



ХҒТАР 19.19.31
Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2024-148-3-7-19>

Журналистикадағы жасанды интеллект: шетел тәжірибесі

Ш.Ж. Канашева^{1*}, С.М. Дүйсенғазы¹, Ж.Д. Сейтжанова²

¹Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

²Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Алматы, Қазақстан

*Байланыс үшін автор: arshin84@mail.ru

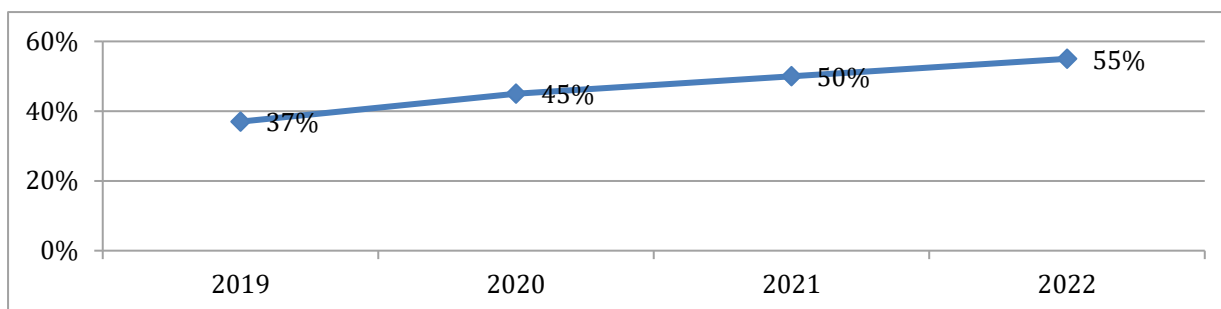
Аңдатпа. Соңғы жылдары көптеген салада жаңа технологиялардың дамуы байқалды. Солардың арасында жасанды интеллект (ЖИ) жетекші орынға ие болды. Атап көрсетерлігі, журналистика саласында да жасанды интеллект кеңінен қолданыла бастады. Бұл мақаланың мақсаты – ЖИ журналистика саласына енгізілгеннен кейін болған өзгерістерді зерттеу, оның ықпалы мен әсерін бағалау. Зерттеу аясында АҚШ-тағы The New York Times, Ұлыбританиядағы British Broadcasting Corporation (BBC) және Reuters агенттігі сияқты бірнеше ірі медиа компаниялар қамтылды. Аты аталған компаниялардың жаңалық әзірлеу және аудиториямен жұмыс істеу барысында ЖИ мүмкіндігін қалай қолданатыны қарастырылды. Сонымен қатар оқырмандар арасында сауалнама жүргізіліп, журналист пен ЖИ жазған мәтінсалыстырылды. Нәтижесінде адамдардың ЖИ емес, журналист жазған мақаланы таңдайтыны анықталды. Талдау, түсіндіру және сараптау тұрғысынан алғанда журналист жазған мәтін ЖИ жазған мәтінге қарағанда сапалы әрі салмақты шығатыны дәлелденді. Бұған қоса журналистика саласында ЖИ белсенді қолданылып жатқанына қарамастан, жаңалық әзірлеу мен таратуда журналистің рөлі мен маңызы зор деген байлам жасалды. Сондай-ақ аудиторияның сенімін сақтау үшін журналистикаға жасанды интеллектті қауіпсіз әрі тиімді енгізу мақсатында нақты стандарттар мен нормаларды әзірлеу қажет екені атап өтілді. Зерттеудің практикалық құндылығы журналистикада ЖИ пайдалануды оңтайландыру бойынша нақты ұсыныс жасауда болды.

Түйін сөздер: жасанды интеллект, журналистика, медиа, алгоритм, ақпаратты өндеу, автоматтандыру.

Кіріспе

Соңғы жылдары журналистика өз қызметін дамыту мен тиімділігін арттыру мақсатында түрлі жаңа технологияларды сынақтан өткізуде. Күннен күнге жасанды интеллекттің қолдану аясы кеңеюде. Журналистика саласына енгізіліп жатқан жасанды интеллект технологиясы оқырман мен көрерменді сапалы ақпаратпен қамтамасыз етуге тырысуда. Осы мәселеге байланысты сарапшылардың ұстанымы екіге бөлінген: алғашқы топ ЖИ журналистика саласын одан әрі дамытады, ақпаратты тез жинауға мүмкіндік туғызады деп есептесе, екінші топ технология журналистердің қызметіне кері әсер етеді деп санайды [1]. McKinsey зерттеуіне сүйенсек, журналистер қызметінің 37%-ын жасанды интеллект арқылы атқарады.

2020 жылға қарай бұл көрсеткіш 45%-ға дейін өсті, 2021 жылы 50%-ға жетті. Ал 2022 жылы автоматтандыруға болатын міндеттердің үлесі 55%-ға дейін ұлғайды. Қазір бұл үрдіс қарқын алып келеді [2].



