

FTAMP 19.01.11

<https://doi.org/10.26577/HJ813202610>Е. Кәп* , Ж. Нұрыш-Смағұл 

SDU University, Қаскелең, Қазақстан

*e-mail: yessengul.kap@sdu.edu.kz

ҚАЗАҚСТАННЫҢ Өңірлік медиасында ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТ ҚҰРАЛДАРЫН ҚОЛДАНУ: ТӘЖІРИБЕ ЖӘНЕ ЭТИКА НОРМАЛАРЫ (Оңтүстік өңірінің медиасы негізінде)

Мақалада Қазақстанның өңірлік медиасында жасанды интеллект (ЖИ) құралдарын қолдану тәжірибесі мен этикалық нормалар қарастырылады. Қазақтілді өңірлік редакциялардың күнделікті ЖИ тәжірибесі, тілдік қиындықтары және этикалық шешімдері қолда бар еңбектерде салыстырмалы түрде аз қамтылған, бұл зерттеудің өзектілігін айқындайды. Зерттеудің мақсаты – Қазақстанның оңтүстік өңірі медиасында ЖИ құралдарын қолдану тәжірибесін және осы практикада басшылыққа алынатын кәсіби, редакциялық және этикалық нормаларды анықтау. Сапалық зерттеу дизайны аясында оңтүстік өңірдегі тоғыз медиа ұйымның он өкілімен тереңдетілген сұхбат жүргізілді; қатысушылар қолайлы және мақсатты іріктеу әдістерімен таңдалып, деректер сапалық контент-талдау арқылы өңделді. Нәтижелерге сәйкес, он респонденттің тоғызы, яғни сегіз медиа ұйымның өкілдері, редакция жұмысына ЖИ құралдарын қолданады. Басым бағыттар – аударма, мәтін өңдеу, визуал мен бейне жасау, дауыс синтезі және ақпарат іздеу; құралдар уақыт пен ресурсты үнемдеуге мүмкіндік береді. ЖИ-ді игеру деңгейі ұйымдар арасында әркелкі, ал енгізу көбіне жеке бастамаға, оқытуға және басшы шешіміне тәуелді. Респонденттер фактіні тексеру, адам жауапкершілігі, контентті таңбалау, мәтіннің түпнұсқалығы және қазақ тілі мен ұлттық-мәдени сәйкестікті сақтау сияқты ортақ этикалық ұстанымдарды бөліседі; алайда зерттелген ұйымдардың ешқайсысында жазбаша ішкі ЖИ саясаты жоқ. Нәтижелер Инновацияларды тарату теориясы мен Баспасөздің әлеуметтік жауапкершілік теориясы негізінде түсіндіріліп, өңірлік редакцияларға жазбаша ЖИ саясатын, таңбалау тәртібін, адам бақылауын және қолжетімді оқытуды дамыту қажеттігі көрсетіледі. ЖИ-дің өңірлік медиадағы әсері технологияның өзінен ғана емес, редакцияның ресурсына, дайындығына және кәсіби жауапкершілік ұстанымына тәуелді.

Түйін сөздер: журналистикадағы жасанды интеллект, өңірлік медиа, медиаэтика, редакция саясаты, инновацияларды тарату.

Y. Kap*, Zh. Nurysh-Smagul

SDU University, Kaskelen, Kazakhstan

*e-mail: yessengul.kap@sdu.edu.kz

The Use of Artificial Intelligence Tools in Kazakhstan's Regional Media: Practice and Ethical Norms (Based on the Media of the Southern Region)

This article examines the use of artificial intelligence (AI) tools and the ethical norms governing their application in Kazakhstan's regional media. The everyday AI practices of Kazakh-language regional newsrooms, the language-related challenges they encounter, and the ethical decisions they make remain comparatively underexplored in the existing literature, which establishes the relevance of this study. The study aims to identify AI use practices in regional media in southern Kazakhstan and the professional, editorial, and ethical norms guiding this use. Following a qualitative research design, in-depth interviews were conducted with ten representatives of nine media organizations in southern Kazakhstan; participants were selected through purposive sampling, and the data were analyzed using qualitative content analysis. The findings show that nine of the ten respondents, representing eight media organizations, use AI tools in editorial work. The primary uses include translation, text editing, visual and video production, speech synthesis, and information search, with these tools enabling savings in time and resources. AI adoption varies across organizations, and implementation often depends on personal initiative, access to training, and the stance of newsroom leadership. Respondents share common ethical principles, including fact-checking, human responsibility, content labeling, text originality, and the preservation of the Kazakh language and national and cultural identity; nevertheless, none of the organizations studied has a written internal AI policy. The findings are interpreted through Diffusion of Innovations theory and

Social Responsibility Theory of the Press and highlight the need for written AI policies, clear labeling procedures, human oversight, and accessible training for regional newsrooms. The impact of AI on regional media depends not only on the technology itself but also on newsroom resources, preparedness, and principles of professional responsibility.

Keywords: artificial intelligence in journalism, regional media, media ethics, editorial policy, diffusion of innovations.

Е. Кәп*, Ж. Нұрыш-Смағұл
SDU University, Каскелен, Қазақстан
*e-mail: yessengul.kap@sdu.edu.kz

Использование инструментов искусственного интеллекта в региональных медиа Казахстана: практика и этические нормы (на материале медиа Южного региона)

В статье рассматриваются практика применения инструментов искусственного интеллекта (ИИ) и этические нормы их использования в региональных медиа Казахстана. Повседневный опыт работы казахоязычных региональных редакций с технологиями ИИ, языковые барьеры и редакционные этические решения слабо освещены в научной литературе, что определяет актуальность данной работы. Цель исследования – выявить специфику применения инструментов ИИ в региональных медиа юга Казахстана, а также профессиональные и этические нормы, которыми руководствуются журналисты.

В рамках качественного исследовательского дизайна проведены глубинные интервью с 10 представителями 9 медиаорганизаций Южного региона (участники отобраны методом целевой выборки); полученные эмпирические данные обработаны посредством качественного контент-анализа. Результаты показали, что 9 из 10 респондентов, представляющих 8 медиаорганизаций, регулярно используют инструменты ИИ в редакционной деятельности. Ключевые направления применения включают перевод, редактирование текстов, генерацию визуального и видеоконтента, синтез речи и поиск информации, что позволяет существенно оптимизировать временные и ресурсные затраты.

Степень внедрения технологий варьируется в зависимости от личной инициативы сотрудников, доступности обучающих программ и позиции руководства. Респонденты разделяют базовые этические принципы: необходимость верификации фактов, приоритет человеческого контроля, маркировку сгенерированного контента, сохранение оригинальности текста, а также защиту казахского языка и национально-культурной идентичности. При этом ни в одной из исследованных организаций нет зафиксированной письменной редакционной политики в отношении ИИ. Результаты интерпретируются сквозь призму теории диффузии инноваций и теории социальной ответственности прессы. Обоснована необходимость разработки локальных регламентов использования ИИ, стандартов маркировки контента и обучающих модулей для региональных журналистов.

Ключевые слова: искусственный интеллект в журналистике, региональные медиа, медиаэтика, редакционная политика, диффузия инноваций.

Кіріспе

Жасанды интеллект (ЖИ) құралдары ақпарат жинау, мәтін өңдеу, аударма, визуал және аудиобейненің генерациясын жасау секілді жұмыстарды атқару арқылы, журналистикаға біртіндеп еніп келеді (Beckett, 2019; Diakopoulos, 2019). Генеративті ЖИ-дің табиғи тілдегі сұраныс арқылы мәтін, сурет пен аудио өндіру мүмкіндігі бұл үдерісті жеделдетіп, редакциялар үшін технологияны қандай міндеттерге және қандай кәсіби шектеулермен қолдану керек деген мәселені алға шығарды (Beckett & Yaseen, 2023; Ioscote et al., 2024). Бұл мәселе ресурсы, кадрлық құрамы

және тілдік ортасы әрқелкі өңірлік редакциялар үшін айрықша маңызды.

Жаһандық салалық зерттеулер ЖИ-ге қызығушылықпен қатар этикалық алаңдаушылықтың да жоғары екенін көрсетеді. Beckett пен Yaseen (2023) 46 елдегі 105 медиа ұйымын қамтыған сауалнамада ұйымдардың 73%-ы генеративті ЖИ-ден жаңа мүмкіндік көргенін, шамамен 85%-ы оны кемінде бір рет сынағанын, ал 60%-дан астамы этикалық салдарына алаңдағанын анықтады. Осы үрдіске жауап ретінде Associated Press генеративті ЖИ нәтижесін жариялауға дайын материал ретінде пайдаланбауды және алынған ақпаратты журналистік тексеруден өт-

кізуді талап етті (Associated Press, 2023), ал халықаралық кәсіби деңгейде ЖИ мен журналистика жөніндегі Париж хартиясы қабылданды (Reporters Without Borders [RSF], 2023).

Сонымен бірге ЖИ-ді қабылдау редакциялар арасында біркелкі емес. Ірі және шағын ұйымдардың технологияға қолжетімділігі, қаржысы, кадрлық әлеуеті мен оқыту мүмкіндігі әртүрлі (Beckett & Yaseen, 2023; Simon, 2024); дамушы елдер тәжірибесінде инфрақұрылым мен дағды тапшылығы қосымша кедергі ретінде көрінеді (Jamil, 2021). Қазақстанда ЖИ дамытудың 2024–2029 жылдарға арналған тұжырымдамасы қабылданғанымен (Қазақстан Республикасының Үкіметі, 2024), бұл ресурстық айырмашылықтардың өңірлік медидағы нақты көрінісі арнайы эмпирикалық зерттеуді қажет етеді.

