

FTAMP: 19.71

DOI: <https://doi.org/10.47344/sdubss.v59i.004>

## Қазақ медиасында жасанды интеллект құралдары арқылы оқиганы қайта жаңғырту

Данагүл Наухан

SDU University, Қаскелең, Қазақстан

email: [danagul.naukhan@sdu.edu.kz](mailto:danagul.naukhan@sdu.edu.kz)

Әлішер Алтай

SDU University, Қаскелең, Қазақстан

email: [alisher.altay@sdu.edu.kz](mailto:alisher.altay@sdu.edu.kz)

Асхат Еркімбай

SDU University, Kaskelen, Kazakhstan

email: [askhat.yerkimbay@sdu.edu.kz](mailto:askhat.yerkimbay@sdu.edu.kz)

### Аңдатпа

Бұл зерттеу онлайн қазақ медиасындағы аз талқыланатын тақырыптарды жасанды интеллект (ЖИ) көмегімен аудиторияға тиімді жеткізу жолдарын қарастырады. Зерттеудің эмпирикалық негізі ретінде «Қаңтар құрсауында» медиа жобасы таңдалды. Қаңтаршылар туралы деректер ресми баяндамалар мен ашық дереккөздер негізінде жинақталды. Материалдардың шынайылығы мәтін, аудио, фото және видео форматтарында фактчекинг әдістері арқылы тексерілді. Медиа жоба аясында жинақталған деректер негізінде аудиовизуалды реконструкция жасалып, әр бейнематериалда бір кейіпкердің оқиғасы баяндалған. Сонымен қатар, деректерге негізделген медиа жоба ұсыну үшін журналистикадағы ЖИ технологияларына және оның батыс медиаларында қолдану мысалдарына, оған қатысты зерттеушілердің еңбегі мен карама-қайшы пікірлеріне шолу жасалады. Зерттеу барысында кездескен қиындықтар мен кемшіліктер ашық көрсетіліп, алдағы зерттеулерде ескеру қажет кенестер беріледі. Мақала соңында авторлар қазақ журналистикасында генератив жасанды интеллектіні сезімтал тақырыптарды баяндауда қолданудың әлеуеті мен тәуекелдерін бағалап, ұқсас жобаларды жетілдіруге арналған практикалық ұсыныстар айтады.

**Кілт сөздер:** GenAI, жасанды интеллект, реконструкция, этика, қазақ медиасы

### Кіріспе

Қазіргі медиакеңістікте генератив жасанды интеллект журналистиканың өндірістік, визуалдық және нарративтік тәжірибесін өзгертіп отыр. Жетекші халықаралық редакциялар ChatGPT, DALL-E, Midjourney және Synthesia сияқты жүйелерді инфографика, фото, видео және жаңалық мәтіндерін даярлауда қолдана бастады. Бұл журналист пен технологияның бірлескен жұмысын күшейтті. Қазақстандық медиа кеңістікте де жасанды интеллектіні журналистикада қолдану үрдісі соңғы жылдары қарқын алып келеді, әрі алдағы уақытта бұл тенденция дамуын жалғастыра түспек (Аяпова, 2021). Бұл зерттеу жұмысы үшін 2022 жылғы Қаңтар оқиғасына қатысты дайындалған “Қаңтар құрсауында” медиа жобасы таңдап алынды. Қаңтар оқиғасы кезінде интернеттің бұғатталуы мен ресми ақпараттың үзік-үзік берілуі қоғамның сенімді дереккөздерге қолжетімділігін шектеп, оқиганы тұтас түсінуді қиындатты. Осыған сай бұл зерттеу жұмысы мынадай сұраққа жауап іздейді: генератив жасанды интеллект технологиялары ақпараттық шектеулер мен цензура жағдайында оқиганы

реконструкциялаудың жанама тәсілі бола ала ма?

Зерттеу жұмысының мақсаты – қазақ медиасында генератив жасанды интеллектті қолдану арқылы тарихи немесе әлеуметтік маңызы жоғары оқиғаларды реконструкциялаудағы артықшылықтары мен тәуекелдерін анықтау. Ғылыми жұмыстың жаңалығы үш қырынан көрінеді. Біріншіден, бұл зерттеу генератив ЖИ арқылы оқиғаны реконструкциялауды қазақ медиасы контекстінде нақты эмпирикалық кейс негізінде қарастырады. Екіншіден, зерттеу жасанды интеллект арқылы жасалған журналистік реконструкцияны этика және авторитарлық саяси жүйедегі шектеулермен байланыстыра талқылайды. Үшіншіден, жұмыс қолдану және қанағаттану теориясы мен MAIN моделіне сүйеніп, аудиторияның когнитивті және аффективті қабылдауын, технологияның нарративтік мүмкіндігін талдайды. Тақырып бойынша қолда бар зерттеулер жасанды интеллект қолданылатын журналистиканың жалпы әлеуетін, технологиялардың контентке беретін иммерсивтілігін және этикалық тәуекелдерді талқылайды (Pavlik, 2023; Simon, 2024; Diakopoulos, 2019). Козари және Круикшанк (2021) жүргізген Африкадағы редакцияларда жасанды интеллект қолдану туралы зерттеуде медиада жасанды интеллект қолдануға қатысты еңбектердің басым бөлігі батыс медиаларына негізделгені айтылады. Қазақстан контекстінде де ЖИ-дың этикалық қырларын, мүмкіндіктері мен шектеулерін қатар талдаған зерттеулер аз. Сәйкесінше бұл зерттеу осы бағытта жүйелі эмпирикалық негіз қалыптастыруға үлес қосады деп күтіледі.