Сурет 1 Журналистикада ЖИ технологиясын қолдану

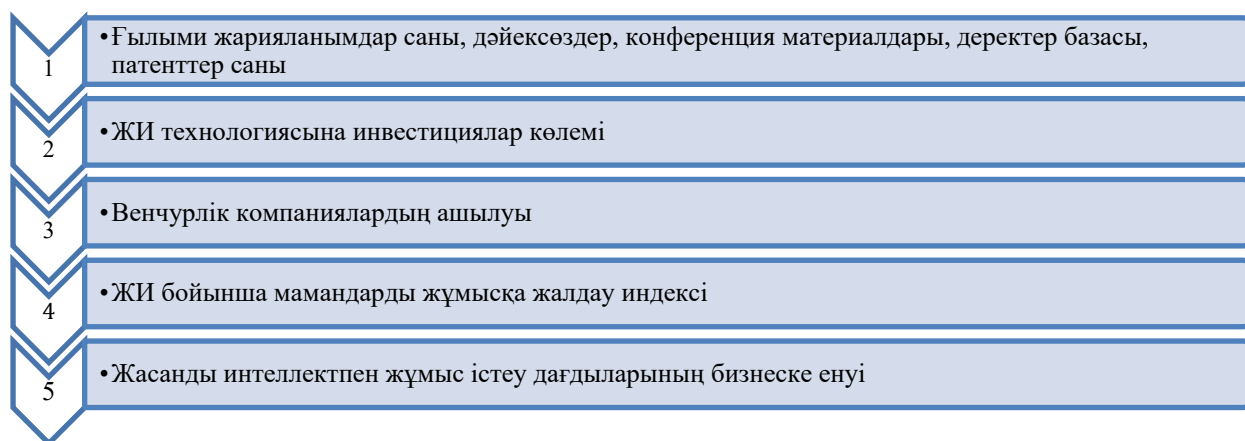
Ескертпе: [2] деректер негізінде құрастырылған

Оксфорд университетіндегі Reuters институтының зерттеуіне сәйкес, қазір ірі шетелдік медиа компаниялардың редакцияларында жасанды интеллект «ноу-хау» деп емес, өндірістік циклдың түрлі кезеңіндегі нақты және өзекті тәжіриберетінде қарастырылады [3].

Рейтер институтының сарапшылары жасанды интеллект бұқаралық ақпарат құралдарында бәсекелестіктің белсенді субъектісіне айналатынын және осы технологияға бәс тігетін медиа компаниялардың медиаиндустрияның көшбасшы болу мүмкіндігі жоғары екенін айтады [4].

Бұл мәлімдеме Стэнфорд университетінің әлемнің 29 мемлекетінің ЖИ тақырыбына арналған ашық деректерін талдау негізінде әзірлеген ЖИ дамуының жаһандық индексінің рейтингімен расталды.

ЖИ технологияларының қаншалықты дамығанын анықтау үшін арнайы индикаторлар қолданылады [5] (Сурет 2).



Сурет 2. ЖИ технологияларының даму деңгейінің индикаторлары
Ескертпе: [5] деректер негізінде құрастырылған

Жасанды интеллект технологияларын қолдану ірі медиа компаниялар мен инновациялық технологияларға ұзақмерзімді инвестиция салуға мүмкіндігі жоқ басылымдар арасындағы алшақтықты арттыруы мүмкін деген алаңдаушылық бар [6].

Шведтік United Robots компаниясы жасанды интеллект пен табиғи тілді генерациялауды (NLG) үлкен деректер қорымен автоматты түрде жарияланатын жаңалықтар мәтінін жазу үшін пайдаланады [7].

Associated Press журналистері алғашқылардың бірі болып Automated Insights Wordsmith бағдарламасын қолданды және тиімділікті бірден байқады. Олар АҚШ-тың мемлекеттік компанияларының кірістері туралы есепке сүйеніп, ЖИ технологиясын жаңалық әзірлеуге пайдаланды [8].

Медиаиндустрия өкілдері көбірек табыс табу үшін жасанды интеллектке инвестиция салуда. Журналистер кәсіби қызметтеріне ЖИ технологиясын белсенді түрде кіріктіріп жатыр [9]. Мысалы, The Associated Press журналистер тобы жұмысының бір бөлігін алгоритмге тапсыруды қолданысқа енгізді. Осылайша 2014 жылы АҚШ-тың кіші бейсбол лигалары туралы жаңалық әзірлеуді роботтарға жүктеді [10].

Bloomberg өзінің BloombergGPT [11] тілдік моделін құратынын жариялады. Бұл ЖИ арқылы қаржылық ерекшеліктерді ескеруге мүмкіндік берді. Жаңа модель көлемді ақпаратты талдауды, жүйелеуді жеңілдетті.

Жасанды интеллект түрі – генеративті ЖИ, мәтін, сурет, бейне, музыка және т.б. сияқты түпнұсқа мазмұн әзірлеу үшін алгоритмдерді қолданады [12].

