделдетіп, бірқатар операцияларды автоматтандыруға және журналистік қызметтің жаңа формаларының қалыптасуына мүмкіндік береді. Осы тұрғыдан алғанда, зерттеуде жасанды интеллекттің журналистикадағы трансформациялық рөлі, оның медиа индустриясының дамуына ықпалы және оны қолдану барысында туындайтын ықтимал тәуекелдер қарастырылады.

Зерттеудің мақсаты – жасанды интеллект технологияларының журналистика саласының дамуына әсерін, кәсіби журналистік тәжірибелердің өзгеруін және олардың медиа өндірісінде қолданылу ерекшеліктерін анықтау. Осы мақсатқа сәйкес конвергентті журналистиканың эволюциясы, жасанды интеллектті қолданудың халықаралық тәжірибесі және оның редакциялық үдерістерге ықпалы талданады. Сонымен қатар автоматтандырылған журналистика, деректерге негізделген жаңалық өндіру және медиаконтентті тарату үдерістері SWOT-талдау әдісі арқылы бағаланады. Зерттеу барысында аталған технологияларды қолданудың журналистік этика қағидаттары мен кәсіби стандарттарға сәйкестігі де сараланады.

Зерттеу нәтижелері жасанды интеллекттің журналистерді толық алмастыратын технологиядан гөрі олардың кәсіби қызметінің тиімділігін арттыруға мүмкіндік беретін құрал ретінде қарастырылатынын көрсетті. Жасанды интеллект ақпаратты жинау, өңдеу және тарату үдерістерін оңтайландыруға жағдай жасағанымен, шығармашылық ойлау, сыни талдау және этикалық шешім қабылдау сияқты журналистік қызметтің маңызды құрамдас бөліктері адам факторымен тығыз байланысты болып қала береді. Сонымен қатар медиа ұйымдардағы еңбек нарығының трансформациясы, журналист маманының кәсіби функцияларының өзгеруі және аудиториямен өзара іс-қимыл жасау тәсілдерінің жаңаруы айқындалды. Зерттеу қорытындысында адам мен жасанды интеллекттің контенттік өзгеруіндегі рөлдерінің ерекшеліктері анықталып, жасанды интеллекттің журналистикадағы даму перспективалары ғылыми тұрғыдан негізделді.

Түйін сөздер: жасанды интеллект, журналистика, автоматтандырылған журналистика, медиа технологиялар, этика, цифрлы трансформация.

Zh. Almish*, A. Akynbekova

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

*e-mail: zalmish@mail.ru

**Analyzing the Impact of Artificial Intelligence
on Journalism: A SWOT Analysis**

This study examines the role of artificial intelligence (AI) in the development of contemporary journalism and its growing influence on professional journalistic practices. As AI-based technologies become increasingly integrated into different areas of society, their use in the media sector is changing the way news is produced, processed, and distributed. These changes have contributed to greater automation of media production, faster processing of information, and the development of new approaches to journalistic work. In this context, the study focuses on the ways in which AI is reshaping journalism, its contribution to the development of the media industry, and the challenges and risks that may arise from its use.

The purpose of the study is to examine how AI technologies affect the development of journalism, professional practices, and media production processes. Particular attention is given to the development of convergent journalism and international experience in applying AI within news organizations. The study also considers the use of automated journalism, data-driven approaches to news production, and digital content distribution. A SWOT analysis is used to identify the main strengths, weaknesses, opportunities, and potential threats associated with these practices. In addition, the study considers the extent

to which the use of AI in journalism corresponds to established professional standards and principles of journalistic ethics.

The finding indicates that AI is perceived not as a technology capable of replacing journalists entirely, but rather as a tool that enhances the effectiveness of their professional activities. Although AI optimizes information gathering, processing, and dissemination. The core functions of journalism – including creative thinking, critical analysis, and ethical decision-making – remain fundamentally dependent on human expertise. The study also identifies transformations in the media labor market, changes in the professional roles of journalists, and the evolution of audience engagement practices. Finally, the research defines the distinctive roles of humans and AI in media content production and provides a scientific assessment of the future prospects of AI in journalism.

Keywords: artificial intelligence, journalism, automated journalism, media technologies, ethics, digital transformation.

Ж.Т. Альмиш*, А.Б. Ақынбекова

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

*e-mail: zalmish@mail.ru

Влияние искусственного интеллекта на журналистику: анализ с использованием SWOT-метода

Настоящее исследование посвящено комплексному анализу влияния технологий искусственного интеллекта (ИИ) на трансформацию журналистской практики. Интеграция ИИ в медиасферу оказывает определяющее воздействие на профессиональную деятельность журналистов, способствуя автоматизации медиапроизводства, оптимизации скорости обработки и дистрибуции информации, а также формированию новых гибридных форм медиакоммуникации. В данной связи в работе рассматриваются трансформирующая роль искусственного интеллекта в журнальном и новостном производстве, его вклад в эволюцию медиасистемы, а также потенциальные риски и ограничения его применения.

Цель исследования заключается в концептуализации влияния технологий искусственного интеллекта на развитие журналистики, трансформацию профессиональных функций и специфику их имплементации в редакционные процессы. В статье прослежены основные этапы эволюции конвергентной журналистики и проанализирован международный опыт внедрения ИИ-инструментов в деятельность современных редакций. Особый акцент сделан на изменении алгоритмов подготовки и создания новостного контента, процессах автоматизации рутинных журналистских задач, работе с большими данными и каналах таргетированной дистрибуции медиапродукта. Для выявления преимуществ, ограничений и рисков данных процессов применен метод SWOT-анализа. Полученные результаты сопоставлены с действующими институциональными стандартами и фундаментальными принципами журналистской этики.

Результаты исследования демонстрируют, что искусственный интеллект выступает не субституту человека в профессии, а высокоэффективным когнитивно-технологическим инструментом, расширяющим потенциал журналиста. Несмотря на высокий уровень оптимизации процессов сбора, первичной обработки и верификации данных, смыслообразующие функции – творческое и критическое мышление, глубокий аналитический синтез и принятие этических ответственных решений – сохраняют эксклюзивную привязку к человеческому фактору. Вместе с тем зафиксированы структурные сдвиги на рынке труда медиаиндустрии, трансформационные изменения профессионального инструментария и каналов коммуникации с аудиторией. В заключении дифференцированы роли человека и искусственного интеллекта в процессе медиапроизводства, а также научно обоснованы перспективные векторы дальнейшей конвергенции ИИ и журналистики.

Ключевые слова: искусственный интеллект, автоматизированная журналистика, цифровая трансформация, медиатехнологии, дата-журналистика, журналистская этика, медиапроизводство.

Кіріспе

Бүгінгі таңда ақпарат тарату мүмкіндігі заманауи технологияның арқасында қарқынды дамып келе жатқаны рас. Бұған себеп, жасанды интеллект журналистика саласына елеулі өзгерістер енгізе бастады. Бұл кәсіби қызметтің

жаңа формаларын қалыптастыруда өзгерістерге әкелді. Қазіргі таңда журналистикатану саласы тек журналистің жазу машығына ғана емес, сонымен бірге оның технологиялық құралдарды игере алу қабілетімен де бағаланады. Дәл осы үдеріс журналистикадағы конвергенция мәселесіне баса мән беріп, медиаконтенттің сапа-

сының жоғары болуына әкелді. Сонымен бірге халықаралық медиа ұйымдарда журналистерге жасанды интеллекті толық игеруге де міндеттелді. Бұл үрдіс тек шет елдік медиада ғана емес, барша әлемге тарап, журналистиканың жаңа бір деңгейге көтеруге әкелді.