## Әдебиетке шолу

XXI ғасырдың ақпараттық қоғамында жасанды интеллект технологиялары журналистиканың жаңа парадигмасын қалыптастырып отыр. Бүгінгі таңда медиаконтент өндірісі мен таратылуы автоматтандырылған жүйелер арқылы жүзеге асып, аудиториямен өзара әрекеттесу форматы түбегейлі өзгерді. Ғылыми еңбектерде «AI журналистикасы» ұғымы әртүрлі мағынада қолданылып келеді, алайда бұл термин ресми түрде бекітілмеген. Зерттеулерде «AI журналистика» түсінігіне қатысты ортақ ғылыми консенсус жоқ екені, оның мазмұны мен салдары төңірегіндегі пікірталастың әлі де жалғасып жатқаны атап өтіледі (Zhang & Pérez-Tornero, 2022). Ал кейінгі зерттеулерде генератив жасанды интеллект үлгілері «жасанды интеллект генерациялаған контент» немесе «AI-Generated Content» санатына жатқызылады. AIGC – ЖИ үлгілері арқылы кескіндер, музыка немесе табиғи тіл сияқты цифрлық контентті жасау процесі деп түсіндіріледі (Cao et al., 2023). Бұрын тек адам еңбегіне сүйеніп келген медиаконтент қазір алгоритмдер мен генератив жүйелердің көмегімен жасалып, редакциялық процестер де адам мен машинаның бірлескен жұмысына айналып келеді. Осы ретте Альфред Эрмида ЖИ-ды белгілі бір “Jobs-to-be-Done” форматындағы журналистерге көмекші болатын құрал ретінде қарастыруды ұсынады. Бұл құбылыс тек журналистиканың техникалық аспектісін ғана емес, сонымен қатар этикалық, әлеуметтік және танымдық қырларын да қайта қарауды талап етеді. Қазіргі таңда әлемдік медиаларда ChatGPT, DALL-E, Midjourney, Synthesia сияқты генератив жүйелер кеңінен қолданыла бастаған. Бұл құралдар контент өндірудегі ақпаратты өңдеу, визуалды реконструкция жасау, деректерді талдау және сторителлинг форматтарын толықтыру мүмкіндігін береді. Мысалы, The New York Times, Reuters және BBC сияқты жетекші редакциялар ЖИ көмегімен инфографика, фото және бейнелер жасау және жаңалық мәтіндерін автоматтандыру тәжірибесін енгізді. Мұндай тәсіл медианың тек мазмұндық емес, құрылымдық деңгейде де өзгеруіне ықпал етіп, журналист пен аудитория арасындағы өзара әрекеттесудің жаңа түрлерін қалыптастырып жатыр. Диакопулос (2019) ЖИ-ды журналистикадағы автоматтандырылған деректерді өңдеу, фактчекинг және

контент генерациялау үдерісін жеңілдететін құрал ретінде сипаттайды. Турман, Дёрр және Кунерт (2017) редакциялардың машиналық оқыту алгоритмдерін қайталанатын тапсырмаларды орындауға пайдалану арқылы журналистердің күрделі аналитикалық тақырыптарға көбірек назар аударуына мүмкіндік туғанын атап өтеді. Ал Нонни де ла Пеньяның (2010) зерттеулерінде иммерсивті журналистиканың басты ерекшелігі – аудиторияның оқиғаға тікелей қатысқандай әсер алуына жағдай жасау екені көрсетіледі. Иммерсивті журналистиканың жасанды интеллектпен интеграциялануы осы саланың жаңа технологиялық кезеңін айқындап отыр (Pavlik, 2023). Пайдаланылатын әдістеріне қарай жасанды интеллект қазір робот журналистикасында, дрон журналистикасы мен дата журналистикада да қолданылып жүр (Залова, 2018). London School of Economics жанындағы Polis зерттеу орталығының JournalismAI халықаралық бастамасы жасанды интеллектінің журналистикада қолданылуын 10 түрлі негізгі бағытқа бөліп көрсеткен. Олар:

- *Автоматтандыру* (генерация, персонализация, автоматтандырылған жүйе құру);
- *Журналистік зерттеуге қолдану* (көлемді деректерді талдау);
- *Архивті жандандыру* (ескі фото және видеоның сапасын түзеу, іздеу және цифрлау);
- *Аудитория қажеттілігіне жұмыс істеу* (контентті оптимизациялау, алгоритм, трендтерді анықтау);
- *Аудиториямен байланысты оңтайландыру* (paywall);
- *Фактчекинг* (верификация, автоматтандырылған фактчекинг);
- *Модерация* (пікірлерге сүзгі жасау);
- *Визуалды контент оптимизациясы* (сурет не бейнематериалдың визуалын автоматты түрде өңдеу);
- *Bias немесе бейтараптылық* (этностық, жыныстық, тілдік, гендерлік және әлеуметтік тақырыптағы дисбалансты автоматты түрде анықтау, біржақтылықтың алдын алу);
- *COVID-19 сынды дағдарыс жағдайында қолдану* (гиперлокалды деректерді жылдам өңдеу).

Дегенмен, зерттеушілер жасанды интеллектіні пайдаланудың көптеген артықшылықтарымен қатар, оның бірқатар тәуекелдері мен этикалық мәселелерін де назардан тыс қалдырмау қажеттігін атап көрсетеді. Rutgers университетінің Еуропалық зерттеулер орталығының постдокторанты Селин Бенги Гюмрюкчу (2025) Түркиядағы қатаң саяси бақылау мен цензура жағдайында жасанды интеллектінің рөлін талдайды. Автордың пайымдауы бойынша, ЖИ наразылықты білдірудің жаңа, шығармашылық құралына айналған. Мәселен, Стамбул көшелеріндегі наразылық кезінде Пикачу костюмін киген белсендінің бейнесі интернетте таралғаннан кейін, ЖИ арқылы “полициядан қашып бара жатқан алып Пикачу”, “тұтқындалған студенттерді еске алатын плакат ұстаған Пикачу” сияқты сюрреалистік бейнелер жасалды. Мұндай туындылар тікелей саяси сын болып есептелмейтіндіктен цензурадан тыс қалады. Десе де, Чесни және Цитрон (2019) мұндай генератив контенттің манипуляция мен жалған ақпарат тарату қаупі барын ескертіп, мұны демократиялық институттарға тікелей қатер ретінде сипаттайды. Ал Кристиан Тарсни (2025) осы тәуекелді азайтудың тиімді жолы ретінде “экстремал мөлдірлік” қағидасын ұстану кергін айтады: авторлар өздері қолданған модель мен промптты аудиторияға анық көрсетуі тиіс. Мысалы, 2023 жылы Норвегияның *Verdens Gang* басылымы қылмыстық істер туралы деректі бейнематериалдар сериясын әзірлеуде генератив жасанды интеллекті пайдаланған. Нейрондық желілер үлкен көлемдегі сот құжаттарын талдап, ортақ заңдылықтарды анықтауға көмектессе, синтетикалық аудио мен генерацияланған видеолар оқиғаларды көрнекі түрде ұсынуға мүмкіндік берген (Jones & Brown, 2023). Жоба авторлары бұл технологияның қылмыстық істерді қайта жаңғыртудың тиімді әрі салыстырмалы

