

ЗАМАНАУИ ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ ОНЫҢ АСПЕКТИЛЕРІ

Атагулаев Нажимадин

najimaddinatagullaev@gmail.com

Қарақалпақ филологиясы хәм журналистика факультеті 3-курс студенті
Бердақ атындағы Қарақалпақ мемлекеттік университеті
Ғылыми жетекшісі, сеньор лектор – Мажитова Л.Қ.

АННОТАЦИЯ. Жаңа медиа әлемі пайда болғаннан бері бұл сала өздігін жойтқан емес, керісінше ауқымдылығы асып, жаһанда зерттеу объектісі болып, кең сұранысқа ие болып келмекте. Бұған себеп, бұқаралық ақпарат құралдарының өзіндік функциялары және жасанды интеллектпен өз ара бірігіп ақпарат таратуының жаңа түріне негіз болмақ. Жасанды интеллект және технологияның үздіксіз дамуының нәтижесінде жаңа медиа саласында бұрын-соңды болмаған өзгерістер жүзеге асуда.

Осылайыша біз ақпаратты толық және анық тарату үшін жаңа технологиялармен тығыз жұмыс жасасақ, коммуникация әдістерін толық үйреніп шықсақ, пайдалану мүмкіншілігіне шынымен қол жеткізе аламыз. Ескерту: мақала барысында тек ғана теориялық анықтамалармен шектелмейміз. Бүгінгі заманауи журналистика дегенде оның жазылу стилін ғана үйреніп қоймастан, әр бір журналистік материалдың жарық көріуіне де, өз үлесін қосатын құралдары жайлы да ақпарат беріп өтеміз.

Кілт сөздер: жасанды интеллект, медиа индустриясы, брендинг, интернет журналистикасы, жаңа медиа жүйесі.

Ақпарат жүйесі қиындаған бір уақытта оны дұрыс қабылдай алу бүгінгі жаңа ғасыр адамына тән ерекшелік десек те болады. ХХІ ғасырда ақпарат стратегиялық ресурсқа айналды. Қоғамдық пікірдің қалыптасуы, саяси тұрақтылық, экономикалық процестер мен мәдени трансформация медиалық кеңістікпен тығыз байланысты. Ақпарат тарату механизмдері цифрлық технологиялар әсерінен түбегейлі өзгерді. Осы өзгерістер журналистиканың мазмұндық, құрылымдық және кәсіби моделін жаңартты. Ғылымда заманауи журналистика енді тек ғана дәстүрлі ақпарат тарату қызметі емес, ал цифрлық платформаға негізделген көп функционалды ғылым жүйесіне айналып үлгерді. Интернетте әлеуметтік желілердің кеңейуі және жасанды интеллект дамуы медиа индустрияның жаңа деңгейге көтерілуіне себепші болды.

Контент генерациясы, деректерді өңдеу, аудитория мінез-құлқын болжау, фейк ақпаратты анықтау секілді функциялар алгоритмдер арқылы жүзеге асырылуда. Қазақстан медиасы да жаһандық цифрлық трансформация үдерісінен тыс қалған жоқ. Республикалық деңгейдегі ақпарат агенттіктері мен жаңалық порталдары аналитикалық тұрғыдан жетістіру, оны толықтай басты ақпарат тарату жүйесіне айналдыруда. Автоматтандырылған редакциялау құралдарын және деректер визуализациясын қолдана бастады.

Сонымен қоса біздің медиада жаңа термин пайда болды.

«Жаңа медиа»

Жаңа медианың ерекшеліктері:

- интерактивтілік
- мультимедиалылық
- алгоритмдік іріктеу
- персонализация

Бұл ерекшеліктерді ескере отырып түсінік беріп өтетін болсақ:

Интерактивтілік бұл медиа контенттің әлде журналистикалық материалдың ерекшелігін арттырады, және оның пайдаланушыларын өзінде қызықтырып, ұстап қала алады. Мысалы үшін: Бүткіл жаһандық ауқымды мәселе болып тұрған «Арал машақатысы» (мәселесі) жәйлы ақпараттық репортаж түсіретін болсақ ең алдымен орынды биз көрсетіп аламыз және оның құрғақ бөлімі жылдан-жылға өсіп жатырғанын біз диаграмма (chart) арқылы көрсетсек, және статистикалық цифралармен келтіріп өтсек біз дайындаған журналистикалық материалымыз өтімділігі асады және жоғарыда айтып өткеніміздей өз көрушілерін жоғалтпайды.

Мультимедиалық Негізгі элементтері: Мәтіндік ақпарат, дыбыс, графика, бейне, анимация арқылы мультимедиалық контент жасаса болады.