Мәселенің екінші қыры – кәсіби және редакциялық жауапкершілік. ЖИ қолдану фактіні тексеру, синтетикалық контентті ашық белгілеу, авторлық құқық, жалған ақпарат және адам бақылауы мәселелерін күшейтеді (Dögt & Hollnbuchner, 2017; UNESCO, 2021). Қазақстанда 2025 жылғы 17 қарашада қабылданған «Жасанды интеллект туралы» № 230-VIII ҚРЗ Заңы ЖИ қолданылғаны туралы хабардар ету мен синтетикалық нәтижелерді таңбалау талабын бекітті (Қазақстан Республикасының Заңы, 2025). Алайда заңнамалық талаппен қатар өңірлік редакциялардың күнделікті жұмысында қандай бейресми кәсіби және этикалық нормалар қалыптасқаны белгісіз.

Осы мәселені өңірлік деңгейде қарастыру үшін зерттеу Түркістан облысы мен Шымкент қаласында қазақ тілінде контент өндіретін облыстық, қалалық және аудандық медиаларды қамтиды. Олардың ұйымдық құрылымы, форматтары және ресурстық мүмкіндіктері әркелкі; сондықтан таңдама ЖИ-ді қабылдау тәжірибесін телеарнадан аудандық газетке дейінгі түрлі редакциялық ортада салыстыруға мүмкіндік береді.

Қазақстанда ЖИ мен журналистика тоғысындағы зерттеулер пайда болғанымен (Алижанова et al, 2024; Zhaxylykbayeva et al., 2025), қолда бар еңбектер көбіне контент өндіру, визуализация, мәтін сапасы мен аудитория қабылдауына бағытталған. Қазақтілді өңірлік редакциялардың ЖИ-ді күнделікті жұмысқа қалай енгізетіні, қандай міндеттерге пайдаланатыны, тілдік қиындықтарға қалай жауап беретіні және жазбаша саясат жоқ жағдайда қандай этикалық шешімдерге сүйенетіні қажетті деңгейде эмпи-

рикалық деректер арқылы зерттелмеген. Бұл зерттеу осы олқылықты оңтүстік өңірдегі редакциялық тәжірибені талдау арқылы толықтыруды көздейді.

Осы тұрғыдан зерттеудің негізгі мақсаты – оңтүстік өңір медиасында ЖИ құралдарын қолдану тәжірибесін және осы практикада басшылыққа алынатын кәсіби, редакциялық және этикалық нормаларды анықтау. Осы мақсатқа сай мынадай зерттеу сұрақтары қойылады:

RQ1: Өңірлік медиаредакциялар ЖИ құралдарын редакциялық жұмыста қалай қолданады?

RQ2: Журналистер ЖИ құралдарын қандай мақсаттарда қолданады?

RQ3: ЖИ құралдарын қолдану барысында редакциялар қандай кәсіби, редакциялық және этикалық нормаларды басшылыққа алады?

Зерттеу сұрақтарына жауап іздеуде мақала Роджерстің Инновацияларды тарату теориясына (García-Avilés, 2020) және Хатчинс комиссиясы ұсынған Баспасөздің әлеуметтік жауапкершілік теориясына (Khan et al., 2020) сүйенеді. Эмпирикалық база – оңтүстік өңірдегі тоғыз медиа ұйымның он өкілімен мақсатты іріктеу арқылы жүргізілген тереңдетілген сұхбаттар. Бұл үйлесім ЖИ-дің өңірлік редакцияларға таралуын ұйымдық қабылдау тұрғысынан және оны қолданудағы кәсіби жауапкершілікті этикалық тұрғыдан қатар талдауға мүмкіндік береді.

Әдебиетке шолу

ЖИ-дің журналистикаға енуі және редакциялық қолданыс

Ioscote, Gonçalves және Quadros (2024) 2014–2023 жылдардағы 699 ғылыми мақаланы жүйелі шолып, зерттеу назарының автоматтандырылған жаңалық өндірісінен генеративті құралдарға, этика мен кәсіби еңбек мәселелеріне қарай ығысқанын көрсетеді. ЖИ редакциялық процестің ақпарат жинау, өндіру және тарату кезеңдерінде қолданылғанымен, редакциялар білім, дағды және ресурс тапшылығына тап болады (Beckett, 2019; Beckett & Yaseen, 2023). Күрделі машиналық оқыту мен компьютер жүйелері көбіне ресурсы мол ұйымдарда шоғырланатыны да осы айырмашылықты көрсетеді (de-Lima-Santos & Ceron, 2022). Simon (2024) ЖИ-ді журналистиканы түгел алмастыратын күштен гөрі редакциялық процестерді қайта құралдандыратын технология деп сипаттайды. Демек, ЖИ қабылдауын ұйымдық жағдайдан бөлек қарастыру жеткіліксіз.

ЖИ-дің редакциялық артықшылықтары мен еңбекке әсері

Әдебиетте ЖИ-дің негізгі артықшылықтары уақытты үнемдеу, рутиналық міндеттерді автоматтандыру және өнімділікті арттырумен байланыстырылады (Beckett, 2019; Beckett & Yaseen, 2023). Ресурсы шектеулі редакциялар үшін бұл шығынды азайту мүмкіндігін де береді (Simon, 2024). Сонымен қатар жаңа құралдар ЖИ сауаттылығына сұранысты күшейтіп, кейбір техникалық міндеттердің қысқаруына және жаңа дағдылардың маңызын арттыруға әкеледі. Көптеген зерттеулер журналистің толық алмастырылуынан гөрі адам мен машина арасындағы міндет бөлінісін алға шығарады: ЖИ көмекші қызмет атқарады, түпкі шешім мен жауапкершілік адамда қалады (Simon, 2024).

Этикалық тәуекелдер және редакциялық жауапкершілік

ЖИ қолдануда ашықтық, есептілік және жауапкершілік субъектісін анықтау негізгі этикалық мәселелердің қатарына жатады (Dörr & Hollnbuchner, 2017). Генеративті модельдердің шындыққа сәйкес келмейтін, бірақ сенімді көрінетін ақпарат ұсыну мүмкіндігі фактіні тексеру мен адам бақылауын күшейтеді (Beckett & Yaseen, 2023). UNESCO (2021) ашықтық, есептілік және адам бақылауын жалпы қағидат ретінде ұсынса, Париж хартиясы оларды журналистикаға бейімдеп, синтетикалық және шынайы контентті ажыратуды талап етеді (RSF, 2023). Associated Press те ЖИ нәтижесін дайын материал ретінде пайдаланбауды және оны журналистік тексеруден өткізуді міндеттейді (Associated Press, 2023). Таңбалау тәсілі аудитория сеніміне ықпал етуі мүмкін (Waddell, 2019), сондықтан редакциялық нұсқаулықтарды технологияның өзгерісіне сай жаңарту қажеттігі артады.

Global South және өңірлік цифрлық теңсіздік

Дамушы елдердегі зерттеулер ЖИ қабылдауының ресурс пен дағдыға тәуелді екенін көрсетеді. Munoriyarwa, Chiumbu және Motsaathebe (2023) Оңтүстік Африка редакцияларында қабылдаудың баяу әрі әркелкі жүретінін сипаттаса, Jamil (2021) Пәкістанда ресурс, дерек, стратегия және оқыту тапшылығын негізгі кедергілер қатарына жатқызады. Кейінгі жұмысында Jamil (2023) айырмашылықты құралға қол жеткізумен ғана емес, оны меңгеру мен пайдалану сапасына қатысты «екінші деңгейлі цифрлық теңсіздік» арқылы түсіндіреді. Бұл тұжырымдар Қазақстанның оңтүстік өңіріне тікелей көшірілмегенімен,

өңірлік редакциялар арасындағы айырмашылықты салыстырмалы контексте талдауға мүмкіндік береді.

Тілдік және мәдени біржақтылық

Ірі тілдік модельдердің оқыту деректері ресурсы мол тілдерге көбірек шоғырланғандықтан, ресурсы шектеулі тілдер сапалық жағынан кем қамтылып, деректегі біржақтылық мәдени репрезентацияға ауысуы мүмкін (Bender et al., 2021). Қазақ тілінде жұмыс істейтін редакциялар үшін бұл мәселе аударма, дыбыстау, терминология және ұлттық-мәдени бейнелеу дәлдігімен тікелей байланысты. Қазақстанда қазақ тіліне бейімделген тілдік модель әзірлеу бастамалары бар (ISSAI, 2024), бірақ олардың өңірлік редакция тәжірибесіне ықпалы әлі толық айқындалмаған.