түрде арзан нұсқасы болғанын атап өтеді (INMA, 2023). Этикалық ашықтықты сақтау мақсатында барлық материалдарда ЖИ қолданылғаны туралы арнайы белгі берілген (Nieman Lab, 2023). Бұл жоғарыда айтылған “экстремалды мөлдірлік” қағидасымен үндеседі. Хэйс және Фицпатрик (2024) генератив реконструкция нәтижесін “объектив шындық емес”, “есептерге негізделген ықтимал нұсқа” ретінде қарастыруды ұсынып, “жауапты баяндау” ұғымын алға тартады.

Деректерге негізделген визуалды сторителлинг жасауда адам мен машинаның бірлескен жұмысын зерттеген Ван және әріптестерінің (2025) қорытындысы бойынша, технологияның этикасы сияқты күрделі тақырыпты аудиторияға жеткізуде тек адамның немесе тек нейрондық жүйенің жеке-дара жұмысы жеткіліксіз. Себебі нейрондық жүйелер стандартталған және құрылымы дұрыс мәтіндер жаза алғанымен, контексті терең түсіну, дереккөздерді тексеру және моральдық құндылығын бағалау тұрғысынан шектеулі (Zhaxylykbayeva, 2025). ЖИ мен адам бірлесіп жұмыс істегенде деректерге негізделген визуалды әңгімелер тиімдірек жасалады (Li et al., 2023). Тергеу журналистикасы саласында да генератив модельдер кеңінен қолданыла бастағаны академиялық әдебиеттерде арнайы зерттелген. Стрэй (2019) машиналық оқыту мен ЖИ құралдарының тергеу журналистикасына енгізілуі деректерді өңдеу мен жасырын заңдылықтарды табуда жаңа мүмкіндіктер ашатынын дәлелдейді. Додс және әріптестері (2025) спутниктік суреттерді талдау, әскери іс-қимылдар мен экологиялық апаттарды құжаттау сияқты OSINV (open-source investigation) тәжірибелерінде ЖИ редакциялық практиканың институционалды бөлігіне айналып бара жатқанын көрсетеді. Бірақ этикалық және құқықтық тәуекелдерді ескере отырып, реконструкцияның шынайылықтан ерекшелігі бар ықтимал модель екенін аудиторияға анық көрсету маңызды деген қорытындыға келеді.

Авторитарлық саяси контексте, цензура мен ақпараттық бақылау жағдайында цифрлық құралдардың рөлін зерттеген Дал және Нисбет (2022) азаматтардың бұғатталған контентке қол жеткізу үшін шектеулерді айналып өту тәсілдерін қолданатынын жазған. Зерттеушілер интернет бастапқыда адамдарға еркін ақпарат алуға мүмкіндік беретін құрал ретінде қарастырылғанымен, уақыт өте келе билік пен азаматтар арасындағы ақпарат үшін күрестің бір бөлігіне айналғанын айтады. Дегенмен генератив жасанды интеллект болашақта цензураны айналып өтуге және балама ақпарат таратуға мүмкіндік беретін жаңа құралдардың бірі болуы ықтимал екенімен қатар, мұндай технология авторитарлық бақылаудың өзіне де қызмет етуі ықтимал деген болжам бар. Зерттеушілер синтетикалық шынайылық қоғамдық консенсусты қолдан жасап шығарудың құралына айналуы мүмкін екенін ескертеді (Ferrara, 2026).

Жалпы алғанда, зерттеулер ЖИ журналистикасының әлеуетін үш қырынан қарастырады: біріншіден, ақпарат өндірісін автоматтандыру және тиімділікті арттыру (Diakopoulos, 2019; Thurman et al., 2017); екіншіден, аудиторияның ақпаратты қабылдау мен өзара әрекет ету тәсілін өзгерту (De la Peña et al., 2010; Pavlik, 2023); (3) этикалық және құқықтық дилеммаларды шешу қажеттілігі (Hayes & Fitzpatrick, 2024).

## Теориялық негіздеме

Бұл зерттеу медиада жасанды интеллект технологияларын қолдану үрдістерін “қолдану және қанағаттану” теориясына сүйене отырып талдайды. Теория аудиторияның медианы тұтытудағы мінез-құлқын түсіндіруге бағытталған классикалық тәсілдердің бірі саналады. Элиу Катц, Джей Блумер және Майкл Гуревич ұсынған тұжырымдамаға сәйкес, аудитория медианы пассив түрде қабылдамайды, керісінше оны өз қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін белсенді

түрде өздері таңдайды (Katz, Blumler & Gurevitch, 1973). Классикалық моделде бес қажеттілік категориясы белгіленген: ақпараттық (хабардар болу), жеке тұлғалық (өзін-өзі тану, көзқарасты нығайту), әлеуметтік интеграциялық (қоғаммен байланыс), ойын-сауық және релаксация, эскапизм (шынайылықтан алшақтау).

Цифрлық және желілік медианың дамуымен теория жаңа мағына алды. Интернет ортасында адам бір мезгілде контентті өндіруші, таратушы және тұтынушы болды. Яғни «*просьюмер*» феномені қолдану және қанағаттану теориясының өзегін едәуір кеңейтті (Ruggiero, 2000). Бүгінде теория әлеуметтік медиа, стриминг, подкасттар және жасанды интеллект жүйелерін зерттеуде кеңінен қолданылады (Sundar & Limperos, 2013; Whiting & Williams, 2013). Генератив ЖИ контекстінде теория аналитикалық зерттеулерге мүмкіндік ашады. Аудитория енді дайын контентті тұтынып қана қоймай, өз сұранысына сай контент генерациялайтындықтан қажеттілікті қанағаттандыру үдерісі біртіндеп «адам және технология» деңгейіне көтерілген. Авторитарлы саяси жүйе контекстінде, цензура жағдайында, аталған теория аудиторияның неліктен баламалы жолдармен ақпарат іздейтінін, сенімді дереккөзге деген мотивін түсіндіруге мүмкіндік береді (Cao et al., 2023).