Мультимедиялықтық мақсаты – бірнеше медиа түрлерін (мәтін, сурет, дыбыс, видео) біріктіріп ақпарат беру қасиеті, жаңа журналистикада ақпаратты көрнекі әрі интерактивті жеткізу үшін қолданылады.

Жасанды интеллект адамның интеллектуалдық қызметін жоғарылатуға бағытталған технологиялар жүйесі. Журналистикада **AI** келесі бір қанша бағыттарда қолданылады: автоматты жаңалық жазу, деректерді талдау, контентті персонализациялау, фейк ақпаратты анықтау аудитория мінез-құлқын болжау. **AI** ды қолдану нәтижесінде: контент өндірісі жеделдеді, редакция шығындары едеуір дәрежеде азайды, журналистикада сенімді мәліметтер дерегі неғұрлым дамыды.

Алайда қауіптері де бар: авторлық жауапкершілік мәселесі, алгоритмдік бұрмалау және этикалық проблемалар пайда бола бастады.

Алайда Қазақстандық медиа ұйымдар цифрлық трансформация кезеңінде **AI** құралдарын қолдануды бастап кетті.

Kazinform – мемлекеттік ақпарат агенттігі. Соңғы жылдары: жаңалықтарды автоматты форматта көптілді жариялау жүйесін енгізді, деректерге негізделген инфографика жасауды қолданады. Контентті жедел өңдеу алгоритмдерін пайдаланып келмекте. Бұл редакция жұмысын жеделдетуге мүмкіндік берді. Бұл арқылы уақыт әрі қаражат үнемделуі мүмкін.

Tengrinews цифрлық аналитика құралдарын белсенді қолданады: **SEO** алгоритмдеріне негізделген тақырып құру – автоматтандырылған жаңалық агрегаторлары. **SEO** аналитикасы деген не деуіңіз мүмкін. Бұл құдды Google да ең соңғы рет көп іздеуге берілген мәліметтер ішінен кілт сөздер арқылы сіздің алдыңызға келіп шыға беретін мәліметтер жиындысы. Мысалы: Осы **SEO** сөзі ең соңғы рет қай жерлерден қанша рет ізделгені жәйлы өзі аналитика жасап керекті информацияны сіздің дәл алдыңызға шығарып береді.

Бұл платформа коммерциялық модельде жұмыс істейтіндіктен, **AI** ды аудитория тарту құралы ретінде маңызды пайдаланады. Үйреніп қарайтын болсақ жоғары да көрсетіп өткен ресми сайттардың инстаграм парақшасы да бар. Бұл дегеніміз әр екі сайттың да креативті видео контент шығаруына мүмкіншілік туады. Парақшаға зер салып қарасақ жүктелген әр бір постқа тартымды болып тұратын, тақырыпқа сай мұқабалар бірінші болып көзге көрінеді.

Біз жоғарыда сөз басында айтып өткеніміздей: журналистика аспектерін үйренгенімізде тек жазылу стилін ғана үйреніп қоймастан, медиа жабдықтарын да қоса үйренетінімізді және бір мәрте ескертеміз. Журналист дегенде біздің көз алдымызға қолына микрофон ұстаған бір адамның портреті келеді. Бұл бізге ежелден миымызға орнығып келген ұғым. Бүгінгі күні бұл портрет біраз өзгеруде. Алға қарай тек қолына микрофон ғана алып қоймастан, қосымша камера және ықшам ноутбук та ала жүретін персонаны көруіміз мүмкін. Бұл... негізінде өте ыңғайсыз болып түйіледі. Бірақ, заман талабы осы болған соң, қазіргі таңда дәл осындай оперативті кадрға мұқтажбыз. Бүгінгі күнде өзі мобилдік репортаж дайындап, оны өзі түсіретін, монтажын жасайтын, тіпті керек болса оқиға орнына өз көлігімен де бару мүмкіншілігіне ие болса тіпті керемет.

Қазіргі таңда мұндай оперативті журналисттердің саны күн сайын артып келеді.

Қазақстан Республикасындағы «ҚазМедиа орталығы» телерадиокомплексінің құрамына тәулік бойы жаңалық тарататын 24KZ телеарнасы кіреді. 24KZ арнасының Америкадағы тілшісі Ердана Ержан ұлы, және Қазақстан Республикасы президент администрациясы, президент Қасым Жомарт Тоқаевтың алып барып жатырған саясатын, мемлекеттік сапарларын турыдан-тура эфирде алып шығатын журналист, 24KZ арнасының тілшісі Адил Балтабаевты да айта алмыз. Бул көрсетіп өткен журналисттердің әр бірі өзі репортаж алып барады және өздері мобильдик құрылмалармен түсіре жүреді.