Қазақстандағы зерттеулер және зерттеу олқылығы

Отандық әдебиетте медианың цифрлық трансформациясы мен медиаконвергенция мәселелері қарастырылған (Кәп & Жасарал, 2025). ЖИ-ге тікелей арналған зерттеулерде Алимжанова және әріптестері (2024) визуализация мүмкіндіктеріне назар аударса, Zhaxylykbayeva et al. (2025) қазақ тіліндегі ЖИ мәтіндерін кәсіби журналист материалдарымен салыстырып, ЖИ мәтіндерінің құрылымдық айқындығын, ал журналист мәтіндерінің фактілік дәлдік, талдау тереңдігі және дереккөз ашықтығы жағынан басымдығын көрсетеді. Бұл еңбектер Қазақстан контексіндегі маңызды бастапқы база қалыптастырғанымен, редакция ішіндегі ЖИ енгізу процесін, күнделікті жұмыс тәжірибесін және ұйымдық-этикалық шешімдерді арнайы зерттемейді.

Осылайша, әдебиетте ЖИ контентінің сапасы, аудитория қабылдауы, автоматтандыру мүмкіндігі және жалпы этикалық тәуекелдер кеңірек қарастырылғанымен, қазақтілді өңірлік редакциялардың күнделікті тәжірибесі, қабылдау айырмашылықтары, тілдік кедергілері және ресми саясат жоқ жағдайда қалыптасатын кәсіби нормалары салыстырмалы түрде аз зерттелген. Осы мақала оңтүстік өңірдегі редакция өкілдерінің тәжірибесін талдау арқылы осы эмпирикалық олқылықты толықтыруға үлес қосуды көздейді.

Теориялық негіздеме

Бұл зерттеуге Масс-коммуникацияда кеңінен танымал Инновацияларды тарату теориясы және Баспасөздің әлеуметтік жауапкершілігі

теориясы негіз бола алады. Өйткені, жасанды интеллект құралдарының, әсіресе генеративті ЖИ-дің, журналистік практикада кең таралуы соңғы жылдары жеделдеді. Аоскоут және оның әріптестері (Ioscote et al., 2024) ЖИ мен журналистика тақырыбына академиялық қызығушылықтың 2018 жылдан бері артып келе жатқанын көрсетіп, ЖИ-дің журналистикаға ықпалын талдайды.

Көптеген дәйектерге сүйенсек, ЖИ журналистикада ChatGPT-ге дейін де автоматтандыру құралдары арқылы қолданылғанымен, ChatGPT-дің 2022 жылғы қарашада көпшілікке ұсынылғаны генеративті ЖИ құралдарының кең таралуын жеделдетті (Beckett & Yaseen, 2023; Ioscote et al., 2024). Сол себепті генеративті ЖИ редакциялық практика үшін салыстырмалы жаңа инновация ретінде қарастырылады. Әрі бұл инновация технологиядан шалғай жатқан қазақ қоғамына қалай таралғанын сипаттау үшін Инновацияларды тарату теориясымен байланыстыра талдау мақсат етілді.

Diffusion of Innovations (DOI) немесе Инновацияларды тарату теориясы коммуникация маманы және социолог Эверетт М. Роджерстің еңбегінде таныстырылады.

DOI зерттеулері әлеуметтанудан, менеджменттен және коммуникация теориясынан алынған ұйымдық өмірдің рационалды теорияларына негізделеді. Ол тандалған технологиялардың таралуын жылдамдатуға көмектеседі деп есептелетін диффузия феноменін болжауға арналған түсіндірмелерді әзірлейді. Жалпы алғанда, DOI дәстүрі жеке қабылдау шешімдерін немесе қабылдау ниеттерін түсіндіруге ұмтылды (García-Avilés, 2020).

Роджерс (2003) инновацияның қабылдануына әсер ететін бес ерекшелігін атап көрсетеді: қолданыстағы технологиялармен салыстырғанда салыстырмалы артықшылығы, ұйымның жұмыс үрдістері мен білімімен үйлесімділігі, енгізу күрделілігі, сынақтан өткізу мүмкіндігі және инновацияның дамуын ұйым ішінде де, бәсекелестерде де бақылау мүмкіндігі. Адамдардың осы бес ерекшелік бойынша инновацияларды қабылдау жылдамдығын болжауға мүмкіндік береді.

Диффузия дегеніміз жаңа өнімдер, әрекеттер немесе идеялар туралы әлеуметтік жүйедегі адамдар арасындағы коммуникация. “Диффузия” аяқасты және жоспарланбаған болуы мүмкін. Сол себептен де бұл термин жоспарланған әрі жан-жақты ойластырылған “тарату” терминінен өзгешеленеді (Rogers, 2003). Бұл теория-

ны ұсынушылар кез келген инновацияны тарату белгілі бір деңгейде қоғамның қарсылығына, түсінбеушілігіне ұшырауы мүмкін екенін айтады. Сол себепті де оны таратушылар мен қабылдаушылар арасында деңгейлік өзгешелік болады. Диффузиялық науқандар аудитория сегменттері арасындағы білім деңгейіндегі алшақтықты ұлғайтады. Бұқаралық ақпарат құралдары нақты бір тақырыпты бұрыннан білетін адамдарға көбірек ақпарат ұсынады, ал білмейтіндер сол күйінде тасада қалады немесе тақырып бойынша аз ғана білім алады.

Бұл теорияның авторлары инновацияның қабылдану жылдамдығына орай бес түрлі бейімделу категориясын ұсынады (Barnett & Vishwanath, 2017). Олар:

- **Инноваторлар** (2.5%): кез келген жаңалықты таратуда бастамашы болатын топ. Олар үнемі тәуекелге барады.

- **Ерте бейімделушілер** (13.5%): жаңа инновацияны қабылдауға ертерек қадам жасайтын топ, олар жаңа технологиялардың таралуына көмектеседі.

- **Алғашқы көпшілік** (34%): Жаңа технологиялардың немесе инновациялардың пайдалы екеніне көзі жеткеннен кейін оны қабылдауға мәжбүр болатын прагматиктер.

- **Кешіккен көпшілік** (34%): скептик, көпшіліктің қабылдағанына көзі жеткен соң ғана қабылдауға көңіл бөледі.

- **Көш соңындағылар** (16%): дәстүрлі, инновацияны ең соңында қабылдайтын топ.

Кей зерттеушілер журналистерді жасанды интеллектті қолдану және тарату жағынан ерте бейімделушілер қатарына жатқызса (Beckett, 2019), өзгелері журналистердің жасанды интеллектті примитивті деңгейде ғана қолдана алатынын айтады (Arafat & Cooper, 2025; Al-Zoubi et al., 2024). Мәселен, Арафат пен Купер (2025) Египет журналистерінің жасанды интеллект құралдарын қолдану деңгейін сарапқа сала отырып, журналистердің осы саладағы білімінің таяздығы оны редакцияларда қолдануға кедергі болатынына назар аударады. Бұл зерттеулер журналистерді ЖИ қабылдау тұрғысынан біртекті санатқа жатқызуға болмайтынын көрсетеді: қабылдау деңгейі кәсіби білімге, ұйымдық ресурсқа және редакциялық ортаға байланысты өзгеруі мүмкін. Осы зерттеуде респонденттердің бейімделу санаттарымен арақатынасы эмпирикалық деректер негізінде талданады. Біз Қазақстанның оңтүстік өңірінің жасанды интеллектті журналистикада қолдану тәжірибесін сарапқа

сала отырып, олардың инновацияны таратудағы рөлін айқындауға тырысамыз.

Сондай-ақ, журналистердің жасанды интеллектіні қолдануы біршама этикалық проблемалардың да туындауына себеп болып отыр. Мәселен, Африка журналистерінің жасанды интеллектіні қолдану тәжірибесіне назар аударған әл-Зуби бастаған авторлар (Al-Zoubi et al., 2024) жасанды интеллектіні пайдаланудың алғашқы толқыны Батыс журналистикасында басталғанымен, қазір дамушы елдердің журналистері де тәжірибелеріне енгізе бастаған. Алайда тілдік кедергілер (технология көбінде ағылшын тілінде жасалып, сосын жергілікті тілдерге бейімделеді), осы саладағы білімнің таяздығы журналистердің көптеген проблемаларға тап болатынын айтады. Бұл журналистердің объективті әрі тәуелсіз болу принциптеріне қайшы әрекеттерге баруына жол береді (Diakopoulos, 2019). Сонымен қатар, кейбір сарапшылар жасанды интеллект генерациялаған ақпараттың сенімділігіне күмән келтіреді. Әрі авторлық құқық мәселесі де күн тәртібіне шықты. “Роботтардың көмегімен дайындалған мәтіннің авторы кім болады? Ол жерде дисклеймердің жазылуы міндетті ме?” деген сауалдарға да жауап ізделе бастады (Waddell, 2019).

Қазақстан қабылдаған “Жасанды интеллект” туралы заң пайдаланушыларды ЖИ қолданылғаны туралы хабардар етуді және синтетикалық нәтижелерді таңбалауды талап етеді (Қазақстан Республикасының Заңы, 2025). Дегенмен, бұл талаптың қалай орындалып жатқанын әзірге ешкім айта алмайды. Осы ретте ЖИ-ді редакция жұмысына пайдалануда Журналистердің әлеуметтік жауапкершілігі қандай болуы керек? Журналистер бұл жауапкершілікті қалай түсінеді? Осы сауалдарға жауап беру үшін бұл зерттеуде “Баспасөздің әлеуметтік жауапкершілігі” теориясын басшылыққа алу көзделіп отыр.