Хобс және Робертс (2018) Қытай азаматтарының VPN арқылы цензураны айналып өтуге тырысуын қолдану және қанағаттану теориясы тұрғысынан талдай отырып, мұны когнитивті автономияны сақтауға талпыныс ретінде көрсетеді. Дәл осы логика бойынша Қаңтар оқиғасын реконструкциялайтын генератив ЖИ өнімі бұл зерттеуде аудиторияның бұрмаланбаған шындыққа деген ақпараттық және психологиялық мұқтажын өтейтін құрал ретінде қарастырылды. Осы зерттеуде RunwayML және Midjourney платформаларының көмегімен синтетикалық кадрлар жасау оқиғаның эмоционалды әсерін күшейтіп, аудиторияның оқиғаға «қатысушы» ретінде енуіне жағдай жасады. Бұл қолдану және қанағаттану теориясындағы аффективті және когнитивті қажеттіліктерді өтеудің жаңа бір үлгісі ретінде сипатталды. Алайда теорияның бірқатар шектеулері де бар: теорияны сынайтын зерттеушілер оның аудиторияны тым рационалды субъект ретінде ұсынатынын, ал медиа тұтынуудағы бейсаналы немесе алгоритмдік детерминация факторларын ескермейтінін атап өтеді (Ruggiero, 2000).

Осы олқылықты толықтыру үшін зерттеуде MAIN моделі қосымша теориялық тірек ретінде қолданылады. Сундар және Лимперос (2013) ұсынған MAIN моделі ағылшынның бес бас әрпінен құралған: Modality (модалдылық), Agency (агенттілік), Interactivity (интерактивтілік) және Navigability (навигация мүмкіндігі). Модель цифрлық медиа платформаларда пайдаланушының ақпаратты қалай қабылдайтынын, сенімін, эмоциясын және мінез-құлқын осы төрт фактор арқылы түсіндіреді. Бұл факторлар адамның қабылдаған ақпаратын өңдеу тәсіліне, сенім деңгейіне және медиаға деген эмоционалды қатынасына әсер етеді.

Модалдылық ақпараттың берілу форматы мен сезімдік арналарды қамтиды (дыбыс, мәтін, сурет, видео). Генератив жасанды интеллект осы модалдылықты кеңейтіп, визуалды реконструкция арқылы аудиторияның эмоционалды әсерін күшейтеді. Синтетикалық бейнеқатармен ұсынылған реконструкция мәтіндік баяндамаға қарағанда эмоционалды серпін тудырады (Marques et al., 2023). Зерттеу барысында YouTube пен TikTok платформаларындағы кейбір көрерменнің генерацияланған бейнені нақты кадр ретінде қабылдағаны байқалды. Бұл Чесни және Цитрон (2019) сипаттаған “*deepfake dilemma*” құбылысының нақты көрінісі болды. MAIN моделі тұрғысынан қарағанда, бұл жағдай “модалдылық” компонентінің аудитория сенімін екі жақты нығайтуы да, бұзуы да мүмкін екенін көрсеті.

Агенттілік пайдаланушының медиа контентті басқару деңгейін сипаттайды. Генератив жүйелер контентті автоматты түрде өндіргенімен, соңғы нәтижені қалыптастырған негізгі агент

автордың өзі болды. Авторлар промпттарды құрастырып, визуал параметрлерін таңдап, қандай оқиғалар көрсетілетінін және олардың қалай ұсынылатынын шешкендіктен, жасанды интеллект дербес автор емес, журналистік нарративті жүзеге асыратын көмекші құрал қызметін атқарды.

Интерактивтілік аудиторияның контентпен белсенді байланысын көрсетеді. Бейнематериалдардың YouTube және TikTok платформаларында жариялануы көрермендердің пікір қалдыруына, реакция білдіруіне және контентпен өзара әрекеттесуіне, сәйкесінше, аудиторияның эмоционалдық және танымдық қажеттіліктерін өтей алуына мүмкіндік берілді.

Навигация мүмкіндігі пайдаланушының іздеу, бағыттау және құрылымдау мүмкіндігін білдіреді. Бұл зерттеуде аталған фактор аудиторияның контентті өз қалауынша тұтыну мүмкіндігінен көрінді. Аудитория бейнематериалдарды қалаған уақытта көріп, басқа дереккөздермен салыстыруға және оқиға туралы қосымша ақпарат іздеу мүмкіндігіне ие болды. Қолдану және қанағаттану теориясы аудиторияның аталған контентті қандай қажеттіліктерді өтеу мақсатында тұтынғанын түсіндіруге мүмкіндік берсе, MAIN моделі генеративті жасанды интеллектке негізделген журналистік реконструкцияның аудитория қабылдауына ықпал ететін технологиялық және коммуникативтік факторларды айқындауға мүмкіндік берді.

## Әдіснама

Бұл зерттеу практикаға бағытталған зерттеу шеңберіндегі сапалық кейс-стади тәсіліне негізделеді. Зерттеудің негізгі кейсі ретінде «Қаңтар құрсауында» медиа жобасы таңдалды. Кейс-стади нақты бір құбылысты оның табиғи контекстінде терең зерттеуге мүмкіндік береді (Yin, 2014). Осы зерттеу аясында генератив жасанды интеллект құралдарының журналистік реконструкция процесінде қолданылуы, оларды пайдалану тәжірибесі және аудиторияның қабылдауы бір медиа жоба мысалында талданды. Практикаға бағытталған зерттеу болғандықтан авторлар медиа жобаны әзірлеу процесіне тікелей қатысып, контент өндіру, жариялау және аудитория реакциясын бақылау кезеңдерін жүзеге асырды.