Associated Press бір жыл ішінде осындай жаңалықтардың санын 300-ден 4400-ге дейін арттырды. Өйткені ЖИ журналистерге қарағанда тоқсандық есептерді он есе көп және тез талдайды. Мысал ретінде жасанды интеллект технологиясына негізделген жеке пайдаланушыларға арналған ақпарат ұсынатын қытайлық Jinri Toutiao мобильді қосымшасын келтіруге болады.

Әйгілі «Press Association» жаңалықтар агенттігі Google компаниясынан 700 мың еуро грант алып, оларға 30 мыңнан аса жаңалық ұсынады. Бұл ретте олар жасанды интеллект технологиясын тиімді пайдаланады [13].

Қазіргі заманғы жасанды интеллект технологиясы ақпарат әзірлеу, тарату және тұтыну тәсілдерін өзгерте отырып, медиа үшін жаңа көкжиекашады. Атап айтқанда, журналистикада ЖИ қолданудың шетелдік тәжірибесі ақпараттың сапасын жақсартуға, жаңалықтардың дәлдігін арттыруға және деректерді талдау мүмкіндігін кеңейтуге ықпал етеді.

Шетелдік БАҚ, агенттіктер мен компаниялар өз жұмысында жасанды интеллектті қолдануға өзгелерден бұрын кірісті. Олар технологияларды енгізу барысында жасанды интеллектті сәтті қолдану үшін арнайы стандарттар мен этикалық нормаларды әзірледі. Осы арқылы кемшіліктерді анықтауға және жоюға тырысты. Отандық журналистика үшін осы тәжірибеге сүйену және оны қолдану аса маңызды.

Елімізде «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы аясында түрлі салаларға, оның ішінде журналистикаға ЖИ енгізілуде.

Бұл мақаланың мақсаты – журналистикада жасанды интеллектті қолданудың шетелдік тәжірибесін зерттеу және оны қолданудың негізгі бағыттары мен әдістерін анықтау.

Негізгі міндеттер:

1. Жетекші шетелдік басылымдарда ЖИ қолдану тәжірибесін талдау және салыстыру.
2. ЖИ-дің журналистиканың дамуы мен өзгеруіне әсерін бағалау.

Әдебиетке шолу

В. Богатырева журналистикада қолданылып жатқан ЖИ журналист мамандарға қарағанда деректерді дәлірек және мұқият талдауға қабілетті екенін алға тартады. Оның пікірінше, ЖИ белгілі бір алгоритмдерарқылы тиімді әдістерге жүгінеді. Бұл ЖИ журналистерді түбегейлі алмастырады дегенді білдірмейді. В. Богатырева журналистер кәсіби әлеуетін арттыру үшін өздерінің ақылы мен қарым-қабілетін технологияның жаңа толқынымен ұштастырудың жолын табуы тиіс деп санайды [14].

Нейрондық желілер барлық деректер жиынтығын талдай отырып, жасырын трендтер мен үлгілерді анықтайды, журналистерге зерттелетін тақырыпты жан-жақты сараптау үшін бағыт-бағдар береді [15]. Чжан Х. жасанды интеллекті журналистикада қолдану технологиялық дамуға серпін берді деп санайды [16]. Н.Рубцова атап өткендей, журналистерге жасанды интеллектпен жұмыс істеу дағдысын дамытып отыру қажет [17]. М.Жетпісбаева журналистика жасанды интеллектті қолдану арқылы біршама жетістікке жетіп, қызметін оңтайландырды деп санайды [18].

Әдіснама

Зерттеу нысаны ретінде The New York Times (NYT), British Broadcasting Corporation (BBC), Reuters (халықаралық ақпарат агенттігі) таңдалды (Сурет 3).

| The New York Times | British Broadcasting Corporation | Reuters |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• 1851 жылы құрылған әлемдегі ең танымал және беделді басылымдардың бірі. Газет сапалы сараптама мен әлемдік оқиғаларды кеңінен жариялаудың арқасында халықаралық журналистикада жетекші орынға ие болды. | <ul style="list-style-type: none">• Ұлыбританиядағы ең ірі хабар тарату ұйымы және әлемдегі жетекші медиа компаниялардың бірі. 1922 жылы құрылған компания өз аудиториясына жаңалық, деректі фильм және ойын-сауық бағытындағы тың дүниелерді ұсынады. | <ul style="list-style-type: none">• 1851 жылы құрылған ең ірі және ең беделді халықаралық жаңалықтар агенттігі. Ол жаңалық, қаржы саласына қатысты ақпарат және мультимедиялық материал ұсынуға маманданған |

Сурет 3. Зерттеу нысандары

1. Жасанды интеллект (ЖИ) технологиялары The New York Times, BBC және Reuters басылымдарының жұмысында қалай қолданылады?

2. Осы басылымдардағы журналистік қызметтің сапасы мен тиімділігіне ЖИ-ді қолданудың қандай әдістері бар?