“Баспасөздің әлеуметтік жауапкершілігі” теориясы ІІ дүниежүзілік соғыстан кейін, көп ұзамай дүниеге келген. Оның авторы ретінде 1942 жылы АҚШ-та құрылған Баспасөздің еркіндігі жөніндегі комиссия аталады (қысқаша Хатчинс комиссиясы). Өйткені бұл комиссияны Роберт Хатчинс басқарған болатын. 1947 жылы комиссия “Еркін және жауапты баспасөз: бұқаралық коммуникацияға қатысты жалпы есебі” баяндамасын жариялады (Commission on Freedom of the Press, 1947). Бұндағы негізгі мақсат, баспасөз қоғамдық мүддеге жұмыс істеу үшін белгілі бір деңгейде моральдық міндеттерді мойнына алуы керек екеніне көңіл бөлу.

Ол үшін журналистер абсолюттік еркіндіктен («libertarian theory») жауапкершілігі мол еркіндікке (әлеуметтік жауапкершілік теориясы) қарай қадам басуы қажеттігі айқындалады. Осы баяндамада журналистердің жауапкершілігіне қатысты бес маңызды қағида бекітілді. Олардың қатарында оқиғаларды шынайы әрі жан-жақты баяндау, пікір алмасу алаңы ретінде қызмет ету және қоғамның бет-бейнесін нақты сипаттау бар. Содан бері 80 жылға жуық уақыт өтсе де, бұл теорияның маңызы күн өткен сайын арта түсуде. Әсіресе, технологияның, соның ішінде жасанды интеллектінің журналистер өміріне енуі, оның тәжірибеде кеңінен қолданыла бастауы журналистердің әлеуметтік жауапкершілігін одан әрі арттыра түсті (Paul & Kabiru, 2019). Солардың ең бастысы журналистердің объективті ақпарат таратуы, ақпараттың шынайылығын тексеру және плагиатқа жол бермеу. “Баспасөздің әлеуметтік жауапкершілігі” теориясы арқылы, біз бұл мақалада журналистер ЖИ туралы қаншалықты ақпараттандырылғанын, сонымен қатар, жауапкершілігін қалай түсінетінін де нақтылауды мақсат етеміз.

Қорыта айтқанда, Инновацияларды тарату теориясы (DOI) мен Баспасөздің әлеуметтік жауапкершілік теориясы жергілікті журналистердің жаңа технологияны қолдану және тарату тәжірибелерін сарапқа салуға әрі ол технологияны қолдануда әлеуметтік жауапкершілікті қаншалықты түсінетіндігін пайымдауға көмектесетін сәйкес теориялар екені нақтыланып отыр.

Зерттеу әдіснамасы

Зерттеудің мәліметтер базасы Қазақстанның оңтүстік өңіріндегі қазақтілді 9 медианың 10 өкілінен алынған тереңдетілген сұхбаттарға негізделеді. Бұқаралық коммуникациядағы сапалық зерттеу әдістерінің бірі саналатын тереңдетілген сұхбат әдісі редакциялардың жасанды интеллектіні пайдалануы мен оны қолданудағы әлеуметтік жауапкершілігін түсінуде ең қолайлы әдістердің бірі болмақ. Өйткені, бұл әдіс сандық әдістердің байқай бермейтін ерекшеліктерін бақылауға, сол арқылы терең пайымдар жасауға мүмкіндік береді (Кәп & Жасарал, 2025). Әрине, сапалық зерттеулердің артықшылығымен қоса, кейбір шектеулері де бар. Мәселен, ғалымдар сапалық әдістердің субъективті ақпаратқа сүйенетінін, әрі оны барлық популяцияға жалпыластыру мүмкін еместігін айтады (Wimmer & Dominick, 1991; Hennink et al., 2020; Brennen,

2021; Creswell & Creswell, 2023; Кәп & Жасарал, 2025). Дегенмен, соған қарамастан бұл әдіс қоғамдағы ерекше тәжірибелерді, феноменологиялық зерттеулерді жасау арқылы, сандық мәліметтер арқылы жасауға келмейтін тұжырымдарды айқындауға мүмкіндік береді (Wimmer & Dominick, 1991).

Сұхбатқа шақырылған респонденттерді іріктеу әдісі сапалық зерттеу әдісіне тән қолайлы және мақсатты (convenience and purposive sampling) іріктемеге негізделген. Сапалық зерттеуде іріктемелерді ықтимал емес (non-probability) әдіспен таңдау әдісіне сүйенуді медиа зерттеушілері ең көп кездесетін техника ретінде сипаттайды (Creswell & Creswell, 2023). Соның ішінде мақсатты іріктеу (purposive sampling) амалы көбінде зерттеу іріктемелерін таңдау қиын болған кезде қолданылады (Kumar, 1999). Бұл зерттеуде Жасанды интеллектіні қолданатын редакциялардың тәжірибесін талдау мақсат етілгендіктен, мақсатты іріктеме арқы-

лы өңірдегі ірі ақпарат құралдары таңдау объектісіне айналды. Зерттеушілер мақсатты іріктемеде таңдалынатын объектілерге қойылатын критерийлердің нақты болуына назар аударады (Creswell & Creswell, 2023; Kumar, 1999). Осы талаптың үдесінен шығу үшін таңдалған редакцияларға қойылған таңдау критерийлері – танымалдылығы, белсенділігі және сарапшылық деңгейі.

Іріктеу кезінде медианың Түркістан облысында немесе Шымкент қаласында қызмет етуі, өңірлік медиа мәртебесі және әртүрлі медиа форматтары мен ұйымдық деңгейлердің қамтылуы ескерілді. Респонденттер редакциялық шешім қабылдауға немесе ЖИ құралдарын қолдану практикасына қатысы бар мамандар арасынан таңдалды. Таңдамаға ЖИ құралдарын қолданатын және қолданбайтын редакция өкілдері енгізілді.

Зерттеуге қатысқан респонденттердің сипаттамасы төмендегі кестеде (1-кесте) берілді:

1-кесте

Зерттеуге қатысқан респонденттердің сипаттамасы

Код	Медиа түрі және орналасуы	Лауазым деңгейі	ЖИ қолдану мәртебесі
R-01	Телеарна, Түркістан қаласы	Веб-редактор, ЖИ жөніндегі маман	Қолданады
R-02	Қалалық газет, Кентау қаласы	Директор-бас редактор	Қолданады
R-03	Телеарна, Шымкент қаласы	Бас редактор	Қолданады
R-04	Газет және журнал, Шымкент қаласы	Директор-бас редактор	Қолданады
R-05	Аудандық газет, Бәйдібек ауданы	Директор-бас редактор	Қолданбайды
R-06	Телеарна, Шымкент қаласы	Режиссер	Қолданады
R-07	Телеарна, Шымкент қаласы	Директор	Қолданады
R-08	Өңірлік медиа (аноним)	Басшылық қызмет	Қолданады
R-09	Газет, Шымкент қаласы	Бас редактор	Қолданады
R-10	Өңірлік медиа (аноним)	Басшылық қызмет	Қолданады

Ескертпе: авторлар құрастырған

R-06 және R-07 бір телеарнаның өкілдері. Осыған байланысты зерттеуге барлығы 9 медиа ұйымнан 10 респондент қамтылды.

Сұхбатқа келісім бергендердің басым бөлігі, аты-жөндерінің жария қолданылуына қарсы болмады.

Деректерді жинау үшін төрт тақырыптық блоктан – танысу, редакциялық практика, этика және болашаққа бағдар бөлімдерінен – тұратын екі нұсқалы жартылай құрылымданған сұхбат нұсқаулығы қолданылды. ЖИ қолданатын ре-

дакция өкілдеріне 15 негізгі және бір қосымша нақтылау сұрағы, ал ЖИ қолданбайтын редакция өкіліне 9 негізгі және бес қосымша нақтылау сұрағы ұсынылды. Сұхбаттар 2026 жылғы 17–23 сәуір аралығында жүргізілді; олардың ұзақтығы шамамен 35–90 минутты құрады. Қатысушылардың рұқсатымен сұхбаттар аудиожазбаға түсіріліп, кейін толық транскрипцияланды. Барлық қатысушыдан зерттеуге ерікті қатысу туралы ақпараттандырылған келісім алынды; респонденттер жария немесе аноним қатысу режимін өздері

таңдады. Сегіз респондент жария, екеуі аноним режимде қатысты.

Жиналған ақпаратты талдау-талқылау Әлеуметтік ғылымдарда кеңінен қолданылатын сапалық контент талдау әдісіне жүгінді. Криппендорфтың пікіріне сүйенсек (Krippendorff, 2019), сапалық контент анализ мәтіннің астарында жасырылған терең мағынаға негізделі талданады. Ол үшін зерттеу жасалғанға дейінгі тұжырымдарға, яғни дедуктивті амалға сүйене ме, әлде эмпирикалық зерттеу жасау арқылы индуктивті жолмен айқындалған категорияларға иек сүйей ме, оны зерттеушілер өздері шешеді. Бұл шешім көбіне “Әдебиетке шолу” бөлімінде айқындалады (Fields, 1988). Дегенмен, зерттеушілер сапалық зерттеу жасауда индуктивті амалға жүгінген абзал дейді (Fields, 1988; Mayring, 2014; Krippendorff, 2019). Яғни, жиналған ақпарат кодталып, категориялар индуктивті жолмен айқындалды.