Ғылыми зерттеулерде кейс-стади әдісі зерттеуші шынайы өмірдегі, қазіргі кезеңге тән белгілі бір жүйені уақыт өте келе көптеген дереккөздер негізінде терең зерттейтін сапалық әдіс ретінде түсіндіріледі (Alpi & Evans, 2019). Сапалық кейс-стадидің интерпретативтік негізін қалаған Роберт Стейк бұл бағытты “кейстің мәні оның күрделілігімен, бірегейлігімен және контекстімен бірге талдануында” деп бағамдайды (Stake, 1995).

Зерттеуге арқау болған медиа жобаны даярлау үш негізгі кезеңнен тұрды:

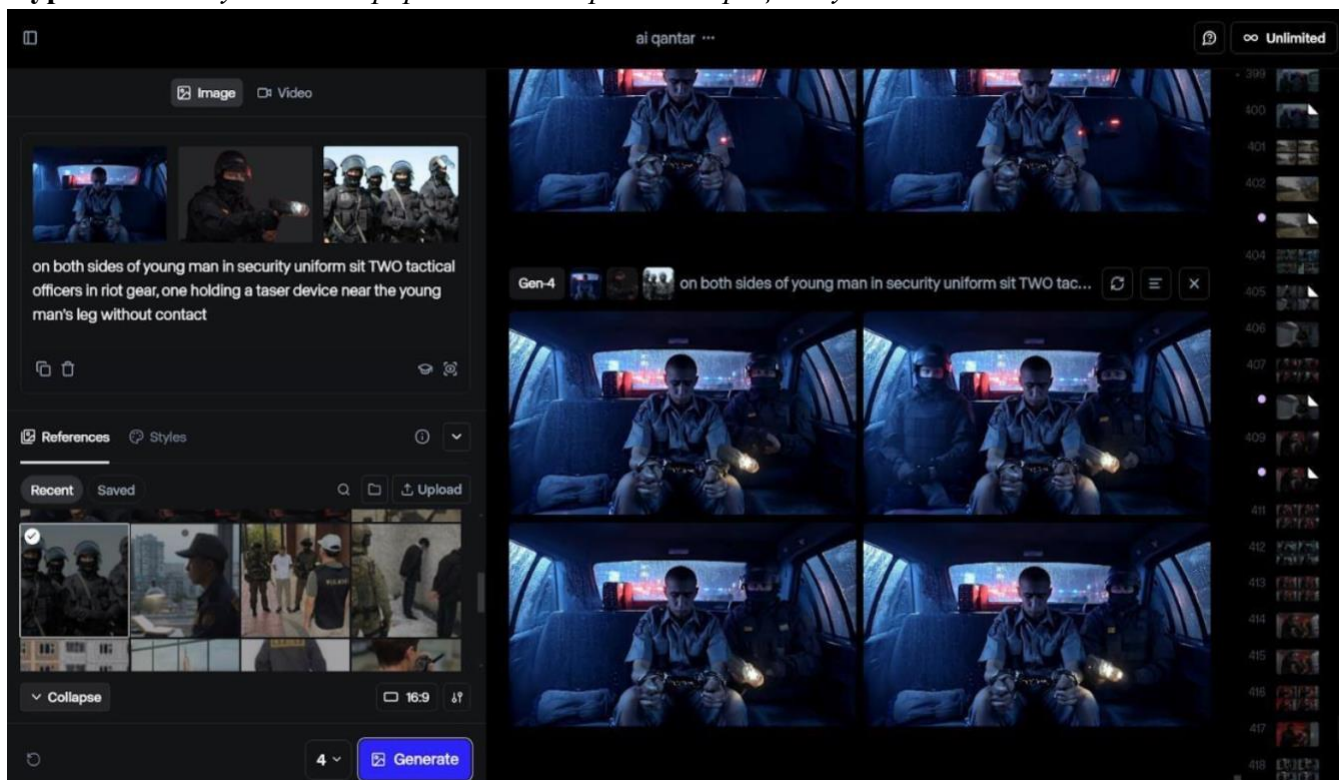
1. Теориялық және әдіснамалық дайындық кезеңі;
2. Медиа өнімді жасау және сынақтан өткізу кезеңі;
3. Нәтижелерді талдау және бағамдау кезеңі.

Бірінші кезеңде жасанды интеллекттің журналистикадағы қолданысына қатысты отандық және шетелдік ғылыми еңбектерге, сондай-ақ Freedom House, INMA, Reuters Institute және LSE JournalismAI сияқты халықаралық ұйымдардың баяндамаларына шолу жасалды. Бұл кезең зерттеудің теориялық және контекстуалдық негізін қалыптастыруға мүмкіндік берді. Сондай-ақ, медиа жобаны іске асыру барысында қолданылатын генеративті құралдардың техникалық ерекшеліктері зерттеліп, олардың функциялары мен шектеулері салыстырмалы түрде сипатталды. Осы дайындық кезеңінде жобаның концепциясын, этикалық талаптарын және техникалық параметрлері нақтылап алынды. Жобаның екінші кезеңінде оның мазмұнын нақтылау және көркемдік дәлдігін арттыруға бағытталған жұмыстар жүргізілді. Генератив контент жасау процесі үшін визуалды архивтік база құрылып, оған ашық дереккөздерден алынған, фактчекингтен өткен сенімді фотосуреттер мен видеолар енгізілді. Бұл база жасанды

интеллектің реконструкция кезінде тарихи және кеңістіктік дәлдікпен визуалды құрылым жасауына мүмкіндік берді. Бірінші кезеңде ЖИ-ға берілген нұсқаулар көбіне субъективті естеліктер мен сұхбаттарға негізделсе, екінші кезеңде нақты фото және видеоматериалдар тарихи шындықты бекіте түсті. Осы мақсатта Қаңтар оқиғасына қатысты визуалды деректер жиналып, сілтеме ретінде пайдаланылды.