Зерттеу кезеңдері:

⇒ Журналистикада ЖИ қолдану туралы мақалаларды талдау және қолда бар деректерді зерттеу.

⇒ The New York Times, BBC және Reuters сияқты ірі халықаралық ұйымдарды мысалға келтіре отырып, журналистикада ЖИ қолданудың негізгі әдістерін анықтау.

⇒ Аталған басылымдарда ЖИ қолдану тәжірибесін салыстырмалы талдау.

⇒ Ерекшеліктер мен айырмашылықтарды анықтау мақсатында журналист пен ЖИ жазған мәтіндерді салыстыру, сауалнама жүргізу.

Зерттеу сұрақтары

– Жасанды интеллект технологиялары шетелдік БАҚ-та қалай қолданылады?

– Журналистердің жұмыс сапасына ЖИ-дің әсері қандай?

– ЖИ журналистерді толығымен алмастыра ала ма?

Ұсынылған тезис

Жасанды интеллект журналистика саласына оң өзгерістер әкелгенімен, оның толықтай журналистерді алмастыруы мүмкін емес. Журналистикадағы ЖИ мен адам жұмысы синергияға негізделуі тиіс.

Зерттеу әдістері:

- ⇒ Журналистикадағы ЖИ-мен байланысты материалдарды талдау.
- ⇒ ЖИ қолдануға қатысты пікір жинау, сауалнама ұйымдастыру.
- ⇒ Жиналған деректерді сараптау және ЖИ қолдану тәжірибесін салыстыру.

Нәтижелер мен талқылау

The New York Times өз жұмысының әртүрлі аспектілерін жетілдіру үшін жасанды интеллектіні белсенді қолданады. Мысал ретінде газеттің тарихи мұрағаттарын цифрландыруға және талдауға бағытталған «The time Machine» жобасын (Сурет 4) келтіруге болады. Осы жоба журналистер мен зерттеушілердің жұмысын жеңілдетіп, ЖИ технологиясы арқылы көпшілікке цифрланған материалдарға қол жеткізуге мүмкіндік беріп отыр.

The New York Times басылымында ЖИ қолданудың негізгі бағыттарының бірі-жаңалықтардың мазмұнын түрлі санатқа бағыттау.

Басылым машиналық оқыту алгоритмін қолдана отырып, оқырмандарының мінез-құлқын, оның ішінде олардың шолу тарихын және материалдармен өзара әрекеттесуін талдайды. Бұл оқырмандардың қалауы мен сұранысына қарай материал ұсынуға мүмкіндік береді.



Сурет 4. The times Machine

The New York Times газетінде деректерге қатысты ғылым тобы 2012 жылдан бері жұмыс істейді. Алайда топ жақында ғана эксперименттік кезеңнен шығып, компанияда маңызды рөл атқара бастады. Басылымдағы деректер ғылымының директоры Колин Рассел газеттің әртүрлі сегменттеріне көмектесе алатын модельдер мен визуализацияны түрлендіру үшін болжамды модельдеу мен машиналық оқыту алгоритмдерін қолдануға қаржы құйғандарын алға тартады.

BBC аудио және бейнематериалдарын автоматты түрде транскрипциялау үшін жасанды интеллект технологиясын белсенді қолданады. Бұл әсіресе әртүрлі тілдердегі бағдарламаларға субтитр мен транскрипция жасау үшін пайдалы. Ақпарат іздеуде BBC News Juciger алгоритміне жүгінеді. Осылайша 850-ге жуық жаңалықтар агенттіктері мен RSS арналарының материалдарын қарап, оларды төрт санатқа бөледі: «адамдар», «орындар», «ұйымдар» және «заттар» (алғашқы үшеуіне кірмеген барлық нәрсе). Бұл BBC журналисінің уақытын үнемдейді. Өйткені уақытты талап ететін жұмыстың барлығын ЖИ атқарады.

«BBC Juciger» жобасы деректерді біріктіру мен талдаудың кешенді жүйесі болып саналады. Бұл құрал көптеген ақпарат көздерінен, соның ішінде әлеуметтік желілерден, жаңалықтар агенттіктерінен және басқа медиадан ақпарат жинайды. Жүйе іріктеу мен талдауға ЖИ алгоритмдерін қолданады. Бұл журналистерге өзекті ақпаратқа жедел қол жеткізуге және оны жаңалық әзірлеу үшін пайдалануға көмектеседі.

Мамандар BBC Research & Development бөлімшесі құрған ЖИ технологиясының көмегімен 1953 жылы түсірілген телебағдарлама туралы ақпаратты 250 мыңнан астам бағдарламадан сканерледі. ЖИ маңызды деп саналған рейтингтік бағдарламаларға сүйене отырып, көрермендердің сұранысы мен талабын дәл тапты. BBC бұл жұмысты адам атқарса, тым көп уақытқажет болатынын мәлімдеді.