Бүгінгі таңда журналистика саласында қызмет етуші мамандарды жасанды интеллект ығыстыра ала ма деген секілді көптеген сұрақтар бар екені жасырын емес. Ақпараттың қоғам пікірін қалыптастыруға барынша тырысып баққанымен де, технологияның қарқынды дамуы кейбір кәсіби топтар үшін қол қусырып қарап отыруына әкелді. Бұндай жағдайда аудиторияның ақпаратпен деректі қабылдау процесстерінде сараптамадан гөрі автоматтандырылған контентке сену мүмкіндігі артары хақ. Дегенмен де таяқтың екі ұшы бар секілді журналистика шығармашылықты талап ететін сала болғандықтан да, ол адам еңбегін толық алмастыра алмайтыны бесенеден белгілі. Жасанды интеллект журналистің технологиялық құралының бірі болып қана есептелуі де ғажап емес.

Дәл осы феноменнің қалыптасуына ақпараттық технологиялардың ықпалы айқын. Қазіргі кезеңде ақпаратты өндіру мен тарату үдерістері елеулі трансформациясына ұшырауда десек қателеспейміз. Мұндай өзгерістер, тек отандық зерттеушілердің ғана емес, халықаралық ғылыми қауымдастықтың да назарынан тыс қалмасы анық. Сол себепті де жасанды интеллект көмегімен жасалған мәтіндерді адам тарапынан ажырату барған сайын күрделене түсуде. Осы жағдай оқырмандардың медиа мәтінді қабылдауда сыни ойлау дағдыларының маңызын арттыра түседі.

Мақалада жасанды интеллектінің қазіргі медиакәсіптіктегі рөлін айқындайды. Ол деректерді өңдеу мен мәтін жазу үдерістерін жеделдеткенімен де адамға тән шығармашылық пайым мен жауапкершілікті толық алмастыра алмайды. Мақалада жасанды интеллектің қазіргі заман талаптарына сай журналист қызметін толық алмастырмай, көмекші құрал ретінде ғылыми тұрғыдан негізделеді. Жасанды интеллектке жақсы промптар бергенімен де, адамға тән шығармашылық, жауапкершілік және этикалық пайымдау қабілеттерін толық деңгейде асыра алмайды. Осыған байланысты оның қолданылуының этикалық шегі мен кәсіби ерекшеліктері талданады. Аталған мәселеге қатысты жасанды интеллектің журналистикадағы орнын теориялық әрі практикалық тұрғыдан бағамдауға мүмкіндік береді.

Әдебиетке шолу

Жасанды интеллектіні журналистикатану саласына қосатын 3 түрлі пайдасы бар. Оның қатарында – ақпаратты автоматтандыру, контент өндірудегі жаңашылдық және технология саласындағы эволюция. Бұл туралы шетелдік ғалымдардың еңбектерінен де жиі байқай аламыз (Masengo Wa Umba et al., 2022). Дегенмен де контент өндіру жылдамдығы артқанымен де, журналистік көзқарас пен кәсіби қабілеттердің орнын алмастыра алмайтыны ақиқат.

Журналистикаға жасанды интеллектпен бітискелі бері, жаңалық тарату және оны тексеру мүмкіндігі артары анық. Қазіргі таңда медиа зерттеушілердің басты тақырыбы – ақпарат таратудағы жасанды интеллект мүмкіндіктері. Оны анықтауда жалған ақпаратпен күресіп, деректің ақ-қарасын анықтауда Америка құрлығы көш басында тұр. Себебі, медиа зерттеулерге көп мүмкіндік қарастырылған. Дегенмен де, қазіргі технологияның қарқынды дамуы күн сайын жаңа фейк ақпараттардың да тарауына мүмкіндік беріп жатқанын да естен шығармауымыз қажет.

Жасанды интеллектінің медиаға үлесін бағамдау үшін ғалымдар Африкадағы төрт мемлекетке журналистер арасында зерттеу жасаған. Аталған зерттеуде фотожурналистердің пікірі ерекше назар аудартып, жасанды интеллект жаңа технологияға деген қолжетімділік мәселесіне байланысты қиындықтар бар екенін бағамдаған (Umejei et al., 2025). Бұл жалпы жасанды интеллект көмегімен жасалған фотосуреттерде ерекшеліктер болғанымен де, оның нақты айтар ойы мен ішкі толғаныс мәселесі тұрғысынан ақсап жатқанын аңғарған. Мысалы, Танзания мемлекетінде орналасқан редакцияны зерттеу барысында жасанды интеллектіні тек аударма мәселесіне ғана қатыстыруға шешім шығарған. Себебі, медиа халықаралық репортаждарды қаржыландыру мүмкіндіктерінің аз екенін ескеріп, осындай шешімге келген (Gondwe, 2025). Бұл өзге де мемлекеттегі редакциялар да байқап, олар да дәл осындай шешім қабылдай бастаған. Дегенмен де аударманың жылдам жасалғанымен де, оның қауіпі де болуы мүмкін екенін естен шығармаған жөн. Себебі, аударма сапалы болғанымен де, контексттің негізі қалай боларын, журналистер берген ақпараттағы сенім көзі қалай екеніне баса мән бермеуі де мүмкін (Ибрайымов et al., 2026).

Шет елдік ғалымдар медианы зерттеуде адам қолымен жасалған контент пен жасанды интеллект жасаған зерттеулер арасында айырмашылықтардың бар екенін аңғарған. Мысалы, фотографияны қарастыратын болсақ, Бодрийярдың симулякр теориясын адам қолымен жасалған бейнеде басшылыққа алатын болса, жасанды интеллект бірінші кезекте контент өндіріп, артынша дәл сол теорияны сұрау бойынша қызмет жасайтынын анықтаған. Дәл осы тұста таяқтың екі ұшы бар секілді визуалды контентке жасанды интеллект кірген уақытта оның объективтілік және түпнұсқалық сияқты қағидаттарына қауіп төндіретінін көрсетеді. Сонымен бірге зерттеушілер жергілікті журналистиканың да әлсіреп, ірі қалаларда жұмыс жасайтын журналистер арасында ірі айырмашылықтар болуы мүмкін екенін де алға тартады.

Журналистикатану саласына жасанды интеллект бір сәтте топ ете қалмағаны анық. Бұл ұзақ жылдар бойы адамзаттың арманы мен мақсаты негізінде жинақталды десек қателеспейміз (Bailenson et al., 2026). Бұл медиа мамандары үшін ең бірінші өнімділік көрсеткіштерін арттыруға бағытталған технология десек қателеспейміз. Себебі, өте көп ақпаратты жинап, талдау журналистер үшін әлі де таусылмас үлкен жұмыс екені бесенеден белгілі. Бұл журналистің уақыты мен жеке өміріне деген қызығушылықтың төмендеуіне әкелуі де ғажап емес (Beg & Verma, 2023).

Жасанды интеллектінің медиа мамандардан бір артықшылығы жылдамдық мәселесі бойынша алдына жан салмай келеді. Себебі, журналистер ресми органдардан ақпарат күтіп отырғанда, жасанды интеллект дәл сол тақырыпқа бірнеше анализ мақаласын дайындап қоюы ғажап емес. Дегенмен мұның барлығы да адам қолымен жасалады. Контенттің жылдам таралғанымен де оның мазмұны мен сапасы жағынан кім жауап береді деген сұраққа әлі де нақты жауап табу қиын болып қалары анық (Biswas, 2023). Бұл сұрақтың жауабы түбі журналист-адамға бағытталатыны да белгілі жайт. Өйткені жасанды интеллекттің жазған мәтіні мен өндірген контентінің үстінен тексеріп, жариялауға да келісім беретін бір тұлғаның қажет болары анық.