Дәл қазір мобилдік және медиа құрылмалар тұралы айтып өтетін болсақ, олар төмендегіше: *Камералар және бейнежабдықтар(фото аппарат видео камералар), дыбыс жазу үшін микрофон және петлечкалар, өз мүмкіншілігінен келіп шығып мини камералы көз ілдіріктер (бұл құрылма көрермендер үшін әр бір өңірдегі өзекті мәселеге, журналист көзімен қарауға өз үлесін қосады) жарықтандыру құралдары, компьютер және монтаж үшін қосымшалар, соныңмен қоса әлеуметтік желілерде арнайы платформалар да қажет болады.* Бүгінгі күні бұл құрылғылармен толық жабдықталған журналист өз ісінің нағыз маманы екенін ұмытпауымыз керек.

Осы орында Өзбекстандағы замануи журналистика жайлы айтып өтетін болсақ: Өңірде журналистика жақсы дамыған, мемлекеттік телеарналар және, жекеменшік телеарналар жұмыс жасап тұр. Жергиликті журналисттер өзекті және ауқымды мәселелер бойынша жаза алады, [заңнамада ақпараттық бойынша бир қанша талаптамалар көрсетіліп өтілген.](#) Мемлекетте қаламы ысылған тәжірибелі журналисттер саны жетерлі. Жергілікті телеарналар: «Узбекстон24» мемлекеттік телеарнасы бұл арнада тек ғана мемлекеттік жедел саясаты және жүзеге асырылып жатқан жобалар жайлы үздіксіз ақпараттар беріліп тұрады.

Онда жүргізіуші Жамшид Умирзоқовты, «Sevimli» арнасы журналисті және тележүргізіушісі Жахонгир Олимов, Дилдора Рустамованы соныңмен қоса «Қарақалпақстан» телеарнасы жүргізіушілері Данияр Іскендеров, Винера Өтебаева, Хамида Султамуратоваларды тілшісі Саятхан Жуманазароваларды осындай көрнекті журналисттерді мысал етіп алсақ болады. Бұл атап өткен журналисттер де жоғарыда айтылған функцияларды толықтай орындай алатынын, оның телеарнадағы шеберлігінен көріп білсек болады.

«Журналистика – қоғамдағы ақпарат алмасудың ресми, ұйымдастырылған түрі саналады. Оның басты функциялары – ақпарат беру, талдау жасау, бақылау жүргізу және қоғамды біріктіру» болса жоғарыдағы аспектерді есапқа ала отырып, журналистиканы біз үлкен екі бөлімге бөлінетінін есімізге алыуымыз керек. Егер дәстүрлі модель «бірден көпке» (one-to-many) принципіне негізделсе, жаңа медиа «көптен көпке» (many-to-many) коммуникация жүйесін қалыптастырды. Бұл деген не? **Бұрын ақпарат бір жақтан көп адамға таралса, қазір жаңа медиа арқылы бәрі бір-бірімен өзара ақпарат бөлісе алады.** Жаңа медиа **активті қатысуды, интерактивтілік пен өзара пікір алмасуды** қамтамасыз етеді, ал дәстүрлі медиа **тұрақты және сенімді ақпарат тарата алады.**

Жаңа медиада ақпарат алмасу екі жақты немесе көп жақты болады. Қолданушылар тек қабылдаушы ғана емес, жазушы, пікір қалдырушы және бөлісуші бола алады. Бүгін ғылымда жаңа брендинг атамасы да пайда болды.

Осы орында брендинг жайлы айтып өтіуге болады; Әлеуметтік желіде немесе онлайн платформаларда мыңдаған контент бар. Брендинг болса журналистің немесе теле арнаның контентін бірден тануға, және адам санасында осы компанияның имиджін толық қалыптасуына көмектеседі. Қарапайым тілмен айтқанда заманауи журналистикада тек ақпарат беру жеткіліксіз. Аудиторияның назарын ұстап қалу, сенімділікті қалыптастыру және есте қалу үшін брендинг өте қажет.

Себебі бұл тұрғыда эмоциялық байланыс болуы керек. Журналист берген жаңалық тек ақпарат емес, ал соныңмен қоса эмоция да бере алуы тийіс. Мысалы үшін, неге біз «BBC NEWS», «The New York Times», «24KZ» хабар беріуінше десе сеніміміз артады?

Себебі, сол ақпараттың, яғының ақпарат көздерінің сенімді екенін, олар жалған ақпарат таратпайтынын білеміз. Қалай білеміз дейсіз бе? Өйткені олар осы күнге дейін тек

ғана тийімді және анық ақпараттарды таратып келген соң ол бренд аттары біздің миымызға толық орналасқан.