BBC Research & Development интернет зерттеулер қызметінің жетекшісі Джордж Райттың айтуынша, BBC тарататын жаңалықтарына қатысты нақты ақпаратты ЖИ арқылы табады.

Reuters жаңалықтар үдерісін автоматтандыру үшін ЖИ белсенді қолданады.

Негізгі құралдардың бірі – «Reuters Tracer». Бұл әлеуметтік желілерді бақылайтын, машиналық оқыту алгоритмін қолданатын жүйе. Ол журналистерге ақпаратты жылдам таратуға мүмкіндік береді.

Біз шетелдік ірі басылымдарда ЖИ қолдануды талдай отырып, салыстырып көрдік (Кесте 1).

Кесте 1. Салыстырмалы талдау

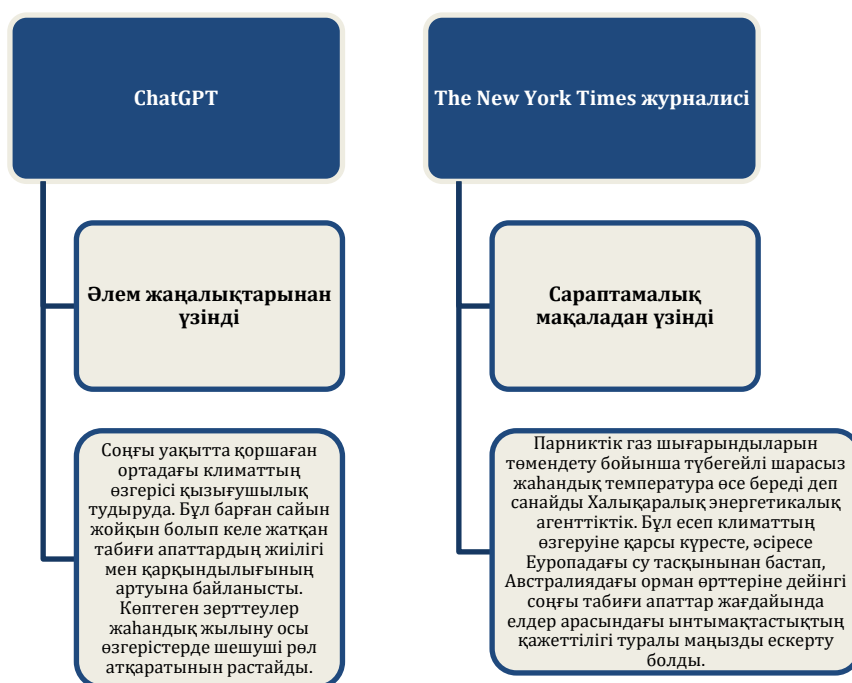
| № | Қолданылуы | Сипаттамасы |
|---|---|--|
| 1 | Автоматтандыру | Бұл үш басылым жасанды интеллектті белсенді қолданады. |
| 2 | Фактілерді тексеру және жалған жаңалықпен күрес | Reuters және BBC ақпараттың дұрыстығын тексеру үшін ЖИ қолданады, бұл аудиторияның сенімін сақтау үшін маңызды. NYT ұқсас технологияларды біріктіреді, мұрағаттық деректердің қолжетімділігіне назар аударады. |
| 3 | Интерактивтілік | BBC интерактивті визуализация жасау үшін ЖИ қолданады. Бұл аудиторияға күрделі деректерді жақсы түсінуге көмектеседі. Мұндай тәсіл басқа басылымдарда көп пайдаланылмайды. |
| 4 | Цифрландыру және мұрағаттау | NYT архивтерді цифрландыруға ерекше назар аударады, бұл осы басылымға ғана тән ерекшелік. Мұндағы мақсат материалдарды тарихи деректермен байыту. |

Журналистикаға әсерін бағалау және адамдардың ЖИ әзірлеген материалдарға деген көзқарасын анықтау үшін сауалнама жүргізілді. Оған 25 адам қатысты. Сауалнама барысында респонденттерге екі мәтін ұсынылды: біріншісі ChatGPT, екіншісі The New York Times (NYT), British Broadcasting Corporation (BBC), Reuters журналистері жазған мақала. (Кесте 2). Жауап берушілер ЖИ жазған мәтін қайсы екенін тауып, журналист жазған мақаламен салыстыруға тиіс болды.

Материалдардың сапалық сипаттамасын бағалау: өзіндік ерекшелігі, құрылымы, түсініктілігі.

Артықшылықты анықтау бойынша: оқырмандардан қай мәтін сапалы жазылғаны сұралды.

Кесте 2. Сауалнама барысында ұсынылған мәтіндер



Респонденттердің шамамен 64% (16 адам) ұсынылған үзінділердің қайсын ЖИ (ChatGPT), қайсын журналист жазғанын дұрыс анықтады.