Сұхбаттардың аудиожазбалары транскрипцияланып, сапалық контент-талдау әдісімен талданды (Krippendorff, 2019; Mayring, 2014). Транскрипттер бірнеше рет оқылып, зерттеу сұрақтарына қатысты мағыналық бірліктер кодталды. Бастапқы кодтар ұқсастығы мен мазмұндық байланысына қарай топтастырылып, категориялар индуктивті жолмен айқындалды. Негізгі категориялар қатарына ЖИ-дің редакцияларға енуі мен қабылдау ерекшеліктері, қолданылатын құралдар мен редакциялық міндеттер, жылдамдық, өнімділік және экономикалық әсер, қолданбау себептері, оқыту және өңірлік цифрлық теңсіздік, этикалық тәжірибе (тексеру, түпнұсқалық, таңбалау және ұлттық-мәдени сәйкестік), сондай-ақ заң, кәсіби кодекс және редакциялық саясат мәселелері енді.

Эмпирикалық нәтижелер

Зерттеуге оңтүстік өңірдегі тоғыз медиа ұйымның он өкілі (R-01–R-10) қатысты. Тоғыз респондент ЖИ құралдарын редакциялық жұмыста әртүрлі деңгейде қолданады; олар сегіз медиа ұйымды білдіреді, өйткені R-06 мен R-07 бір телеарнадан. R-05 өкілдік ететін аудандық газет ЖИ-ді редакциялық жұмысқа әзірге енгізбеген, бірақ респондент құралдарды жеке деңгейде сынап көрген. Нәтижелер алты тақырыптық бағыт бойынша берілді.

1. ЖИ-дің өңірлік редакцияларға енуі және қабылдау ерекшеліктері

Сұхбаттар ЖИ-дің өңірлік редакцияларға негізінен 2024–2025 жылдары белсендірек ене

бастағанын көрсетті. Енгізу жолдары үш өзара сабақтас арнаға топталды: сыртқы оқыту мен тренингтен кейінгі қолдану (R-01), қызметкерлердің немесе жекелеген мамандардың жеке бастамасы (R-04, R-06, R-08) және басшылықтың құралдарды сынауды, ақылы жазылымды немесе қызметкерлерді оқытуды қолдауы (R-02, R-07, R-10). Бірқатар редакция өкілі бастапқы жеке бастаманың кейін басшылықтың қолдауына ұласқанын айтады.

Ортақ заңдылық – ЖИ енгізудің әзірге ресми редакциялық стратегиядан гөрі эксперименттік тәжірибе ретінде жүруі. Қолдану қарқыны ұйымдар арасында әркелкі: R-01 бірнеше құралды жүйелі пайдаланып, алған білімін ұжым ішінде таратса, R-07 ЖИ қолдануды басшылық бақылауымен кеңейткен; R-08 редакциясы әлі құралдардың мүмкіндігін танып-білу кезеңінде. Ал R-05 ЖИ-ді редакциялық жұмысқа енгізбеген. Демек, бір өңірдің өзінде ЖИ қабылдауының тереңдігі мен ұйымдастырылу деңгейі айқын ерекшеленеді.

2. Қолданылатын құралдар мен редакциялық міндеттер

Құралдар ішінде ChatGPT – ЖИ қолданатын респонденттер арасында ең кең таралған әмбебап сервис. Gemini бес респонденттің тәжірибесінде аталды (R-01, R-03, R-06, R-09, R-10). Мамандандырылған құралдар нақты міндеттерге қарай таңдалады: ЖИ-диктор мен аватарға HeyGen (R-01) және Elai (R-02), аудио мен музыкаға ElevenLabs және Suno, анимация мен бейнеге Higgsfield және Google Flow (R-06) қолданылған. R-10 Google/Gemini экожүйесіндегі Canvas пен NotebookLM сервистерін де пайдаланады. Бұл деректер жалпы мақсаттағы тілдік модельдер мен міндетке бейімделген аудио-визуал құралдардың қатар қолданылатынын көрсетеді.

Міндеттер тұрғысынан ең жиі аталған бағыт – қазақ және орыс тілдері арасындағы аударма: оны жеті респондент атады (R-01, R-02, R-03, R-04, R-08, R-09, R-10). Мәтінді редакциялау мен қате түзету R-02, R-03 және R-04 тәжірибесінде, сурет пен коллаж жасау R-02, R-03, R-04, R-06, R-09 және R-10 тәжірибесінде көрінді. Тақырып немесе идея нұсқаларын алу (R-02, R-04, R-08) және ақпарат іздеу (R-08, R-09, R-10) де қолданылады. ЖИ-диктор тәжірибесі әртүрлі нәтиже берген: R-01 мен R-02 оны редакциялық өнімде қолданса, R-04 бірнеше сынақтан кейін табиғи дауыс пен эмоцияның жетіспеуін себеп етіп тоқтатқан. R-05 құралдарды жеке деңгейде сынағанымен, редакция жұмысында қолданбай-

ды. Жалпы алғанда, ЖИ көбіне журналисті толық алмастыратын жүйе емес, жекелеген редакциялық міндеттерді жеңілдететін көмекші құрал ретінде қолданылады.

3. Жылдамдық, өнімділік және экономикалық әсер

ЖИ қолданудың ең тұрақты сипатталған нәтижесі – уақыт үнемі. R-07 бір инфографиканы дайындауға бұрын екі-үш сағат кетсе, ЖИ көмегімен оны екі-үш минутта әзірлеуге болатынын айтты. R-06 екі-үш сағаттық подкаст монтажын арнайы плагин шамамен жиырма минутта орындайтынын мысалға келтірді. Бұл көрсеткіштер редакциялық жүйеден автоматты түрде өлшенген дерек емес, респонденттердің өз тәжірибесіне берген бағасы екенін ескеру қажет.

Экономикалық әсер жекелеген редакцияларда нақтырақ байқалады. R-02 ЖИ-диктор сервисінің айлық жазылымын шамамен 15–16 мың теңге деп, ал сол міндетті адам еңбегімен орындауды 200–350 мың теңге көлеміндегі шығынмен салыстырды. Сол респондент әлеуметтік желідегі айлық қаралымның 800–900 мыңға дейін жеткенін және жарнама табысы кейде редакцияның жалдау ақысын өтеуге көмектесетінін айтты; алайда бұл өсімді тек ЖИ қолданудың тікелей нәтижесі деп қарауға әлі ерте, өйткені ол оған эксперимент жасамаған. R-03 те мәтін корректурасын ЖИ көмегімен тексеру сырттан корректор шақыру қажеттігін азайтқанын атап өтті. Демек, үнемдеу мүмкіндігі бар, бірақ оның көлемі редакцияның жұмыс үлгісі мен ЖИ-ді қандай міндетке енгізгеніне тәуелді.

Тиімділік сапаның барлық өлшемінде бірдей емес. Техникалық және визуал міндеттерде респонденттер жылдамдық пен өндірістік икемділікті жоғары бағаласа, мәтін сапасына қатысты сақтық басым. R-09 ЖИ аудармасында бірсарынды сөйлемдер, стилистикалық үйлесімсіздік және қазақ тілінде орнықпаған сөздер кездесетінін айтты. Осы себептен ЖИ арқылы алынған мәтінді редакторлық тексеру мен адам тарапынан қайта өңдеу редакциялық практиканың маңызды бөлігі болып қалады.

4. Қолданбау, оқыту және өңірлік цифрлық теңсіздік

ЖИ-ді редакциялық жұмысқа енгізбеген жалғыз жағдай – R-05 өкілдік ететін аудандық газет. Бұл позиция технологияны толық теріске шығарудың салдарынан емес, сақтық шарасынан туындап отыр. Респондент ЖИ-дің жалған ақпарат ұсыну қаупін, дайын мәтінге сүйенудің журналистің өздігінен іздену және жазу дағды-

сына ықпалын және аудандық деңгейде оқыту мүмкіндігінің шектеулігін атап өтті. Сонымен бірге ол ЖИ-ді болашақта мүмкіндік ретінде пайдалануға қарсы емес және қызметкерлерді оқытудың қажеттігін мойындайды. Сондықтан бұл negative case қабылдамаудың себебі тек технологияға көзқарас емес, сенім, кәсіби ұстаным және қолжетімділік факторларының қатар әсер ететінін көрсетеді.

R-05 тәжірибесінде оқытуға қолжетімділік жеке мәселе ретінде көрінді: респондент ЖИ бойынша арнайы тренинг өтпегенін, мамандарды шақыру қаржы талап ететінін және кейде сапасы күмәнді онлайн курстарға тап болатынын айтты. Қалалық редакцияларда, керісінше, сыртқы тренингке қатысу немесе алынған білімді ұжымға тарату мысалдары бар (R-01, R-07). Бұл айырмашылық оқыту мүмкіндігінің редакция орналасқан ортаға және ұйымдық ресурсқа тәуелді болуы ықтимал екенін көрсетеді. Дегенмен R-05 бір ғана аудандық жағдайды білдіретіндіктен, бұл нәтижені бүкіл өңір медиасына жалпылауға болмайды.