Материалдар Алматы қаласында түсірілген кадрлардан алынды, себебі контексті бұлыңғыр етпеу үшін зерттеу нысаны ретінде дәл осы қала таңдалды. Архивке Аяна Ғабдуллина, Павел Михеев, Нұртай Лаханұлы сынды журналистердің және Reuters пен Azattyq Radiosy тілшілерінің фото және мақалалары енгізілді. Бұл кадрларда қала көшелері, әкімдік ғимаратының өртенуі, бейбіт тұрғындар мен күштік құрылымдар арасындағы қақтығыстар көрініс тапқан. Архив негізінде кеңістік композициясы, камера ракурсы, жарық пен түстер палитрасы анықталып, реконструкциядағы шынайылық деңгейі жоғарылады. Мысалы, әкімдік алдындағы алаңның масштабын, адамдардың қозғалысын және қар басқан көшелерді көрсету үшін нақты фотосуреттерден алынған деректер қолданылды. Генератив видео жасау барысында қолданылған Gen-4 Turbo және Gen-3 Alpha платформаларына промпт жазу кезінде архивтік суреттер көмекші құрал болды. *“Building burning slowly, wide angle shot of protestors, foggy street with riot police”* (ғимарат баяу жанып жатыр, наразылық білдірушілердің қарасы қалың, тәртіп сақшыларына толы тұманды көше) сияқты сипаттамалар визуалды фрагменттерді жылдам әрі дәл генерациялауға мүмкіндік берді.

**Сурет 1.** Runway ML платформасындағы фото генерациялау



*Ескерту.* Медиа жобаның Runway ML платформасында генерациялануы

Барлық материалдар ашық дереккөздерден алынғандықтан, авторлық құқық мәселелерін болдырмау мақсатында соңғы видеоларда фотосурет пен бейнематериал авторлары міндетті түрде көрсетілді. Яғни, оқиға желісі куәгерлердің сұхбаттары, ресми баяндамалар, ашық дереккөздердегі материалдар және хроникалық видеолар негізінде қайта құрылды. Алынған

мәтіндік, аудио және визуалды материалдар генератив нейрожелілердің көмегімен өңделіп, біріктірілді. Негізгі құрал ретінде DALL-E, Midjourney, RunwayML және Stable Diffusion жүйелері қолданылды. Әр құралдың өз ерекшелігі ескерілді. Мысалы, Midjourney визуалды көркем атмосфераны қалыптастыруда, RunwayML бейне реконструкция жасау кезінде, ал Stable Diffusion күрделі детальдарды нақтылауда пайдаланылды. Әр визуалды және аудио элемент үшін қолданылған мәтіндік промпттар, құрал түрлері және нәтижелік файлдар мұқият тіркеліп отырды. Бұл тәсіл зерттеу процесінің экстремалды мөлдірлік қағидасына сай болуын қамтамасыз етті (Tarsney, 2025). Үшінші кезеңде зерттеу тобы бейнематериалды YouTube платформасында жариялап, көрермендердің пікірлерін, реакцияларын және көру статистикасын сапалық тұрғыдан талдады. Бұл тәсіл аудиторияның когнитивті (ақпараттық) және аффективті (эмоциялық) қажеттіліктерінің өтелуін бағалауға мүмкіндік берді.

Зерттеу нысаны болған медиа жоба үш түрлі дереккөзге сүйенді: бастапқы дереккөз, қосымша дереккөз және техникалық деректер. Бастапқы дереккөздер (primary sources): Қаңтар оқиғасы кезінде және кейін жарық көрген ресми баяндамалар, тәуелсіз ақпарат көздеріндегі мәлімдемелер, куәгерлердің сұхбаттары, фото және бейнематериалдар. Бұл деректер оқиға реконструкциясының фактологиялық негізін қамтамасыз етті. Қосымша дереккөздер (secondary sources): ғылыми мақалалар, Freedom House, HWR, LSE JournalismAI сынды халықаралық ұйымдардың есептері медиа этика жөніндегі нұсқаулықтар, сондай-ақ қазақстандық және шетелдік медиа сарапшылардың пікірлері. Бұл материалдар зерттеудің контекстін кеңейтіп, медиаэтикалық өлшемдерді нақтылауға мүмкіндік берді. Техникалық деректер: генератив нейрожелілермен (DALL-E, Midjourney, RunwayML, Stable Diffusion) жасалған визуалды материалдар, олардың сипаттамалары және қолданылған промпттардың тізімі. Бұл деректер медиа өнімнің жасалу процесін талдауға және ЖИ құралдарының өнім сапасына әсерін бағалауға мүмкіндік берді.

Визуалды реконструкция жасауға Runway ML және ComfyUI жүйелері пайдаланылды. Промпттар ағылшын тілінде құрастырылды. Бұған ірі тілдік модельдер мен генеративті жүйелердің ағылшын тіліндегі сұраныстарға жоғары дәлдікпен жауап беретіні жөніндегі зерттеулер негіз болды (Dey et al., 2024). Промпттарда оқиға орны, кейіпкерлер әрекеті, атмосфералық ерекшеліктер және операторлық шешімдер сипатталды. Сонымен қатар, визуалды нәтижелердің тарихи және кеңістікке қатысты дәлдігін арттыру үшін архивтік фотосуреттер сілтеме ретінде берілді. Аудио контентті генерациялау үшін Stable Audio платформасы пайдаланылып, әйнектің сынуы, көлік қозғалысы, аяқ киімнің дыбысы сияқты элементтер дайындалды. Финалдық өңдеу Adobe Premiere Pro бағдарламасында жасалып, монтаж барысында оқиғаның тұтастығы мен баяндау логикасы сақталды. Бұл генератив жасанды интеллекттің реконструкция жасау мүмкіндіктерін тәжірибелік тұрғыдан бағалауға мүмкіндік берді.

Медиа жобада қолданылған дисклеймер мазмұны келесідей болды. “Бұл видео Қаңтар оқиғасы кезінде зардап шеккен адамдардың оқиғаларын генератив жасанды интеллект технологияларының көмегімен қайта құрастырады. Видео көркем реконструкция түрінде ұсынылады және оқиғаның әлеуметтік-психологиялық маңызын көрсетуге бағытталған. Контентті дайындау барысында ашық дереккөздерден алынған және генерацияланған фотоматериалдар пайдаланылды. Видеодағы визуалды көріністер деректілікке ұмтылғанымен, жасанды интеллект арқылы жасалғандықтан олардың шынайы оқиғалармен сәйкестігіне кепілдік берілмейді. Бейнематериалда күш қолдану, қару қолдану, ұрып-соғу сияқты зорлық көріністері кездеседі. Бұл кадрлар кей көрермендерге жағымсыз психоэмоциялық әсер етуі мүмкін екенін ескертеміз. Визуалды материалдарды жасау үшін

*Stable Diffusion және RunwayML генератив нейрожелілері қолданылды.*”

Аудитория реакциясын талдау үшін тақырыптық талдау тәсілі қолданылды (Braun & Clarke, 2006). Деректер үш категория бойынша кодталды: (1) эмоционалды реакция (лайк, эмодзи, пікір мазмұны), (2) қатысу белсенділігі (көру ұзақтығы, қайту жиілігі), (3) географиялық және демографиялық таралым. Аудитория деректерінің шектеулі сипатына байланысты талдау сипаттамалық-интерпретативтік деңгейде жүргізілді.