Дұрыс жауап бергендер журналист пен ЖИ жазған мақаланы қалай анықтағандарын түсіндіргенде кәсіби маманның қолтаңбасы мақаланың құрылымынан білініп тұрғанын айтты.

Журналист жазған мақала өзіндік ерекшелігі үшін жоғары баға алды. Өйткені мақалада талдау, түсіндіру, нақты дерек және сараптау болды. Ал ChatGPT әзірлеген мәтін жалпылама және бейтарап сипатталды. ChatGPT танымал фактілерді қолданды, себеп пен салдарды сараламады.

The New York Times журналистері жазған мәтін дәлдігімен және халықаралық энергетикалық агенттік сияқты беделді ұйымдарға сілтеме берумен ерекшеленді. Мақалаға

табиғи апатқа қатысты нақты мысал қосу өзектілік пен эмоционалды тереңдік береді. Бұл журналистикадағы адами фактордың маңыздылығын көрсетеді. Сыни талдау мен авторлық түсініктеме сапалы материал ұсынуға негіз болды.

Журналист мәселені түсіндіру үшін кіріспе жасап, содан кейін нақты мысал мен мәлімет келтіреді. Стилдік жағынан екі мәтін де түсінікті тілде жазылған. Дегенмен жоғарыдағы факторлар оқырмандардың қабылдауына ChatGPT емес, журналист жазған мақала оңай әрі жеңіл болғанын көрсетті.

Жасанды интеллект журналистикада біршама міндет пен қызметі атқаратынына қарамастан, журналисті толық алмастыра алмайды. Журналист кез келген ақпаратқа шығармашылығын қосады. Біздің ойымызша, журналистика саласында адам мен ЖИ арасындағы байланыс «синергия» түрінде болуы тиіс. Журналистер қажеттілігіне қарай күнделікті жұмыстарында жасанды интеллектіні қолданулары қажет деп санаймыз.

Қорытынды

Ірі шетелдік медиа ұйымдардың жасанды интеллектіні қолдану тәжірибесін талдау мұхиттың арғы жағындағы әріптестеріміздің батыл қадамға барып отырғанын көрсетті. Дегенмен сауалнама оқырмандарға журналист жазған мақала бағалы әрі құнды болатынын дәлелдеді. Бұдан шығатын қорытынды журналистика саласына ЖИ технологиясы белсенді түрде енгізіліп жатқанына қарамастан, журналистердің мақала жазудағы, ақпарат таратудағы рөлі маңызды болып қала береді. Егер журналистер жасанды интеллектті дұрыс қолдануды үйреніп, дағдыларын жетілдірсе, онда жасанды интеллект олар үшін тиімді көмекші құралға айналады.

Зерттеу нәтижесі журналист пен ЖИ бір-бірін толықтырғанда сапалы әрі мазмұнды дүние жасауға болатынына көз жеткізді.

Әдебиеттер тізімі

1. Иляхина А. А., Деева И. В. Перспективы применения технологий искусственного интеллекта в журналистике // Вестник науки. – 2024. – №. 1 (70). – С. 580-588.
2. de-Lima-Santos M. F., Ceron W. Artificial intelligence in news media: current perceptions and future outlook // Journalism and media. – 2021. – Т. 3. – №.1. – P. 13-26.
3. Насыров В. И. Искусственный интеллект в журналистике: достижения и перспективы // Окно в будущее: тенденции развития медиаиндустрии. – 2023. – С. 137-139.
4. Parratt-Fernández S., Mayoral-Sánchez J., Mera-Fernández M. The application of artificial intelligence to journalism: an analysis of academic production // Profesional de la información. – 2021. – Т. 30. – №. 3. P. 45
5. Biswal S. K., Gouda N. K. Artificial intelligence in journalism: A boon or bane? // Optimization in machine learning and applications. – 2020. – P. 155-167.
6. Nabila E. A. Artificial intelligence robots and revolutionizing society in terms of technology, innovation, work and power // IAIC Transactions on Sustainable Digital Innovation (ITSDI). – 2021. – Т. 3. – №. 1. – P. 46-52.