Журналистикаға жасанды интеллектінің кіргенінің бір қорқынышты тұсы – ақпаратты бір жақты бағалауға мүмкіндік беруі де ғажап емес (Dima & Vlăduțescu, 2012). Дәл осындай жағдайдың жиі қайталануы журналистикаға деген сенімнің күрт төмендеуіне әкеліп, қоғам алдын-

дағы беделіне нұқсан келуі де болжанып отыр. Бұндай қауіптің біріншісі жаңалықты жылдап тарату мен өндіру барысында болуы жиілеуі мүмкін. Бұл жаңалық таратушы мамандардың бейтараптылығы, жінған қабілеттері мен алған біліміне де қоғам тарапынан күмәнмен қарап, оларға талап өте жоғары болу ықтималдығы да бар (Qureshi & Tekin, 2020).

Жасанды интеллект тек журналистикада мәтін жазу ғана емес, сонымен бірге деректер журналистикасына да дендеп ене бастады. Себебі, Big Data-мен жұмыс жасау үшін медиа мамандар өте көп уақыт жоғалтып, деректерді талдауда қателіктер жіберіп жататын еді. Қазіргі уақытта жасанды интеллект аталған жұмысты жылдамдатып, деректерді талдауды қарқынды түрде жүзеге асыра бастады. Бұл журналистер үшін уақыт үнемдеуге таптырмас құралға айналды десек қателеспейміз (Kim et al., 2023). Бұл әрине дата журналистикадағы бәсекелестікті арттырмаса, төмендетпек емес.

Дәл осы призмадан қарастыратын болсақ, жасанды интеллектіні шығармашылық сала саналатын журналистикада пайдаланғанның өзінде де, адами құндылықтардан әлі де ажырай қоймасын көрсетеді. Бұл журналистиканың қарыштап дамуы мен технология арасындағы көпір болып қалары анық.

Бүгінгі заманауи медиа индустрия бірсарынды емес, қарқынды серпіліктер негізінде жүзеге асып келеді. Оның барлығы да өзге салалардың деформациялануына да әкелді десек қателеспейміз (Wang, 2021). Заманауи журналистика конвергентті журналистикаға айналып, барлық саланы барынша өзіне жақындатуға тырысып келеді. Оған қосымша деректерді жинау мен өңдеу қабілеттері қосылған жасанды интеллект қосылған болса, онда оның жаңаша келбеті қарқынды түрде дамиды. Дегенмен де жасанды интеллектіні редакцияның ішіне кіргізу оны толық басшы қызметінде емес, журналистерге қосымша құрал ретінде қарастыруды есімізге салатындай. Себебі, журналистика – жазу машығына бағытталған сала. Оған эмоциямен қатар, журналистің өзіндік қолтаңбасы да қажет. Бұл оқырман тарапынан сенімділік, жауапкершілік және ашықтық принциптеріне жақын екенін көрсетеді.

Жасанды интеллектіні журналистикадан бас тартуға мәжбүрлей алмаймыз. Дегенмен де, оның өз қауіптіліктері де бар екенін естен шығармауымыз қажет. Мысалы, ақпарат таратуда ашықтық пен адалдық (Әуесбай & Сақ, 2025). Бұл екі қасиет журналистикада тағандап тұра

алса ғана, оқырман тарапынан сенім болады. Егер дәл осы екі қасиеттен айырылып қалатын болсақ, онда журналистикадағы кез келген өнім оқырман мен көрермен үшін пайдасыз һәм қызықсыз болып қалуы да ғажап емес. Медиа маман егер контентті дайындауда жасанды интеллектіні қолданған болса, оны өз оқырмандары үшін дисклеймер арқылы беру қажет. Сонда қоғам тарапынан адасулар мен шатасудан ада болады.

Жаңалықтар бөліміндегі жасанды интеллект барлық оқырман үшін қызық әрі іштартарлық болуы да мүмкін. Бұл өз кезегінде ақпарат таратуда шешімдерге ықпал ату деңгейін анықтауға мүмкіндік береді (Lewis et al., 2025). Жасанды интеллектіні мақсатты түрде пайдаланып қана қоймай, оқырман санасына фактілерді беруде сыни ойлау дағдыларын қалыптастыруға да күш салу қажет. Сонда ғана медиа институттың өнімділігін арттырады. Ашықтықтық болмауы, керісінше, ақпараттық манипуляция туралы күмән туғызып, қоғамдық сенімнің әлісіреуіне алып келеді.

Жасанды интеллектіні қолдану журналистикада есеп беру мәселесін күрделендіретін уақыттары да ғажап емес. Бұл әсіресе дәстүрлі журналистикада жарияланған материалдың мазмұны үшін нақты бір журналист не редактор жауапты болатынын білеміз. Ал алгоритмдік жүйелері қатысқан жағдайда жауапкершілік субъектісін анықтауға қиындық туғызады. Жасанды интеллект негізінде дайындалған контентте қателік жіберу немесе біржақтылық анықталған кезде жауапкершілік кімге жүктелуі қажет екені туралы сұрақ тауары анық.

Бұл жағдайда жауапкершілік бірнеше тарапқа бөлінуі мүмкін. Алгоритмді әзірлеушілерге оны пайдаланған журналистерге немесе редакциялық саясатты бекіткен медиада жауапқа тартылуы ғажап емес. Сондықтан да жаңалықтар редакциясында жасанды интеллектті қолдану бойынша нақты ішкі регламенттер мен этикалық кодекстер әзірлеуіге мәжбүр болады (**Қанашева et al., 2024**). Мұндай ішкі құжаттарға жасанды интеллект жасаған не өңделген контентті тексеру қажет әрі оған түзетулер мен толықтыруларды да қажет етеді. Дәл осындай жасанды интеллектінің көмегіне жүгінген контенттің жауапкершілігі де бір тұлғаға артылуы тиіс.

Қазіргі уақытта жасанды интеллектінің алғашқы нәтижелері бірнеше жыл бұрын экономика мен бизнесте жиі байқалды (Ibraiyimov & Aidarbekov, 2023). Қазірші уақытта оның кейбірі

процестерді жақсартып, жетілде алады. Бұл кей компаниялардың кірістері мен тәуекелшіліктерін тиімді түрде басқаруға мүмкіндік береді. Қазіргі уақытта БАҚ саласының өнімді тұтынушылары қатарында телевизия саласындағы мамандардың өздері маркетингтік құралдар мен телеарнаның техникалық мүмкіндіктерін ілгерлету мақсатында да жасанды интеллектіні қолдана бастаған еді.

Бүгінгі медияның әр салаға жақындап, бірігуге тырысқан уақытта «медиатизация» термині белең ала бастады. Осылайша жаңа технология мен қоғам арасындағы қатынастарда бір-бірінен ажырамас құралға айналып, бірізді түрде жұмыс істеуге әсер етеді (Aidarbekov et al, 2025). Технологияның дамыған уақытында қоғаммен біте қайнасып кету үшін де өте көп уақытты қажет етеді десек қателеспейміз. Себебі, цифрлы медиада жылдам ақпаратты жеткізу мүмкіндігімен қатар оның да қауіптері болатынын ұмытпауымыз қажет. Бұл әрине тек журналистика саласында ғана емес, шығармашылықты талап ететін кез келген салаға байланысты десек қателеспейміз (Aidarbekov et al, 2025). Бүгінгі таңда технология мен қоғам арасындағы байланыс өте маңызды. Қазіргі зерттеулер көрсеткендей технологияны жасаушы да адам, қоғамды құрушы да адам. Осы екі қызметтің барлығының басын ұстап тұру бір материаның қолында десек қателеспейміз. Қазақстан үшін жасанды интеллект енді ғана белең алып, тәжірибе жинап жатыр. Бұл өз кезегінде әлеуметтік аспектілермен қатар, әлемдік медианың өзіне де адами факторды бірінші орынға қою қажет екенін аңғартты.