5. Этикалық тәжірибе: тексеру, түпнұсқалық, таңбалау және ұлттық-мәдени сәйкестік

Этикалық тәжірибеде ең жиі қайталанған ұстаным – ЖИ ұсынған ақпаратты дербес дереккөз ретінде қабылдамай, міндетті түрде тексеру және түпкілікті жауапкершілікті адамда қалдыру. R-09 ChatGPT кейде шындыққа сәйкес келмейтін мәлімет құрастыратынын атап өтсе, R-07 ЖИ ұсынған статистиканың ескі есепке негізделген жағдайын мысалға келтіріп, оны ресми дереккөзден қайта тексергенін айтты. R-10 да ЖИ нәтижесін дайын өнім емес, тек кейін тексерілетін көмекші материал ретінде сипаттады. Осы жауаптарда фактчекинг техникалық рәсім ғана емес, редакция мен журналистің кәсіби жауапкершілігі ретінде қарастырылады.

Мәтіннің түпнұсқалығы бойынша екі негізгі тәсіл байқалды. R-03 пен R-07 негізгі журналистік мәтінді ЖИ-ге толық жаздыруға шектеу қойғанын айтса, R-04 редакциясында ЖИ мәтін жазуға тұрақты қолданылмайды, ал R-05 дайын мәтінге сүйенуді кәсіби дағдыға қауіп деп санайды. Басқа редакцияларда ЖИ мәтінмен жұмысқа көмекші ретінде пайдаланылып, нәтижені журналистің міндетті түрде өңдеуі мен тексеруі талап етіледі (R-01, R-02, R-08). Демек, айырмашылық ЖИ-ді мүлде қолдану-қолданбауда емес, авторлық еңбектің қай бөлігіне дейін рұқсат етілетінінде.

Контентті таңбалау тәжірибесі біркелкі емес. R-04, R-06, R-07, R-09 және R-10 ЖИ көмегімен жасалған визуал немесе бейне контентті «Жасанды интеллект туралы» Заң күшіне енгенге дейін-ақ таңбалағанын айтты. R-01 мен R-03-те заңға дейін таңбалау ара-тұра жүргізілген, ал заң күшіне енгеннен кейін міндетті тәртіпке көшкен. R-02 қазіргі ЖИ-контентін белгілейтінін айтты, бірақ бұл тәжірибенің нақты қашан бас-талғанын нақтыламады. R-08 бір ЖИ көмегімен өңделген материалдың белгісіз жарияланғанын мойындады. Осы айырмашылықтар заң талабына дейін де кәсіби ашықтық нормасы болғанын, бірақ оның барлық редакцияда бірдей жүйеленбегенін көрсетеді.

Ұлттық-мәдени сәйкестік этикалық мәселенің жергілікті өлшемін айқындады. R-07 ЖИ-дикторда қазақ тіліндегі кей дыбыстар мен интонацияның бұрмаланатынын, ал R-06 бейне генерациясында қазаққа тән бет-бейне мен киім элементтері нақты промптсыз дәл шықпайтынын айтты. Бірқатар респондент қазақ тілі мен мәдени контексте жақсырақ бейімделген құралдарға қажеттілік бар екенін атап өтті. Бұған қоса, қайтыс болған адамдардың бейнесін ЖИ арқылы қайта «сөйлетуге» R-03, R-06 және R-07 қарсы болды; R-06 мен R-07 бір телеарнаның өкілдері. Осы жауаптар өңірлік медиа этикасында әмбебап дәлдік пен ашықтық талаптарына тіл сапасы, мәдени репрезентация және символдық шекараларды сақтау мәселелері қосылатынын көрсетеді.

6. Заң, кәсіби кодекс және редакциялық саясат

Зерттелген тоғыз медиа ұйымның ешқайсысында ЖИ қолдануға арналған ресми жазбаша ішкі саясат анықталмады. Бар тәжірибе көбіне ауызша нұсқаулармен реттеледі: фактіні тексеру, ЖИ мәтінін шектеу, визуалды таңбалау немесе материалды басшы бақылауынан өткізу. R-07 мұндай талаптарды «қағазға түсіріп», тармақтар бойынша бекіту қажеттігін айтты. Бұл жағдайда редакция басшысы технологияны енгізуге ғана емес, оның қолдану шекарасын белгілеуге де ықпал етеді: R-07 тілдік сапасына көңілі толмаған ЖИ-диктор материалын эфирден тоқтатса, R-10 редакция есебінен ақылы сервиске жазылуды қолдаған. Демек, формалды саясат болмаған кезде ЖИ ережелері көбіне жеке басқарушылық ұстаным арқылы қалыптасады.

Реттеудің болашақ нысаны туралы пікірлер бір ғана модельге тоғыспады. Кей респондент жалпы заңнамалық реттеуді негізгі тетік деп са-

найды (мысалы, R-02, R-08, R-09), енді біреулері кәсіби этика кодексі немесе ортақ салалық ереже қажет деп есептейді (R-04, R-06, R-07, R-10); жекелеген жауаптар заңнамалық және кәсіби реттеуді қатар қарастырады. Заң туралы хабардарлық та әрқелкі: R-09 сұхбат кезінде ЖИ туралы арнайы заң бар екенін толық білмегенін айтты, ал басқа респонденттер таңбалау мен жауапкершілік талаптарына сілтеме жасады. Сондықтан негізгі мәселе тек жаңа норма енгізуде емес, қолданыстағы талаптарды редакциялық практикаға түсінікті түрде жеткізу мен ішкі ережеге айналдыруда да жатыр.

Талқылау

Нәтижелер өңірлік медиада ЖИ қабылдауының технологияның қолжетімді болуымен ғана түсіндірілмейтінін көрсетеді. Уақыт пен шығынды үнемдеу, визуал және аудио өндірісін жеделдету сияқты салыстырмалы артықшылықтар ЖИ-ді енгізуге түрткі болып отыр; бұл Инновацияларды тарату теориясындағы салыстырмалы артықшылық ұғымымен сәйкес келеді. Сонымен бірге сыртқы тренинг, әріптестер тәжірибесі және басшының қолдауы ЖИ туралы білімнің тұлғааралық арналармен тарайтынын көрсетеді. Бұл өрнек халықаралық зерттеулерде сипатталған ұйымдық ресурс пен ЖИ сауаттылығының маңызымен үндеседі (Beckett & Yaseen, 2023; Simon, 2024). R-05 negative case-і қабылдауды тек «ерте» немесе «кеш» статусымен түсіндіру жеткіліксіз екенін аңғартады: технологияға қызығушылық болғанымен, сенім, кәсіби үйлесімділік және оқытуға қолжетімділік енгізуді баяулатуы мүмкін. Мұндай әрқелкілік Global South зерттеулеріндегі ресурс пен дағды айырмашылығы туралы тұжырымдармен де сабақтас (Jamil, 2021, 2023; Munoriyarwa et al., 2023).

Этикалық тұрғыдан ең маңызды нәтиже – ресми жазбаша саясат болмаған жағдайда да редакцияларда фактіні тексеру, адам жауапкершілігі, авторлық еңбекті сақтау және ЖИ-контентін ашық белгілеу сияқты бейресми нормалардың қалыптасуы. Бұл ұстанымдар Баспасөздің әлеуметтік жауапкершілік теориясындағы дәлдік, қоғам алдындағы жауапкершілік және кәсіби өзін-өзі реттеу қағидаттарымен, сондай-ақ ЖИ этикасы жөніндегі халықаралық ұсынымдармен үндеседі (Dörr & Hollnbuchner, 2017; UNESCO, 2021; RSF, 2023; Associated Press, 2023). Сонымен бірге зерттеу өңірлік қазақтілді медиада этикалық жауапкершіліктің

қосымша жергілікті өлшемін көрсетті: ЖИ-диктордың қазақша дыбыстау сапасы, ұлттық визуал бейнелердің дәлдігі және қайтыс болған тұлғаларды синтетикалық түрде «тірілту» шегі респонденттер үшін кәсіби шешімге әсер етеді. Осыған байланысты ЖИ-дің өңірлік медидағы ықпалын технологияның өзінен гөрі оны қабылдаған редакцияның ресурсы, дайындығы және кәсіби жауапкершілік нормалары айқындайды.

Қорытынды

Бұл зерттеу Қазақстанның оңтүстік өңіріндегі тоғыз медиа ұйымның он өкілінің тәжірибесі негізінде ЖИ құралдарының редакциялық жұмысқа енуі мен оны қолданудағы кәсіби және этикалық ұстанымдарды талдады.

Негізгі нәтиже – ЖИ сегіз медиа ұйымның күнделікті жұмысына әртүрлі деңгейде енгенімен, енгізу әлі де біркелкі институционалданбаған. Қолдану көбіне қызметкер бастамасына, оқытуға және басшылық қолдауына тәуелді; R-05 negative case-і сенім, кәсіби ұстаным және қолжетімділік енгізуді баяулататынын көрсетті.

ЖИ-дің басым қолдану бағыттары аударма, мәтін өңдеу, ақпарат іздеу, визуал және аудио-бейне өндірумен байланысты. Респонденттер уақыт пен кей жағдайда шығын үнемін атап өтті, бірақ экономикалық тиімділік барлық редакцияға ортақ және тәуелсіз өлшенген нәтиже емес.