Міне осылайынша заманауи журналистиканы үйренгенімізде «брендингті» де біз байланыстырып кетсек болады.

Сөзімізді қорытындылай келе бүгінгі күні ғылым және технология дамып келе жатқан дәуірде, оны толықтай үйреніп, бірге тығыз жұмыс жасай алсақ бұл біздің ең үлкен ұтысымыз. Біз жасанды интеллект үшін емес, жасанды интеллект біздің пайдамызға қызмет етіуіне ере алсақ ғана жаһан аренасында алға шыға аламыз. Иә қазір біз толыққанды бұл мүмкіншілікке ілесе алмай жатқан болуымыз мүмкін, бірақ тынымсыз шыққан әр бір жаңалықтан хабардар болып отырсақ «заманнан артта қалып» қоймайтынымыз анық. Осы білімдерді үйрене отырып қоғамдық мәселерді нейтралды тұрғыдан дұрыс шешілуіне себеп болатын кәсіп иесі бұл журналист екенін ұмытпауымыз керек. Көпшілік журналистті кешегі күнге дейін проблемаға емші бола алатын жан деген түсінікпен келген болса, бүгінгі күнге келіп бұл түсінік сәлде болса өзгергенін көріп отырмыз. Солай екен бұннан бұлай да заманмен тең қадам жасайтын, жаңа ғасыр адамы болып қалыптасуды қаласақ, бүгінгі күннің ақпаратынан қапы қалмау керектілігін талап етеді. Күнделікті өзгермелі технологиялық ортада журналистиканың не екенін, және оның тағдырын түсінуіміз шарт. Ол үшін біз ең алдымен Журналистиканың атқаратын функцияларын үйренуіміз керек. Халық тілінде түсіндіре кетейін: журналистика дегенде біздің көз алдымызға қыстаулы мәселелерді шешіп беретін ғылым жүйесі келеді. Журналистика ал, заманауи журналистика деп аталыушы заманауи терминді есіткеніміз, оны күнделікті қолдануымыз үшін қажеттілігі артып келеді.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

Қазақстанда жасанды интеллект және журналистика туралы зерттеулер мен іс-шаралар

1. Жасанды интеллект дәуіріндегі қазақ журналистикасының болашағы — SDU университетінің мақаласы. Бұл талқылауда жасанды интеллекттің қазақ журналистикасына ықпалы, жаңа форматтар мен оның этикалық мәселелері туралы баян етілген.

2. ҚазҰУ-да «AI MediaLab» жасанды интеллект зертханасы ашылды — ақпарат медиада ЖИ зертханасының ашылғандығы және нейрожелілерді қолдану жоспарлары туралы.

3. ЖИ MediaLab журналистика саласында алғашқы зертхана ретінде іске қосылды — бұл зертхананың мақсаты, технологиялық шешімдер мен медиа зерттеулер туралы.

4. AI MediaLab Зертханасы туралы қосымша мәлімет — ЖИ мен Big Data технологияларын біріктіру, ғалымдар мен студенттердің зерттеу мүмкіндіктері. **Ғылыми және академиялық зерттеулер (дүниежүзілік)**

5. Жасанды интеллект журналистикада: автоматтандырылған контент пен адам факторы — ғылыми мақала. Бұл зерттеу AI-дың журналистикадағы рөлін, автоматты контент пен адам факторының өзара байланысын қарастырады.

6. The impact of new technologies on journalism in the age of digital media — Қазақстанның жоғары оқу орны журналында жарияланған мақаланың қысқаша мазмұны. Ақпараттық технологиялар мен жасанды интеллект журналистикаға қалай әсер ететінін талдайды.

7. Exploring Changing Practices and Influence of Artificial Intelligence on Modern Journalism — халықаралық ғылыми зерттеу, AI-дың заманауи журналистикадағы әсерін жан-жақты талдайды.

8. AI Application in Journalism in Kazakhstan — академиялық шығарма, ЖИ-ның журналистикада қалай қолданылатынын зерттейді (мысалы, AI-Тамуз жобасы).

SDU University. (2025). *Жасанды интеллект дәуіріндегі қазақ журналистикасының болашағы*. <https://sdu.edu.kz/...>

Asanov, Қ., Madiyarova, Ж., & Siyazbaev, H. (2025). *The impact of new technologies on journalism in the age of digital media*. *Bulletin of L.N. Gumilyov ENU*. <https://doi.org/10.32523/...>

Chetouani, N. (2024). *Exploring Changing Practices and Influence of Artificial Intelligence on Modern Journalism*. *DIROSAT*. <https://doi.org/10.58355/...>