Жасанды интеллект жүйесінің бірінші мәселесі – бейтараптық. Жасанды интеллект талдау жасау барысында бұрынғы фактілер мен өз күшін жойған нормативтік құқықтық-актілерді де қарастыру бек мүмкін. Осының барлығын қарастырған уақытта кейбір оқырмандар тарапынан сұрақтар пайда болып, редакцияға хейт пікірлер келуі де ғажап емес (Morosoli et al, 2025). Редакцияның жіберген олқылығын кім өз мойнына алады немесе оқырман жіберген хейт пікірге нендей жауап беріледі деген дилемма пайда болады. Егер де редакция басшылығы жауап бермесе, қоғамдық пікірге әсер етіп, өз тұтынушыларынан айырылып қалуы да ғажап емес.

Бүгінгі таңда журналистің объективтілік қағидатына күмәнмен қараушылар саны арта бастады. Оған себеп – жасанды интеллектіні журналистер қолданғанда ескертусіз беруі жиілеп кетті. Бұл қоғам мен журналист арасында түсі-

ніспеушіліктер пайда болып, өзара ақпараттық тартысқа әкелді. Себебі, журналистер ақпарат таратуда жылдамдық пен деректердің дұрыс берілуі десе, оқырмандар үшін эмоция мен талқылауға болатын тақырыптардың жиі жазылғанын жиі қалауы мүмкін.

Жасанды интеллект журналистикадағы жалпы редакциялық жұмысқа да өзгерістер енгізе бастады. Себебі, қазіргі уақытта жасанды интеллект бірнеше жұмыс орынының қызметін бір өзі атқара алатын жағдайға жетті. Журналистикатану саласындағы қызметтердің көп болуы, оның көп қырлы болуына әкеледі (Stenbom et al., 2023). Бұл жалпы адамның бірнеше қызметті қатар атқара алу қабілетін игергенімен де, жұмыс сапасының төмендеуі мүмкін.

Контент дайындау барысында ұсынып отырған материал сапасына ғана емес, сонымен бірге оның мазмұндық ерекшеліктеріне баса мән беру қажет. Себебі, контент мазмұны қоғамдық пікірді қалыптастыруға, олардың білімі мен біліктерінің артуына күш салады. Қазіргі уақытта журналистиканың міндеті тек ақпарат тарату ғана емес, сонымен бірге қайтарымды байланыс орната алу да үлкен жауапкершілікті қажет етеді. Осылайша журналистикадағы жаңалық жазу және тарату қабілеттері де заман талабына сай өзгеріп отырады.

Медиа саласының дамуы да жасанды интеллект араласқалы көптеген трансформацияға түсе бастады. Қарапайым мәтін жазудан бастап, үлген кинокартикадағы монтаж, визуализация секілді тақырыптарды да оңай игере бастады (Секей et al., 2025). Осының барлығы да журналистикадағы өте күрделі, көп уақытты талап ететін шығармашылық һәм техникалық мүмкіндіктерді оңай игеруге мүмкіндік беріп келеді.

Зерттеу жұмысын дайындау барысында шет елдің көптеген ғалымдардың жасанды интеллект және медиа тақырыбына қатысты көптеген тақырыптарды қозғай бастады. Ол журналистік еңбектерді дайындауда «Жасанды интеллект адам орынын баса ала ма?»-деген сұрақтарда жиі талқылана бастады. Осы орайда ғалымдар көптеген зерттеулер жасап, жасанды интеллект адам орынын баса алмайды деген шешімге келген. Себебі, жасанды интеллект дайындаған мәтіннің үстінен тексеріп, оның ақ-қарасын анықтауға адам қолы қажет екенін дәлелдеген (Lischka, 2025).

Технологияның қарқынды түрде даму кезеңінде Қазақстан мысалында қарастырып көрсек, бірінші кезекте географиялық аумақ пен тілдік ерекшеліктері басшылыққа алу қажет. Одан

бөлек әр аймақтың өзіндік мәдениеті мен құндылықтарын да басшылыққа алуға тиіс. Дәл осындай факторларды қарастыратын болсақ, қазақ тілін технологияда дамыту мәселесі әлі де өзектілігін жоймақ емес. Әрине, тілді дамыту, көркейту тек тіл мамандарына тиісті шаруа ғана емес, қоғамды ағартушылыққа бағыттайтын педагогтер, журналистердің де мойнында.

Бүгінгі таңда Қазақстан контексті үшін медиа сауатты дамыту мәселесі әлі де өзектілігін жоймай келеді. Себебі, контент өндіруде жасанды интеллект көмегімен өндірген материалды оқырмандар әлі де ажырата алмауы мүмкін. Осылайша журналистика өнімдерінің сапасын ғана емес, сонымен бірге қоғамның ақпараттық қауіпсіздігіне де баса мән беруге мүмкіндігі бар.

Жасанды интеллект журналистикаға жаңа мүмкіндіктер ғана емес, бірқатар этикалық мәселелерді де басшылыққа алу қажет екенін аңғартты. Оның қатарында ашықтықты қамтамасыз ету, жауапкершілікті нығайту, алгоритмдік бейтараптықты сақтау және сапасы төмен контенттің алдын алуға мүмкіндік береді. Жасанды интеллект журналистиканың болашағын айқындайтын маңызды құрал болғанымен де, ол журналистің кәсіби және этикалық ролін алмастыра алмайды. Сол себепті де жасанды интеллект пен адам журналистің үйлесімді симбиозы ғана сапалы, сенімді және қоғамдық маңызы бар контент өндіріп, сапалы түрде қоғамға әсер етуге мүмкіндігі бар.

Методология

Дәл осы ғылыми зерттеу жұмысын орындау барысында біз жасанды интеллектіні медиа контент өндіруде өздеріне серік еткен ақпарат агенттіктеріне SWOT анализ жасау арқылы талданды. Өйткені бұл зерттеуде жасанды интеллект технологияларының қазіргі медиа кеңістіктегі қолдану ерекшеліктерін, оның журналистік қызметке тигізетін әсерін, сонымен қатар болашақ мүмкіндіктері мен қауіптерін жүйелі түрде сарапталады.

Зерттеу барысында халықаралық және отандық ғылыми еңбектерге, салалық баяндамаларға және медиа ұйымдардың тәжірибесіне сүйене отырып, жасанды интеллекттің журналистикадағы функционалды ролін анықтайды. Атап айтар болсақ, қазіргі медиадағы жаңалық өндіру, деректерді өңдеу және аудиториямен өзара байланыс орнату және контентті жекелендірудегі жасанды интеллект құралдарының тиімділігі

талданады. Сонымен бірге, алгоритмдік редакциялау, автоматтандырылған мәтін генерациясы мен деректерге негізделген журналистік үлгілерді қарастыруға мүмкіндік береді.

Біз өз зерттеу жұмысымызда SWOT анализ арқылы журналистикадағы жасанды интеллект табиғатына баға беруге тырыстық. Қазіргі уақытта жасанды интеллектінің қарқынды дамуымен қатар, ақпаратты жедел өңдеу мүмкіндіктерін күшті жақтары ретінде қарастыра аламыз. Дегенмен де контентті өндіру барысында алгоритмнің біржақтылығы мен контентті толық аша алмауы жасанды интеллекттің әлсіз тұстары қатарында. Ал медиадағы инновацияның дамуы мен адам шығармашылығын толыққанды жасай алуы жасанды интеллекттің мүмкіндіктері ретінде қарастыра аламыз десек қателеспейміз. Ал қауіптер қатарына этикалық мәселелер, сенімділік және журналистік жауапкершілік әлсіреуі де ғажап емес.