Этикалық деңгейде фактіні тексеру, түпкілікті жауапкершілікті адамда қалдыру, авторлық еңбекті сақтау және ЖИ-контентін таңбалау негізгі ұстанымдар ретінде көрінді. Сонымен бірге зерттелген ұйымдардың ешқайсысында ЖИ-ге арналған ресми жазбаша ішкі саясат жоқ. Қазақ тілінің дыбысталуы мен тілдік сапасы, ұлттық визуал репрезентация және синтетикалық бейне шекаралары өңірлік контексте ерекше мәнге ие болды.

Теориялық тұрғыдан нәтижелер ЖИ қабылдауын салыстырмалы артықшылық, тұлғааралық білім тарату және ұйым ішіндегі өзгеріс агенттері арқылы түсіндіруге, ал этикалық тәжірибені дәлдік, ашықтық және кәсіби жауапкершілік өлшемдерімен байланыстыруға мүмкіндік береді.

Практикалық тұрғыдан өңірлік редакцияларға ЖИ қолданудың ішкі жазбаша қағидаларын әзірлеу, таңбалау мен фактчекинг тәртібін нақтылау, адам бақылауын сақтау және аудандық редакцияларға қолжетімді оқыту мүмкіндігін

кеңейту ұсынылады. Қазақ тіліндегі дыбыстау, аударма және визуал репрезентация сапасы да редакциялық бағалаудың тұрақты өлшеміне айналуға тиіс.

Зерттеу оңтүстік өңірдегі тоғыз ұйыммен шектеледі және респонденттердің өзіндік баяндауына сүйенеді; сондықтан нәтижелер Қазақстан медиасының бәріне жалпыланбайды. Болашақ зерттеулер басқа өңірлерді салыстырып, редакциялық саясаттардың нақты орындалуын, аудитория қабылдауын және қазақ тіліндегі ЖИ құралдарының сапасын бөлек эмпирикалық тексері алады.

Зерттеуде ЖИ құралдарының қолданылуы

Зерттеу ЖИ этикасына арналғандықтан, авторлар мақала дайындауда ЖИ құралдарының қолданылғанын ашық мәлімдейді. Сұхбат аудиолары Google Pinpoint-та жеке (private) коллекцияда транскрипцияланып, жария қолжетімді режимге шығарылмады және модельдерді оқытуға пайдаланылмайтын режимде өңделді; барлық транскрипт автор тарапынан тексеріліп, түзетілді.

Әдебиетке шолу мен дереккөз іздегенде ChatGPT (Business), Google Gemini (Pro, NotebookLM) және Claude (Pro), ал деректерді кодтау, сұрыптау, талдауды ұйымдастыру және мәтінді редакциялағанда Claude (Pro) мен ChatGPT (Business) көмекші құрал ретінде қолданылды. Деректерді модельдерді оқытуға немесе жетілдіруге пайдалануға жол бермейтін құпиялық баптаулары қолданылды. ЖИ ұсынған ақпарат бастапқы дереккөздермен тексерілді.

ЖИ дербес ғылыми шешім қабылдауға пайдаланылмады; кодтарды түсіндіру, категорияларды бекіту, нәтижелерді интерпретациялау және қорытынды жасау жауапкершілігі авторларда қалды.

Авторлардың үлесі:

Е. Кәп – корреспондент-автор; зерттеу тұжырымдамасын әзірледі, зерттеу мақсаты мен міндеттерін айқындап, зерттеу сауалдарын нақтылады және мақаланы жазуға жетекшілік етті. Теориялық және әдіснама бөлімдерін жазды, респонденттерге қойылатын сұрақтарды айқындады, зерттеу бағытын әзірледі.

Ж. Нұрыш-Смағұл – эмпирикалық мәліметтерді жинап, сұхбаттарға контент-талдау жүргізді. Әдебиетке шолу бөлімін әзірледі.

Әдебиеттер

- Al-Zoubi, O., Ahmad, N., & Hamid, N. A. (2024). Artificial intelligence in newsrooms: Ethical challenges facing journalists. *Studies in Media and Communication*, 12(1), 401–409. <https://doi.org/10.11114/smc.v12i1.6587>
- Arafat, R., & Cooper, G. (2025). Examining news innovation narratives, practices and institutional logics: A study on GenAI adoption in Egyptian newsrooms. *Journalism Practice*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2579810>
- Associated Press. (2023, August 16). *Standards around generative AI*. AP Definitive Source. <https://ds.svcs.associatedpress.com/standards-around-generative-ai>
- Barnett, G. A., & Vishwanath, A. (2017). Diffusion theories: Logic and role of media. In *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1–14). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0059>
- Beckett, C. (2019). *New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence*. POLIS, London School of Economics and Political Science. <https://www.journalismai.info/research/2019-new-powers-new-responsibilities>
- Beckett, C., & Yaseen, M. (2023). *Generating change: A global survey of what news organisations are doing with AI*. POLIS, London School of Economics and Political Science. <https://eprints.lse.ac.uk/129643/>
- Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., & Shmitchell, S. (2021). On the dangers of stochastic parrots: Can language models be too big? In *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency (FACt '21)* (pp. 610–623). ACM. <https://doi.org/10.1145/3442188.3445922>
- Brennen, B. S. (2021). *Qualitative research methods for media studies* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003122388>
- Commission on Freedom of the Press. (1947). *A free and responsible press: A general report on mass communication*. University of Chicago Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- de-Lima-Santos, M.-F., & Ceron, W. (2022). Artificial intelligence in news media: Current perceptions and future outlook. *Journalism and Media*, 3(1), 13–26. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3010002>
- Diakopoulos, N. (2019). Towards a design orientation on algorithms and automation in news production. *Digital Journalism*, 7(8), 1180–1184. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1682938>
- Dörr, K. N., & Hollnbuchner, K. (2017). Ethical challenges of algorithmic journalism. *Digital Journalism*, 5(4), 404–419. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1167612>
- Fields, E. E. (1988). Qualitative content analysis of television news: Systematic techniques. *Qualitative Sociology*, 11(3), 183–193. <https://doi.org/10.1007/bf00988954>
- García-Avilés, J. A. (2020). Diffusion of innovation. In *The International Encyclopedia of Media Psychology* (pp. 1–8). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0137>
- Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). *Qualitative research methods* (2nd ed.). SAGE.
- Ioscote, F., Gonçalves, A., & Quadros, C. (2024). Artificial intelligence in journalism: A ten-year retrospective of scientific articles (2014–2023). *Journalism and Media*, 5(3), 873–891. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5030056>
- ISSAI. (2024). *Kazakh large language model ISSAI KAZ-LLM*. Institute of Smart Systems and Artificial Intelligence, Nazarbayev University. <https://issai.nu.edu.kz/kazllm/>
- Jamil, S. (2021). Artificial intelligence and journalistic practice: The crossroads of obstacles and opportunities for the Pakistani journalists. *Journalism Practice*, 15(10), 1400–1422. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1788412>
- Jamil, S. (2023). Evolving newsrooms and the second level of digital divide: Implications for journalistic practice in Pakistan. *Journalism Practice*, 17(9), 1864–1881. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2026244>
- Khan, R. E., Limpot, K. B., & Villanueva, G. N. (2020). Social responsibility theory of the press: How it silences media practitioners. *Journal of Media Ethics*, 35(3), 152–163. <https://doi.org/10.1080/23736992.2020.1779594>
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Sage. <https://doi.org/10.4135/9781071878781>
- Kumar, R. (1999). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners*. Sage.
- Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis: Theoretical foundation, basic procedures and software solution*. Klagenfurt. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssao-395173>
- Munoriyarwa, A., Chiumbu, S., & Motsathebe, G. (2023). Artificial intelligence practices in everyday news production: The case of South Africa's mainstream newsrooms. *Journalism Practice*, 17(7), 1374–1392. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1984976>
- Paul, U. O., & Kabiru, M. I. (2019). Social Responsibility Theory of the Press: A critique of its application and constraints. *International Journal of Innovative Research and Development*, 8(12). <https://doi.org/10.24940/ijird/2019/v8/i12/dec19010>
- Reporters Without Borders. (2023, November 10). *Paris Charter on AI and Journalism*. <https://rsf.org/en/rsf-and-16-partners-unveil-paris-charter-ai-and-journalism>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Simon, F. M. (2024). *Artificial intelligence in the news: How AI retools, rationalizes, and reshapes journalism and the public arena*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. https://www.cjr.org/tow_center_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php
- UNESCO. (2021). *Recommendation on the ethics of artificial intelligence*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137>
- Waddell, T. F. (2019). Attribution practices for the man-machine marriage: How perceived machine authorship affects news credibility. *Journalism Practice*, 13(10), 1255–1272. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1585197>

Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (1991). *Mass media research: An introduction* (3rd ed.). Wadsworth.