7. Максименкова А. М. Влияние внедрения искусственного интеллекта на журналистику и качество информации в СМИ //Современные исследования: Актуальные вопросы теории и практики. – 2023. – С. 50-52.
8. Линчжи Л. Искусственный интеллект в медийной сфере: Прогресс или угроза информационной безопасности? //Информационная безопасность регионов России (ИБРР-2023). – 2023. – С. 257.
9. Guzman A. L., Lewis S. C. Artificial intelligence and communication: A human-machine communication research agenda //New media & society. – 2020. – Т. 22. – № 1. – P. 70-86.
10. Ho L. T. et al. Artificial intelligence and firm performance: Does machine intelligence shield firms from risks? //Journal of risk and financial management. – 2022. – Т. 15. – № 7. – P. 302.
11. Fitria T. N. Artificial intelligence (AI) technology in OpenAI ChatGPT application: A review of ChatGPT in writing English essay //ELT Forum: Journal of English Language Teaching. – 2023. – Т. 12. – № 1. – P. 44-58.
12. Türksoy N. The Future of Public Relations, Advertising and Journalism: How Artificial Intelligence May Transform the Communication Profession and Why Society Should Care? //Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi. – 2022. – № 40. – P. 394-410.
13. Богатырёва В. Н. Искусственный интеллект в журналистике как современный медиатренд //Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2019. – № 8 (36). – С. 203-206.
14. Асташкин А. Г. Нейросети в структуре журналистской профессии //Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности.—Екатеринбург, 2024. – 2024. – С. 193-196.
15. Рубцова Н. В. Нейросети в медиа: возможности, проблемы, перспективы для будущих медиаспециалистов //Вопросы теории и практики журналистики. – 2024. – Т. 13. – № 1. – С. 156-171.
16. Чжан Х. Анализ влияния искусственного интеллекта на средства массовой информации // Актуальные вопросы филологии: теория и практика. – 2021. – С. 265-270.
17. Жетпсibaева М.С., Кутпанбаева Ж.Б., Мусаева Б.А. Заманауи журналистиканың жаңа үрдістері //Bulletin of L. N. Gumilyov Eurasian National University. JOURNALISM Series. – 2023. – Т. 145. – № 4. – С. 62-72.

Ш. Канашева¹, С. Дүйсенғазы¹, Ж. Сейтжанова²

¹Евразийский национальный университет им.Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

²Международный университет информационных технологий, Алматы, Казахстан

Искусственный интеллект в журналистике: зарубежный опыт

Аннотация. В этой статье был изучен опыт использования искусственного интеллекта (ИИ) в журналистике на основе опыта крупных зарубежных медиа-организаций: The New York Times (США), British Broadcasting Corporation (BBC) и Reuters (Международное информационное агентство). Основная цель исследования-анализ внедрения ИИ в процесс создания новостного контента и его влияния на сферу журналистики. В статье рассматриваются такие задачи, как

автоматизация повседневных задач, улучшение персонализации новостей, а также повышение эффективности редакций. Методология исследования сформировала контент-анализ и опрос. В рамках опроса участники сравнили между собой тексты, написанные ИИ (ChatGPT) и журналистами. Оценивалась оригинальность, информативность, конструктивность и доступность языка материалов. Результаты показали, что, несмотря на значительные успехи в использовании ИИ, читатели по-прежнему отдают предпочтение материалам, созданным людьми, из-за глубины анализа и наличия авторских комментариев. Исследование выявило важность сохранения роли журналистов в производстве новостного контента в контексте этических проблем, связанных с использованием искусственного интеллекта. Исследование подчеркивает важность разработки конкретных стандартов и этических норм для внедрения искусственного интеллекта в журналистику для поддержания доверия читателей. Практическая значимость данного исследования заключается в предоставлении рекомендаций по оптимизации внедрения искусственного интеллекта в сферу журналистики.

Ключевые слова: искусственный интеллект, журналистика, медиа, алгоритм, обработка информации, автоматизация, машинное обучение.

Sh. Kanasheva¹, S. Duisengazy¹, Zh. Seitzhanova²

¹*L.N. Gumilev Eurasian National University, Astana, Kazakhstan*

²*International University of Information Technologies, Almaty, Kazakhstan*

Artificial intelligence in journalism: foreign experience

Abstract. This article examined the experience of using artificial intelligence in journalism based on the experience of major foreign media organizations: The New York Times, British Broadcasting Corporation and Reuters. The main purpose of the study is to analyze the introduction of AI into the process of creating news content and impact on the field of journalism. The article discusses such tasks as automating everyday tasks, improving the personalization of news, as well as improving the efficiency of editorial offices. The research methodology has generated content analysis and a survey. As part of the survey, participants compared texts written by AI (ChatGPT) and journalists. The originality, informativeness, constructiveness and accessibility of the language of the materials were evaluated. The results showed that, despite significant advances in the use of AI, readers still prefer materials created by humans due to the depth of analysis and the presence of author's comments. The study revealed the importance of preserving the role of journalists in the production of news content in the context of ethical issues related to the use of artificial intelligence. The practical significance of this study is to provide recommendations on optimizing the implementation of artificial intelligence in the field of journalism.

Keywords: artificial intelligence, journalism, media, algorithm, information processing, automation, machine learning.