Зерттеудің гипотезасы ретінде жасанды интеллект журналистиканың орынын алмастыра алмайды. Керісінше, оны толықтыратын және кәсіби қызметтің тиімділігін арттыратын құрал ретінде қалыптасады дегне тұжырым ұсынылды. Осы әдіснамалық тәсіл жасанды интеллекттің журналистикадағы рөлін теориялық және практикалық тұрғыдан бағалауға мүмкіндік берді.

Зерттеу нәтижесі және талқылау

XXI ғасырда цифрлы технологияның қарқынды дамуы – журналистика саласына да ерекше серпіліс әкелді. Бұл журналистикадағы контент өндіру тәсілдеріне және кәсіби стандарттарына да елеуі ықпал етіп, оған қойылатын талаптарды күшейте түсті. Соның ішінде жасанды интеллектінің медиа индустрияға дәстүрлі ақпарат алу парадигмасының заман ағымына қарай қарастыруға негіз болды. Қазіргі кезеңде жасанды интеллект журналистиканың жекелеген функцияларын автоматтандырумен қатар, репортаж жасау, деректерді өңдеу, талдау және визуализациялау сияқты күрделі процестерді оңтайландыруға мүмкіндік беріп отыр. Бұл үдеріс халықаралық ірі медиа құрылымдардың тәжірибесінде айқын көрініс табуға мүмкіндік берді.

Жасанды интеллект журналистикаға алғаш енген уақытта шетелдік медиада контент өндіру тәжірибесінде кеңнен зерттеу жасап бастады.

Осылайша шет елдік медиада Associated Press (AP) алғаш болып қаржы саласындағы есептерді автоматты түрде дайындау мақсатында жасанды интеллектке негізделген Automated Insights компаниясымен бірге Wordsmith платформасын дайындады. Бұл шешім агенттіктің ақпарат өндіру көлемін біршама арттыруға мүмкіндік берді. Associated Press агенттігінде 3 айда 300-ге жуық қаржы тақырыбында барлығын адам көмегімен талдау жасаса, қазіргі таңда жасанды интеллект арқылы бұл көрсеткіш 3700-ден астам есепке талдау жасай алды. Бұндай деректі өндіру мен талдауға жылдамдық пен өнімділік тұрғысынан ғана қарастырмай, оның дәлдігіне де баса назар аудару қажет.

Агенттік тәжірибесіне сүйенер болсақ, жасанды интеллект журналистерді толық алмастыра алмайтындығына көзіміз жетеді. Жасанды интеллект медиада қызмет ететін маманның кәсіби қызметін толықтырушы құрал екенін аңғара аламыз (*I-superme*). Автоматтандырылған жүйелер – фактілерге негізделген стандартты мәтіндерді дайындауды өз мойнына алғанымен де, олар аналитикалық ойлай мен терең контекстпен жұмыс жасауда қиындықтар бар екенін аңғара аламыз. Осылайша ЖИ көмегімен дайындалған контентте оқырмандар үшін жалған ақпарат таратып, тіпті тақырыптың маңызы төмен болуы да ғажап емес. Ал дәл осындай жағдайлардың қайталанбауы үшін журналистік қолтаңба да қажет болатынын ұмытпауымыз қажет. Бұл өз кезегінде журналистік еңбектің сапалық сипаттамасын арттыруға мүмкіндік береді. Жасанды интеллект журналистер үшін өте көп уақыт талап ететін тапсырмаларды жеңілдетіп, медиа маманға шығармашылық және зерттеушілік әлеуетін тиімді пайдалануға жағдай жасай алуға қабілетті.

Reuters агенттігінің тәжірибесі де жасанды интеллекттің журналистикадағы мүмкіндіктерін айқын пайдалануға барынша күш салуда. Reuters редакциясы Lynx Insight деп аталатын инновациялық құралды енгізу арықылы деректер журналистикасының жаңа деңгейге көтеруге күш салуда. Lynx Insight қосымшасы үлкен көлемдегі деректерді талдауға арналған жасанды интеллект жүйесі. Ол қаржылық есептерді, әлеуметтік желідегі трендтер мен ресми статистикалық мәліметтерді және ашық дереккөздерді өңдеу арқылы жаңалық сюжеттерін анықтауға мүмкіндік бере алатын қасиетке ие.

1-сурет*Associated Press басылымының ЖИ негізіндегі жаңалықтар**Ескертпе: авторлар құрастырған*

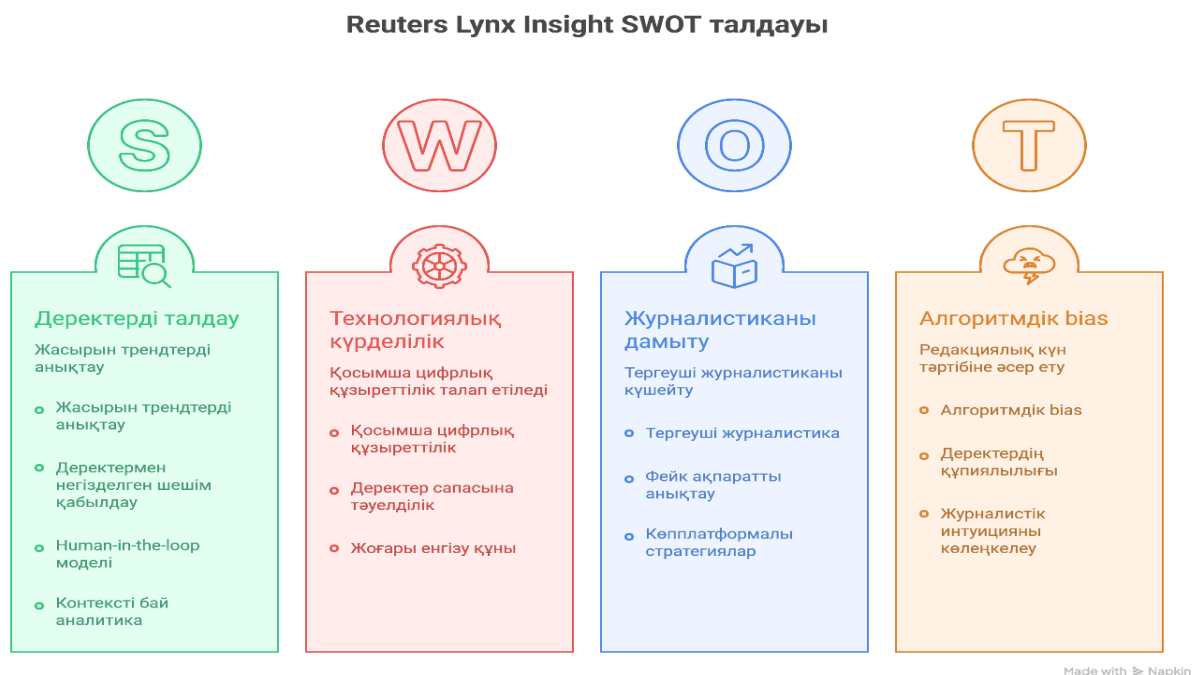
Бұл жасанды интеллектінің басты ерекшелігі деректер арасындағы жасырын байланыстарды табу және журналист назарынан тыс қалуы мүмкін тақырыптарды ұсына білу қабілетін. Lynx Insight деректерді автоматты түрде интерпретациялап, журналистерге нақты аналитика жасауға бағытталған сұрақтар мен бағыттарды ұсына алады. Осы арқылы журналистік зерттеуде тереңдей түсуге мүмкіндік беріп, материалдың фактологиялық негізін күшейте түседі. Reuters агенттігінің тәжірибесіне жасанды интеллектіні журналистикадағы рөлін кеңейтіп қана қоймай, редакциялық шешім қабылдау процесін жылдамдататын құралға айналғанының айқын көрінісі бола алады (2-суретте).