## Зерттеу нәтижелері

Зерттеу аясындағы медиа жоба «AIQantar» YouTube арнасында жарық көрді. Талдауларда манипуляция орын алмауы үшін арна жаңадан құрылды. 2025 жылдың маусым айында Қаңтар оқиғасының жәбірленушілерінің оқиғасын баяндайтын толыққанды үш видео және сол материалдардың негізінде 16 қысқа видео (shorts) жарияланды.

**Кесте 1.** *YouTube платформасында жарияланған генератив өнімдер туралы негізгі ақпарат*

| Видеонь атауы                       | Кейіпкер          | Ұзақтығы | Көрілім саны | Көру ұзақтығы | Трафик көзі      | Пікір |
|-------------------------------------|-------------------|----------|--------------|---------------|------------------|-------|
| «Үйден келіп, азаптауға алып кетті» | Қайсар Қауымбек   | 7:15     | 13           | 1:49 (25,3%)  | Іздеу жүйесі     | —     |
| «17 жаста қамауға алынған қаңтаршы» | Сәкен Тәліпов     | 7:08     | 82           | 2:15 (31,6%)  | Шолу функциялары | —     |
| «Қаңтарды еске салатын тұман»       | Әйгерім Ниязбаева | 7:45     | 191          | 1:29 (19,1%)  | Ұсыным жүйесі    | 😞😞😞   |

*Ескерту.* Авторлар талдау барысында дайындаған кесте

Бейнелердің қаралым саны әртүрлі болды. Зерттеу мақаласы дайындалған кезеңге дейін арнада жалпы 2000-нан астам қаралым, 11 жазылушы, 19 лайк және 1 пікір тіркелді. Аудиторияның бейнені көру ұзақтығын талдау көрермендердің назарын ұстап тұру деңгейінде айырмашылықтар бар екенін көрсетті. Үшінші бейненің орташа көру ұзақтығы 1 минут 29 секундты (19,1%), бірінші бейненікі 1 минут 49 секундты (25,3%), ал екінші бейненікі 2 минут 15 секундты (31,6%) құрады. Трафик көздерін талдау бейнелердің YouTube платформасында әртүрлі деңгейде таралғанын көрсетті. Үшінші бейнеге келушілердің 89,6%-ы YouTube-тің ұсыным жүйесі арқылы келген. Ал бірінші бейнені аудиторияның басым бөлігі іздеу жүйесі арқылы тапқан. Аудиторияның демографиялық және географиялық сипаттамалары бойынша көрермендердің басым бөлігі Қазақстаннан болғанымен, Өзбекстаннан да қаралымдар тіркелді. YouTube-та үшінші бейнеге “😞😞😞” эмодзилерден тұратын пікір қалдырылған. Бұған дейінгі зерттеулер де интерактивтіліктің аз болуы аудитория қызығушылығының жоқтығын білдірмейтінін, әсіресе қоғамдық-саяси және травмалық тақырыптарда пайдаланушылардың

пассивті тұтынуы жиі кездесетінін көрсеткен (Jenkins, 2006). Сәйкесінше, абсолютті көрсеткіштер жоғары болмаса да, бұл пікір аудиторияның мазмұнмен белгілі бір деңгейде өзара әрекеттескенін байқатты.

Ал TikTok парақшаға жарияланған бейнелердің қаралымдары 450-682 аралығында болды. Ең жоғары көрсеткіш 682 қаралымды құрады. Бұл нәтижелер қысқа форматтағы контенттің аудиторияға жылдам жету мүмкіндігі жоғары екенін аңғартады. Географиялық тұрғыдан аудиторияның басым бөлігі Қазақстаннан болғанымен, Ресей, Украина мен Қырғызстаннан да қаралымдар тіркелді. Бұл контенттің Қазақстан аудиториясымен ғана шектелмей, посткеңестік ақпараттық кеңістікке де жеткенін көрсетті. Сәкен Тәліповтің оқиғасына *«тыныш тұрмайсың ба»* деген мазмұндағы пікір аудиторияның контентті жай ғана тұтынушы емес, оқиғаға қатысты көзқарасын білдіруші ретінде қатысқанын аңғартады. Ал аудиторияның демографиялық құрылымы YouTube аудиториясынан ерекшеленеді. Мысалы, YouTube-та 35-64 жас аралығында, TikTok-та 18-24 жас аралығындағы қолданушылар басым болды. Екі платформада да ер адамдар үлесі жоғары. Бұл нәтижелер аудиторияның жас ерекшелігі мен контентті тұтыну тәжірибесі пайдаланылатын платформаға байланысты өзгеретінін айқындады. MAIN моделі тұрғысынан бағалағанда, аудиторияның платформаға байланысты ерекшеленетін демографиялық профилі «навигация мүмкіндігі» компонентінің тікелей көрінісі ретінде түсіндіріледі: пайдаланушылар контентті өзі іздеп табады (Sundar & Limperos, 2013). Жалпы алғанда, зерттеу нәтижелері болжамды тұрғыда генератив жасанды интеллект арқылы жасалған реконструкциялық бейнелердің жеке тәжірибелерді визуалды баяндаудың балама құралы бола алатынын және аудитория тарапынан эмоционалды реакция тудыру әлеуеті бар екенін көрсетеді.