References

1. Ilyakhina A.A., Deeva I.V. Perspektivy primeneniya tekhnologiy iskusstvennogo intellekta v zhurnalistike [Prospects for the use of artificial intelligence technologies in journalism], Vestnik nauki [Bulletin of Science]. 1(70). 580-588 (2024). [in Russian]
2. de-Lima-Santos M.F., Ceron W. Artificial intelligence in news media: current perceptions and future outlook. Journalism and media. 3. 13-26 (2021).
3. Nasyrov V.I. Iskusstvennyy intellekt v zhurnalistike: dostizheniya i perspektivy [Artificial intelligence in journalism: achievements and prospects], Okno v budushchee: tendentsii razvitiya mediaindustrii [A window into the future: trends in the development of the media industry]. 137-139 (2023). [in Russian].
4. Parratt-Fernández S., Mayoral-Sánchez J., Mera-Fernández M. The application of artificial intelligence to journalism: an analysis of academic production. Profesional de la información. 30. 3 (2021).
5. Biswal S.K., Gouda N.K. Artificial intelligence in journalism: A boon or bane? Optimization in machine learning and applications. 155-167 (2020).
6. Nabila E.A. et al. Artificial intelligence robots and revolutionizing society in terms of technology, innovation, work and power. IAIC Transactions on Sustainable Digital Innovation (ITSDI). 3(1). 46-52 (2021).
7. Maksimenkova A.M. Vliyanie vnedreniya iskusstvennogo intellekta na zhurnalistiku i kachestvo informacii v SMI [The impact of the introduction of artificial intelligence on journalism and the quality of information in the media], Sovremennyye issledovaniya: Aktual'nye voprosy teorii i praktiki [Modern research: Topical issues of theory and practice]. 50-52 (2023). [in Russian]
8. Linchzhi L. Iskusstvennyy intellekt v mediynofsphere: Progress ili ugroza informatsionnoy bezopasnosti? [Artificial intelligence in the media sphere: Progress or threat to information security?], Informatsionnaya bezopasnost' regionov Rossii (IBRR-2023) [Information security of the regions of Russia]. 257 (2023). [in Russian]
9. Guzman A.L., Lewis S.C. Artificial intelligence and communication: A human-machine communication research agenda. New media & society. 1(22). 70-86(2020).
10. Ho L. T. et al. Artificial intelligence and firm performance: Does machine intelligence shield firms from risks? Journal of risk and financial management. 7(15). 302(2022).
11. Fitria T.N. Artificial intelligence (AI) technology in OpenAI ChatGPT application: A review of ChatGPT in writing English essay. ELT Forum: Journal of English Language Teaching. 1(12). 44-58(2023).
12. Türksoy N. The Future of Public Relations, Advertising and Journalism: How Artificial Intelligence May Transform the Communication Profession and Why Society Should Care? Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi. 40. 394-410 (2022).
13. Bogatyreva V. N. Iskusstvennyy intellekt v zhurnalistike kak sovremennyy mediatrend [Artificial intelligence in journalism as a modern media trend], Skif. Voprosy studencheskoy nauki [Skif. Questions of student science]. 8 (36). 203-20(2019). [in Russian]
14. Astashkin A.G. Neyroseti v strukture zhurnalistskoy professii [Neural networks in the structure of the journalistic profession], Tsifrovaya zhurnalistika: tekhnologii, smysly i osobennosti tvorcheskoy deyatel'nosti [Digital journalism: technologies, meanings and features of creative activity.]. 193-196(2024). [in Russian]

15. Rubtsova N.V. Neyroseti v media: vozmozhnosti, problemy, perspektivy dlya budushchikh mediaspetsialistov [Neural networks in media: opportunities, problems, prospects for future media specialists], Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki [Questions of the theory and practice of journalism]. 1. 156-171(2024). [in Russian]

16. Chzhan Kh. Analiz vliyaniya iskusstvennogo intellekta na sredstva massovoy informatsii [Analysis of the impact of artificial intelligence on the media], Aktual'nye voprosy filologii: teoriya i praktika [Topical issues of philology: theory and practice]. 265-270(2021).[in Russian]

17. Zhetsibaeva M.S., Kutpanbaeva Zh.B., Musaeva B.A. Zamanai zhurnalistikanyn zhanaurdisteri [A new trends in modern journalism], Bulletin of LN Gumilyov Eurasian National University. JOURNALISM Series. 4(145).62-72(2023). [in Kazakh]

Авторлар туралы мәлімет:

Қанашева Ш.Ж. – Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасының докторанты, Журналистика және әлеуметтік ғылымдар факультеті, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Сәтпаев көшесі, 2, 010000, Астана, Қазақстан.

Дүйсенғазы С.М. – ф.ғ.к., доцент, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Сәтпаев көшесі, 2, 010000, Астана, Қазақстан.

Сейтжанова Ж.Д. – ф.ғ.к., Қазақстан тарихы және медиакоммуникациялар кафедрасының ассистент-профессоры, Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Манас көшесі 34/1, Алматы, Қазақстан.

Kanasheva Sh.J. – Ph.D. student of Department of Television, Radio and Public Relations, Faculty of Journalism and social Science, Satpayev street, 2, 010000, Astana, Kazakhstan.

Duisengazy S.M. – Associate Professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Satpayev street, 2, 010000, Astana, Kazakhstan.

Seitzhanova Zh.D. – Assistant Professor, Department of History of Kazakhstan and Media Relations, International University of Information Technologies, Ph.D., Manas Str. 34/1, Almaty, Kazakhstan.