Жасанды интеллектінің журналистикаға ықпалы тек ақпаратты жылдам таратып, оны өнімді түрде тарата алу ғана емес. Бұл мәселеде журналистикадағы кәсіби этика, бейтараптық, жауап-

кершілік және аудитория сенімі сияқты іргелі мәселелерді де қайта қарастыруды талап етеді. Себебі, автоматтандырылған жүйелер арқылы жасалған мәтіндердің дереккөздері, алгоритмдік шешімдердің ашықтығы мен қателік жасау ықтималдығы журналстерге деген сенім деңгейінің төмендеуіне немесе керісінше әсер етуіне ықпал етеді. Сондықтан да көптеген ғалымдар жасанды интеллектіні енгізу барысында human-in-the-loop секілді қағиданы сақтауға барынша күш салады. Бұл қағида бойынша, соңғы редакциялық бақылау мен мазмұнға жауапкершілік әдетте адамның құзырында қалуы тиіс деген шешімге келеді. Бұл әрине дұрыс шешім, себебі, жалған ақпарат тарату секілді мәселе болған жағдайда технологияны жауапқа тарта алмаймыз. Одан бөлек адам секілді жауапкершілік мәселесі де қалай жүзеге асатыны туралы нақтылық жоқ екенін айта кеткеніміз жөн.

2-сурет

Reuters редакциясындағы Lynx Insight SWOT-талдау



Ескертпе: авторлар құрастырған

Сонымен бірге жасанды интеллекттің журналистикадағы қолданысы кәсіби мамандықтың қызметкерлеріне трансформациясына әкеліп отыр. Журналист тек ақпарат жеткізуші ғана емес, деректерді анализ жасап, оның нәтижесін оқырмандарға түсіндіріп, контекстті толық ашуға мүмкіндік береді. Бұл журналистикадағы ағартушылық деген бағытқа сай келеді. Қазіргі уақытта журналистика факультеттерінде зерттеу журналистикасы, медианы зерттеу, жасанды интеллект және контент өндіру секілді көптеген пәндер енгізілуде десек қателеспейміз. Қазіргі уақытта журналистика мамандығы әр саламен пәнаралық байланысы бар екенін аңғартады десек қателеспейміз. Әрі журналист аталған саладан да хабардар болуы қажет екенін ескерсек, қазіргі уақытта журналистерге қойылатын талап өте жоғары.

Жасанды интеллект журналистиканың деформациялануына себеп болып қана қоймай, жаһандық медиа нарықтағы бәсекелестің де күшеюіне әкелді. Қазіргі таңда ақпарат көз ілеспес жылдамдықпен таратылған сайын, оның өзектілі мен дәлдігі де басты тақырыпқа айналып үлгерді. Ал жасанды интеллектке негізделген құ-

ралдар редакцияларға жедел әрі нақты ақпарат ұсынуға мүмкіндік бере алатын қабілетті толығымен игерген десек қателеспейміз. Себебі, қаржы, спорт және ауа-райы секілді деректерге негізделген ақпараттық салаларды айқын бағамдай аламыз. Дегенмен де таяқтың екі ұшы бар секілді технологиялардың жауапсыз пайдалану жалған ақпараттың тарауына не техникалық қателіктерге әкелуі де ғажап емес. Осы себепті редакцияның саясатында жасанды интеллектті қолданудың нақты стандарттары мен ережелері қалыптастып, оған жауапты етіп бір адамды белгілейтіні де сондықтан.

Жоғарыда біз мысал еткен екі медиада жасанды интеллектің журналистикадағы трансформациялық әлеуетін анық көрсетуге мүмкіндік береді (3-суретте). Дәл осы екі екі медиаға SWOT-анализ арқылы зерттеу жасағанда, олардың редакцияның ішкі саясаты мен жазатын тақырыптарының жақындағы басшылыққа алынды. Себебі, зерттеу жасау барысында екі медианың жасанды интеллектіні қолдану принциптері өте ұқсас, әрі тақырыптары жағынан да жақын екенін аңғара аламыз. Біздің байқағанымыздай, дәстүрлі медиа өз

құндылықтарын жоймай, керісінше оларды жаңа деңгейде көтеріп, адам үшін қызмет етуге бағытталғанын анықтай аламыз. Жасанды интеллект адамның орынын алмастыра алмайды десек те, оның кәсіби қызметін тиімді, жүйелі

және деректерге дәл етіп бере алуға қабілетті. Осы тұрғыдан алғанда жасанды интеллект журналистиканың болашағын айқын стратегиялық ресурс ретінде қарастыра аламыз десек қателеспейміз.

3-сурет

Associated Press және Reuters басылымдарын салыстыру

AP vs. Reuters Lynx Insight

	 AP	 Reuters Lynx Insight
Басым функция	Автоматтандырылған жаңалық жазу	Деректерді талдау және инсайт ұсыну
Мақсат	Жаңалық өндірісінің көлемін арттыру және жылдамдықты қамтамасыз ету	Контенттің тереңдігі мен сапасын арттыру
Қолдану	Қайталанатын, құрылымдалған деректерге негізделген контент	Қаржылық деректер, әлеуметтік медиа трендтері, үлкен деректер
Журналистерге көмек	Рутиналық тапсырмалардан босатып, ресурсты үнемдеу	Ықтимал сюжеттер мен жасырын заңдылықтарды көрсетеді
Контент форматы	Стандартталған форматта ұсынылады	Тереңдік пен сапаға бағытталған
Журналистің рөлі	Рутиналық тапсырмалардан босатылған	Шығармашылық және сыни ойлау қабілеті кеңейтілген

ide with  Napkin

Ескертпе: авторлар құрастырған

Жалпы жасанды интеллектінің интеграциясы жалпы медиа индустрияға серпіліс әкеліп қана қоймай, оның негізгі драйверіне айналып үлгерді. Оған халықаралық тәжірибені қарастырып көрсек, бұл технология журналистиканың сапасын арттырып қана қоймай, аудиториямен өзара байланысты нығайтады. Болашақта жасанды интеллект пен адам журналист арасында бірлік нығайып, қоғам сұранысына жауап беретін тиімді модель ретінде қалыптасуы да ғажап емес.

Қорытынды

Қорытындылай келе, жасанды интеллекттің журналистикатану саласындағы интеграциясы қазіргі уақыттағы медиа индустриядағы функционалды өзгерістердің негізі ретінде айқындалып отыр десек қателеспейміз. Оның ішінде халықаралық тәжірибиеге сүйенер болсақ, әсіресе Associated Press және Reuters секілді ірі медиа агенттіктердің тәжірибесін қарастыра отырып, жасанды интеллектінің жаңалық өндіру үдерісінің тиімділігі артпаса кемімегенін аңара аламыз. Бұл жалпы ақпарат игеруде деректерді өңдеу, ақпаратты сұрыптау ерекшеліктеріне де баса мән беру қажет екенін аңғарамыз. Бұл әсіресе журналист қызметінде бірнеше уақыт алаын аналитика, зерттеу және түсіндірмелі мақалалады жазуда уақыт үнемдеп, жұмыстың сапасының артуына ықпал етеді.