Zhaxylykbayeva, R., Burkitbayeva, A., Zhakhyp, B., Kabylgazina, K., & Ashirbekova, G. (2025). Artificial intelligence and journalistic ethics: A comparative analysis of AI-generated content and traditional journalism. *Journalism and Media*, 6(3), 105. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6030105>

Алимжанова, А. Б., Попова, В. Д., Нүрпейіс, Л., & Ашимова, А. Б. (2024). Новые горизонты визуализации: роль ИИ в современной журналистике Казахстана. *Herald of Journalism*, 74(4), 109–124. <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v74.i4.9>

Көп, Е., & Жасарал, Н. (2025). Цифрлық дәуірде дәстүрлі медианың трансформациялануында медиаконвергенцияның әсері мен рөлі: «Азаттық» радиосы мысалында. *Herald of Journalism*, 76(2), 35–53. <https://doi.org/10.26577/HJ202576203>

Қазақстан Республикасының Заңы. (2025). *Жасанды интеллект туралы (2025 жылғы 17 қарашадағы № 230-VIII ҚРЗ). «Әділет» ҚР НҚА ақпараттық-құқықтық жүйесі*. <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z2500000230>

Қазақстан Республикасының Үкіметі. (2024). *Жасанды интеллектті дамытудың 2024–2029 жылдарға арналған тұжырымдамасы*. «Әділет» ҚР НҚА ақпараттық-құқықтық жүйесі. <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2400000592>

References

Alimzhanova, A., Popova, V., Nurpeis, L., & Ashimova, A. (2024). Novye gorizonty vizualizatsii: rol' II v sovremennoi zhurnalistike Kazakhstana [New horizons of visualization: the role of AI in modern journalism in Kazakhstan]. *Herald of Journalism*, 74(4), 109–124. <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v74.i4.9> [in Russian].

Al-Zoubi, O., Ahmad, N., & Hamid, N. A. (2024). Artificial intelligence in newsrooms: Ethical challenges facing journalists. *Studies in Media and Communication*, 12(1), 401–409. <https://doi.org/10.11114/smc.v12i1.6587>

Arafat, R., & Cooper, G. (2025). Examining news innovation narratives, practices and institutional logics: A study on GenAI adoption in Egyptian newsrooms. *Journalism Practice*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2579810>

Associated Press. (2023, August 16). *Standards around generative AI*. AP Definitive Source. <https://ds.svcs.associatedpress.com/standards-around-generative-ai>

Barnett, G. A., & Vishwanath, A. (2017). Diffusion theories: Logic and role of media. In *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1–14). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0059>

Beckett, C. (2019). *New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence*. POLIS, London School of Economics and Political Science. <https://www.journalismai.info/research/2019-new-powers-new-responsibilities>

Beckett, C., & Yaseen, M. (2023). *Generating change: A global survey of what news organisations are doing with AI*. POLIS, London School of Economics and Political Science. <https://eprints.lse.ac.uk/129643/>

Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., & Shmitchell, S. (2021). On the dangers of stochastic parrots: Can language models be too big? In *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency (FAccT '21)* (pp. 610–623). ACM. <https://doi.org/10.1145/3442188.3445922>

Brennen, B. S. (2021). *Qualitative research methods for media studies* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003122388>

Commission on Freedom of the Press. (1947). *A free and responsible press: A general report on mass communication*. University of Chicago Press.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.

de-Lima-Santos, M.-F., & Ceron, W. (2022). Artificial intelligence in news media: Current perceptions and future outlook. *Journalism and Media*, 3(1), 13–26. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3010002>

Diakopoulos, N. (2019). Towards a design orientation on algorithms and automation in news production. *Digital Journalism*, 7(8), 1180–1184. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1682938>

Dörr, K. N., & Hollnbuchner, K. (2017). Ethical challenges of algorithmic journalism. *Digital Journalism*, 5(4), 404–419. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1167612>

Fields, E. E. (1988). Qualitative content analysis of television news: Systematic techniques. *Qualitative Sociology*, 11(3), 183–193. <https://doi.org/10.1007/bf00988954>

García-Avilés, J. A. (2020). Diffusion of innovation. In *The International Encyclopedia of Media Psychology* (pp. 1–8). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0137>

Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). *Qualitative research methods* (2nd ed.). SAGE.

Ioscote, F., Gonçalves, A., & Quadros, C. (2024). Artificial intelligence in journalism: A ten-year retrospective of scientific articles (2014–2023). *Journalism and Media*, 5(3), 873–891. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5030056>

ISSAI. (2024). *Kazakh large language model ISSAI KAZ-LLM*. Institute of Smart Systems and Artificial Intelligence, Nazarbayev University. <https://issai.nu.edu.kz/kazllm/>

Jamil, S. (2021). Artificial intelligence and journalistic practice: The crossroads of obstacles and opportunities for the Pakistani journalists. *Journalism Practice*, 15(10), 1400–1422. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1788412>

Jamil, S. (2023). Evolving newsrooms and the second level of digital divide: Implications for journalistic practice in Pakistan. *Journalism Practice*, 17(9), 1864–1881. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2026244>

Кап, Y., & Zhassara, N. (2025). Tsifrlıq dauırde dasturli medianın transformatsiyalanuynda mediakonvergentsiyanın aserı men roli: «Azattyq» radiosy mysalynda [The influence and role of media convergence in the transformation of traditional media in the digital age: On the example of Radio Azattyq]. *Herald of Journalism*, 76(2), 35–53. <https://doi.org/10.26577/HJ202576203> [in Kazakh].

- Khan, R. E., Limpot, K. B., & Villanueva, G. N. (2020). Social responsibility theory of the press: How it silences media practitioners. *Journal of Media Ethics*, 35(3), 152–163. <https://doi.org/10.1080/23736992.2020.1779594>
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Sage. <https://doi.org/10.4135/9781071878781>
- Kumar, R. (1999). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners*. Sage.
- Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis: Theoretical foundation, basic procedures and software solution*. Klagenfurt. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173>
- Munoriyarwa, A., Chiumbu, S., & Motsaathebe, G. (2023). Artificial intelligence practices in everyday news production: The case of South Africa's mainstream newsrooms. *Journalism Practice*, 17(7), 1374–1392. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1984976>
- Paul, U. O., & Kabiru, M. I. (2019). Social Responsibility Theory of the Press: A critique of its application and constraints. *International Journal of Innovative Research and Development*, 8(12). <https://doi.org/10.24940/ijird/2019/v8/i12/dec19010>
- Qazaqstan Respublikasynyn Ukimeti. (2024). *Zhasandy intellekti damytudyn 2024–2029 zhyldarga arналған tuzhyrymdamasy* [Concept for the development of artificial intelligence for 2024–2029]. Adilet Information and Legal System of Regulatory Legal Acts of the Republic of Kazakhstan. <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2400000592> [in Kazakh].
- Qazaqstan Respublikasynyn Zany. (2025). *Zhasandy intellekt turaly (2025 zhyly 17 qarashadagy № 230-VIII QRZ)* [On Artificial Intelligence (Law of the Republic of Kazakhstan No. 230-VIII, dated November 17, 2025)]. Adilet Information and Legal System of Regulatory Legal Acts of the Republic of Kazakhstan. <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z2500000230> [in Kazakh].
- Reporters Without Borders. (2023, November 10). *Paris Charter on AI and Journalism*. <https://rsf.org/en/rsf-and-16-partners-unveil-paris-charter-ai-and-journalism>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Simon, F. M. (2024). *Artificial intelligence in the news: How AI retools, rationalizes, and reshapes journalism and the public arena*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. https://www.cjr.org/tow_center_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php
- UNESCO. (2021). *Recommendation on the ethics of artificial intelligence*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137>
- Waddell, T. F. (2019). Attribution practices for the man-machine marriage: How perceived machine authorship affects news credibility. *Journalism Practice*, 13(10), 1255–1272. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1585197>
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (1991). *Mass media research: An introduction* (3rd ed.). Wadsworth.
- Zhaxylykbayeva, R., Burkitbayeva, A., Zhakhyp, B., Kabylgazina, K., & Ashirbekova, G. (2025). Artificial intelligence and journalistic ethics: A comparative analysis of AI-generated content and traditional journalism. *Journalism and Media*, 6(3), 105. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6030105>

Авторлар туралы мәлімет:

Кәп Есенгүл (корреспонденттік автор) – филология ғылымдарының кандидаты, SDU University (Алматы, Қазақстан, e-mail: yessengul.kap@sdu.edu.kz).

Нұрыш-Смағұл Жәнібек – SDU University-дің «Медиа зерттеулері және журналистика» білім беру бағдарламасының 2-курс магистранты (Қаскелең, Қазақстан); Beine.Pro интернет-журналының бас редакторы (Шымкент, Қазақстан, e-mail: zhanibek.nurish@gmail.com).

Information about the authors:

Kap Yessengul (corresponding author) – Candidate of Philological Sciences, SDU University (Almaty, Kazakhstan, e-mail: yessengul.kap@sdu.edu.kz).

Nurysh-Smagul Zhanibek – second-year master's student in the Media Studies and Journalism program at SDU University (Kaskelen, Kazakhstan); Editor-in-Chief of the Beine.Pro online magazine (Shymkent, Kazakhstan, e-mail: zhanibek.nurish@gmail.com).

Сведения об авторах:

Кап Есенгуль (автор-корреспондент) – кандидат филологических наук, SDU University (Алматы, Казахстан, e-mail: yessengul.kap@sdu.edu.kz).

Нұрыш-Смағұл Жәнібек – магистрант 2-го курса образовательной программы «Медиаисследования и журналистика» SDU University (Каскелен, Казахстан); главный редактор интернет-журнала Beine.Pro (Шымкент, Казахстан, e-mail: zhanibek.nurish@gmail.com).

Келіп түсті: 4 маусым 2026 жыл
Қабылданды: 2 қыркүйек 2026 жыл