Сондай-ақ жасанды интеллектіні журналистикаға енгізу сапалық мазмұнның ілгерлеуімен қатар, аудиторияға бағытталған ақпаратты дәл анықтауға мүмкіндік береді. Бұл әсіресе деректерге негізделген журналистикада трендтерді болжау және жедел ақпарат тарату мүмкіндіктері арқылы медиадағы бәсекелестікке жол ашады. Дегенмен де бұл үрдісті тек жақсы деп бағамдай

алмаймыз. Себебі, оның этикалық мүмкіндіктері мен алгоритмдердің берген ақпараттың бейтараптығы, адами фактордың сақталуы секілді елеулі мәселелердің де бас көтеретіні бар. Осының барлығына да толыққанды жауап берген уақытта ғана жасанды интеллектке иек артуға болады деп санаймыз.

Осылайша біз жасанды интеллект журналисті толық алмастыра алмайды деген шешімге келе аламыз. Тек, жасанды интеллект журналистің қызметін толықтыратын және қолдайтын технология ретінде ғана бағаланады. Болашақта адам журналист пен жасанды интеллект арасында тиімді симбиоз болып, ақпаратты таратуда қоғам сұранысына жауап беретін, орнықты модель бола алады. Дәл осындай модель журналистиканы әлеуметтік жауапкершілігін сақтай отырып, оның технологиялық мүмкіндіктерінің дамуына жол ашады.

Мүдделер қақтығысы

Авторлар мүдделер қақтығысының жоқ екенін мәлімдейді.

Авторлардың үлесі

Әлміш Ж.Т. – хат-хабар авторы, концепция әзірлеу, зерттеу мақсаты мен міндеттерін, әдістемесін таңдау, мате-риалдар жинап, ғылыми деректерді талдау, зерттеу нәтижелерін интерпретациялау, мақала мәтінін жазу, мәліметтерді талдау және визуализациялау, мәтіндік контентті генерациялау және аналитикалық өңдеу.

Ақынбекова А.Б. – гипотезаны нақтылау, зерттеу компоненттерін безендіру, мәтіндік контентті генерациялау және аналитикалық өңдеу, дереккөздер базасын талдау және зерттеу траекториясын үйлестіру, ғылыми және медиаматериалдарды контент талдау,

Әдебиеттер

- Aidarbekov, A., Ibraiyimov, A., Murzabekova, G., Aidarbekova, A., & Temirbolat, A. (2025). Film business processes and audio engineering principles in the construction of animated media. *Bulletin of D. Serikbayev East Kazakhstan Technical University*, 1(3), 142–156. https://doi.org/10.51885/1561-4212_2025_3_142
- Aidarbekov, A., Ibraiyimov, A., Murzabekova, G., Aidarbekova, A., & Shakhimova, R. (2025). Automation of digital art: Artificial intelligence in filmmaking control systems and media production. *Trudy Universiteta*, 4(101), 420–426. https://doi.org/10.52209/1609-1825_2025_4_420
- Әуесбай, Қ., & Сақ, Қ. (2025). Жасанды интеллектінің баспасөз менеджменті мен маркетингтегі рөлі. *Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы. Журналистика сериясы*, 150(1), 42–56. Retrieved from <https://buljourn.enu.kz/index.php/main/article/view/657>
- Bailenson, J. N., Yee, N., Merget, D., & Schroeder, R. (2006). The effect of behavioral realism and form realism of real-time avatar faces on verbal disclosure, nonverbal disclosure, emotion recognition, and co-presence in dyadic interaction. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 15(4), 359–372. <https://doi.org/10.1162/pres.15.4.359>

- Beg, M. J., & Verma, M. K. (2023). The mind and the machine: An introduction to artificial intelligence. Amazon International.
- Biswas, S.S. (2023). Potential Use of Chat GPT in Global Warming. *Ann Biomed Eng* **51**, 1126–1127 <https://doi.org/10.1007/s10439-023-03171-8>
- Dima, I. C., & Vlăduțescu, Ș. (2012). Persuasive communication in logistic negotiation. *International Journal of Economical Research*, 3(2), 101–108.
- Gondwe, G. (2025). AI in African Newsrooms: Evaluating Translation Accuracy, Reliability, and Cultural Sensitivity in Tanzanian Media. *Journalism Practice*, 19(10), 2445–2464. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2507091>
- Ибрайымов, А., Камзин, К., Сләмғажы, А., & Козбакова, А. (2026). Цифрлы медиадағы дипфейк кейсі: фокус-топ арқылы зерттеу. *Журналистика сериясы*, 80(2), 112–125. <https://doi.org/10.26577/HJ80220269>
- Ibraiyimov, A., & Aidarbekov, A. (2023). Representation of artificial intelligence (AI) in film and media. *Herald of Journalism*, 70(4), 94–106. <https://doi.org/10.26577/HJ.2023.v70.i4.10>
- Kim, D. Y., Lee, H. K., & Chung, K. (2023). Avatar-mediated experience in the metaverse: The impact of avatar realism on user–avatar relationship. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 73. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103382>
- Қанашева, Ш., Дүйсенғазы, С., & Сейтжанова, Ж. (2024). Журналистикадағы жасанды интеллект: шетел тәжірибесі. *Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы. ЖУРНАЛИСТИКА сериясы*, 148(3), 7–19. <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2024-3-148-7-19>
- Lewis, S. C., Zamith, R., & Bunquin, J. B. A. (2025). Technological Hype and AI in Journalism: Five Functions and Why They Matter. *Digital Journalism*, 1–12. <https://doi.org/10.1080/21670811.2025.2557994>
- Lischka, J. A. (2025). National Conditions for AI Innovation in Journalism: How innovation capacity, media systems, and professional roles predict AI award recognition across 25 countries. *Journal of Media Economics*, 38(2), 23–38. <https://doi.org/10.1080/08997764.2025.2566700>
- Masengo Wa Umba, S., Abu-Mahfouz, A. M., & Ramotsoela, D. (2022). Artificial Intelligence-Driven Intrusion Detection in Software-Defined Wireless Sensor Networks: Towards Secure IoT-Enabled Healthcare Systems. *International journal of environmental research and public health*, 19(9), 5367. <https://doi.org/10.3390/ijerph19095367>
- Morosoli, S., Resendez, V., Naudts, L., Helberger, N., & de Vreese, C. (2026). “I Resist”. A Study of Individual Attitudes Towards Generative AI in Journalism and Acts of Resistance, Risk Perceptions, Trust and Credibility. *Digital Journalism*, 14(5), 771–790. <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2435579>
- Qureshi, M. A., & Tekin, C. (2020). Fast learning for dynamic resource allocation in AI-enabled radio networks. *IEEE Transactions on Cognitive Communications and Networking*, 6(1), 95–110. doi: <https://doi.org/10.1109/TCCN.2019.2953607>
- Секей, Ж., Хибадуллина, А. С., & Сағындыққызы, Г. (2025). Ақпараттық кеңістіктегі нейрондық желілер: медиалық мүмкіндіктер, мәселелері мен болашағы. *Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы. Журналистика сериясы*, 151(2), 162–175. <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-162-175>
- Stenbom, A., Wiggberg, M., & Norlund, T. (2023). Exploring communicative AI: Reflections from a Swedish newsroom. *Digital Journalism*, 11(9), 1622–1640.
- Wang C.L. (2021). New frontiers and future directions in interactive marketing: Inaugural Editorial. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(1), 1–9, <https://doi.org/10.1108/JRIM-03-2021-270>
- Umejei, E., Ayisi, A., Phiri, M., & Tallam, E. (2025). Artificial Intelligence and Journalism in Four African Countries: Optimists, Pessimists, and Pragmatists. *Journalism Practice*, 19(10), 2249–2265. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2489590>

References

- Aidarbekov, A., Ibraiyimov, A., Murzabekova, G., Aidarbekova, A., & Temirbolat, A. (2025). Film business processes and audio engineering principles in the construction of animated media. *Bulletin of D. Serikbayev East Kazakhstan Technical University*, 1(3), 142–156. https://doi.org/10.51885/1561-4212_2025_3_142
- Aidarbekov, A., Ibraiyimov, A., Murzabekova, G., Aidarbekova, A., & Shakhimova, R. (2025). Automation of digital art: Artificial intelligence in filmmaking control systems and media production. *Trudy Universiteta*, 4(101), 420–426. https://doi.org/10.52209/1609-1825_2025_4_420
- Әуесбай, Қ., & Сәк, Қ. (2025). ZHasandy intellektiniñ baspasөз menedzhmenti men marketingtegi rölі. [The Role of Artificial Intelligence in Press Management and Marketing] *L. N. Gumilev atyndary Euraziya ұлттық universitetiniñ Habarshysy. ZHurnalistika seriyasy*, 150(1), 42–56. <https://buljourn.enu.kz/index.php/main/article/view/657>
- Bailenson, J. N., Yee, N., Merget, D., & Schroeder, R. (2006). The effect of behavioral realism and form realism of real-time avatar faces on verbal disclosure, nonverbal disclosure, emotion recognition, and co-presence in dyadic interaction. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 15(4), 359–372. <https://doi.org/10.1162/pres.15.4.359>
- Beg, M. J., & Verma, M. K. (2023). The mind and the machine: An introduction to artificial intelligence. Amazon International.
- Biswas, S.S. (2023). Potential Use of Chat GPT in Global Warming. *Ann Biomed Eng* **51**, 1126–1127 <https://doi.org/10.1007/s10439-023-03171-8>
- Dima, I. C., & Vlăduțescu, Ș. (2012). Persuasive communication in logistic negotiation. *International Journal of Economical Research*, 3(2), 101–108.
- Gondwe, G. (2025). AI in African Newsrooms: Evaluating Translation Accuracy, Reliability, and Cultural Sensitivity in Tanzanian Media. *Journalism Practice*, 19(10), 2445–2464. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2507091>
- Ibraiyimov, A., Kamzin, K., Sләmfazhy, A., & Kozbakova, A. (2026). Cifrlы mediadary dipfejk kejsi: fokus-top arkyly zertteu. [Deepfake case in digital media: a focus group study] *ZHurnalistika seriyasy*, 80(2), 112–125. <https://doi.org/10.26577/HJ80220269>

- Ibraimov, A., & Aidarbekov, A. (2023). Representation of artificial intelligence (AI) in film and media. *Herald of Journalism*, 70(4), 94–106. <https://doi.org/10.26577/HJ.2023.v70.i4.10>
- Kim, D. Y., Lee, H. K., & Chung, K. (2023). Avatar-mediated experience in the metaverse: The impact of avatar realism on user–avatar relationship. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 73. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103382>
- Kanasheva, SH., Dyjsenfazy, S., & Sejtzhanova, ZH. (2024). ZHurnalistikadary zhasandy intellekt: shetel tazhiribesi. [Artificial intelligence in journalism: foreign experience] L. N. Gumilev atyndary Euraziya ultiyq universitetiniq Habarshysy. ZHurnalistika seriyasy, 148(3), 7–19. <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2024-3-148-7-19>
- Lewis, S. C., Zamith, R., & Bunquin, J. B. A. (2025). Technological Hype and AI in Journalism: Five Functions and Why They Matter. *Digital Journalism*, 1–12. <https://doi.org/10.1080/21670811.2025.2557994>
- Lischka, J. A. (2025). National Conditions for AI Innovation in Journalism: How innovation capacity, media systems, and professional roles predict AI award recognition across 25 countries. *Journal of Media Economics*, 38(2), 23–38. <https://doi.org/10.1080/08997764.2025.2566700>
- Masengo Wa Umba, S., Abu-Mahfouz, A. M., & Ramotsoela, D. (2022). Artificial Intelligence-Driven Intrusion Detection in Software-Defined Wireless Sensor Networks: Towards Secure IoT-Enabled Healthcare Systems. *International journal of environmental research and public health*, 19(9), 5367. <https://doi.org/10.3390/ijerph19095367>
- Morosoli, S., Resendez, V., Naudts, L., Helberger, N., & de Vreese, C. (2026). “I Resist”. A Study of Individual Attitudes Towards Generative AI in Journalism and Acts of Resistance, Risk Perceptions, Trust and Credibility. *Digital Journalism*, 14(5), 771–790. <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2435579>
- Qureshi, M. A., & Tekin, C. (2020). Fast learning for dynamic resource allocation in AI-enabled radio networks. *IEEE Transactions on Cognitive Communications and Networking*, 6(1), 95–110. doi: <https://doi.org/10.1109/TCCN.2019.2953607>
- Sekej, ZH., Hibadullina, A. S., & Saryndykkyzy, G. (2025). Akparattyq keqistiktegi nejrondyq zheliler: medialyq mym-kindikter, mqseleleri men bolashary. [Neural networks in the information space: opportunities, challenges and perspectives for media] L. N. Gumilev atyndary Euraziya ultiyq universitetiniq Habarshysy. ZHurnalistika seriyasy, 151(2), 162–175. <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-162-175>
- Stenbom, A., Wiggberg, M., & Norlund, T. (2023). Exploring communicative AI: Reflections from a Swedish newsroom. *Digital Journalism*, 11(9), 1622–1640.
- Wang C.L. (2021). New frontiers and future directions in interactive marketing: Inaugural Editorial. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(1), 1–9, <https://doi.org/10.1108/JRIM-03-2021-270>
- Umejei, E., Ayisi, A., Phiri, M., & Tallam, E. (2025). Artificial Intelligence and Journalism in Four African Countries: Optimists, Pessimists, and Pragmatists. *Journalism Practice*, 19(10), 2249–2265. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2489590>

Авторлар туралы мәлімет:

Әлмиш Жадыра Талғатқызы (корреспонденттік автор) – докторант, Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасы, Журналистика факультеті, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, (Алматы, Қазақстан, e-mail: zalmish@mail.ru).

Ақынбекова Алтын Бакашовна – PhD, доцент, Ғылыми-инновациялық жұмыс және халықаралық байланыстар жөніндегі деканның орынбасары, Журналистика факультеті, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, (Алматы, Қазақстан, e-mail: akynbek75@gmail.com).

Information about the authors:

Almish Zhadyra (corresponding author) – PhD student, Department of Press and Electronic Media, Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University, (Almaty, Kazakhstan, e-mail: zalmish@mail.ru).

Akynbekova Altyn (co-author) – PhD, Associate Professor, Vice Dean for Research, Innovation, and International Relations, Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University (Almaty, Kazakhstan; e-mail: akynbek75@gmail.com).

Сведения об авторах:

Альмиш Жадыра Талғатқызы (автор для корреспонденции) – докторант, кафедра печати и электронных СМИ факультета журналистики Казахского национального университета им. аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: zalmish@mail.ru).

Ақынбекова Алтын Бакашовна – PhD, доцент, заместитель декана по научно-инновационной работе и международным связям факультета журналистики Казахского национального университета им. аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: akynbek75@gmail.com).

Келін түсті: 24 мамыр 2026 жыл
Қабылданды: 25 тамыз 2026 жыл