Зерттеудің әдіснамалық шектеулері бірнеше факторға тәуелді болды. Біріншіден, зерттеу бір ғана медиажоба мысалында жүргізілгендіктен, алынған нәтижелерді барлық генератив журналистік жұмыстарға қатысты тікелей таңу мүмкін емес. Стэйк (1995) кейс-стади зерттеулерінің статистикалық жалпылауға емес, аналитикалық сараптауға бағытталатынын жазған. Екіншіден, генератив ЖИ құралдарының тілдік және мәдени контексті толық жеткізе алмауы мүмкін. Дэй және әріптестері (2024) жазғандай, ірі тілдік модельдер аз ресурсты тілдерде ағылшын тіліне қарағанда айтарлықтай төмен сапалы нәтиже береді. Промпттардың тек ағылшын тілінде жазылуы бұл мәселені жартылай ғана шешеді, себебі мәдени нюанстарды жеткізу мүмкіндігі белгілі бір деңгейде бәрібір шектеулі күйінде қалады. Алайда, аталған шектеулерге қарамастан, алынған тәжірибе қазақстандық медиада генератив жасанды интеллекттің қолданылу әлеуетін бағалауға және болашақ эмпирикалық зерттеулерге негіз бола алады.

## Қорытынды

Бұл зерттеу жұмысы жасанды интеллект технологияларының қазақ журналистикасындағы жаңа қолдану формаларын, соның ішінде оқиғаны реконструкциялау тәсілін қарастырды. «Қаңтар құрсауында» медиа жобасы арқылы ЖИ журналистикасының теориялық және практикалық негіздері талданып, оның әлеуметтік және кәсіби тұрғыдағы ықпалы бағаланды. Зерттеу нәтижелері жасанды интеллектіні журналистика саласында қолданудың бірнеше маңызды тұстарын айқындады. Біріншіден, генератив нейрожелілер журналистерге күрделі немесе цензураға ұшырайтын тақырыптарды визуалды тұрғыда жеткізуге мүмкіндік береді. Бұл тәсіл дәстүрлі медианың шектеулерін айналып өтіп,

аудиторияға жаңа форматтағы контент ұсынуға жағдай жасайды. Екіншіден, жасанды интеллект медиаконтент өндірісінің тиімділігін арттырады. Нақты айтсақ, фактчекинг пен сценарий жазу үдерістері оңтайланады. Автоматтандырылған бейне және сурет генерациясы арқылы визуалды материал дайындау процесі тезірек жүреді. Үшіншіден, ЖИ құралдарының кеңеюі журналистиканың кәсіби және этикалық стандарттарына жаңа талаптар қойып отыр. Аудитория медиаконтентті тұтыну барысында когнитивті (білім алу, түсіну) және аффективті (сезіну, эмоциялық әсер алу) қажеттіліктерін өтей отырып, генератив контент арқылы жаңа эмоциялық тәжірибе алады. Ал қолдану және қанағаттану теориясы тұрғысынан қарағанда, тұтынушы медианы белсенді түрде өз қажеттілігін қанағаттандыру үшін таңдайды (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974). Сонымен қатар, зерттеу жұмысы журналистикадағы цифрлық трансформацияны сипаттау үшін MAIN моделі (modality, agency, interactivity, navigability) компоненттерін қолданды. Бұл компоненттер қазақ медиасындағы цифрлық журналистиканың даму тенденцияларын теориялық тұрғыдан кеңірек сипаттауға мүмкіндік берді.

Этикалық тұрғыдан алғанда, зерттеу нәтижелері көрерменнің сенімін сақтау үшін “экстремалды мөлдірлік” принципін ұстанудың маңызын көрсетті. Генератив контентпен жұмыс істейтін журналистер мен редакциялар көрерменге контенттің қалай жасалғанын, қандай құралдар қолданылғанын ашық көрсеткені жөн. Бұл аудиториямен сенімді қарым-қатынас орнатуға және манипуляция қаупін азайтуға көмектеседі. Яғни, технологиялық инновацияны жұмыс процесіне енгізбей тұрып, алдымен кәсіби және этикалық бағыттың анықталғаны дұрыс. Қазақстан медиасында жасанды интеллектіні қолдану инновациялық бағыт ретінде жаңадан қалыптасуда. Ол журналистерге әлеуметтік шектеулер жағдайында да қоғамдық пікір қалыптастыру, азаматтық дискурсты кеңейту және оқиғаларды альтернативті форматта баяндау мүмкіндігін ұсынады. Дегенмен, бұл технологияның этикалық, құқықтық және кәсіби салдарын ескеріп отыру маңызды. Атап айтқанда, генератив контенттің шынайылығы, авторлық құқық мәселелері, деректердің дербестігі және аудиторияны жаңсақ бағытқа бұру қаупі бары басты назарда болуы тиіс.

Зерттеу нәтижесінде авторлар төмендегідей ұсыныстарды алға тартады.

*Этикалық стандарттарды жетілдіру.* Генератив контентті пайдалану кезінде бірыңғай кәсіби ережелер мен дисклеймер үлгісін бекіту маңызды. Бұл аудиторияға контенттің қалай жасалғаны, қандай құралдар қолданылғаны және визуалды немесе мәтіндік реконструкциялардың нақты деңгейі туралы ақпарат беруге мүмкіндік жасайды. Мұндай стандарттар журналистикадағы жасанды интеллект қолданылуына қатысты сенімділік пен ашықтықты арттырып, манипуляция қаупін азайтады.

*Журналистердің цифрлық сауаттылығын арттыру.* Университеттер мен редакциялар деңгейінде «ЖИ қолданылатын журналистика» бағытында арнайы оқу модульдерін енгізу ұсынылады. Бұл сала мамандарына генератив нейрожелілерді кәсіби тұрғыдан пайдалану, этикалық нормаларды сақтау және аудиториямен сенімді қарым-қатынас орнату мүмкіндігін береді. Сонымен қатар, білім беру бағдарламалары жасанды интеллектінің техникасы мен оның журналистикадағы қолданылуын терең түсінуге көмектеседі.

*Ғылыми зерттеулерді кеңейту.* Қазақстандық контексте ЖИ қолданылатын журналистиканы жүйелі түрде зерттеу, оның аудиторияның қабылдауына, медиаға деген сенімге және қоғамдық дискурсқа әсерін нақты индикаторлар бойынша талдау қажет. Мұндай зерттеулер нейрондық желілерді қолдану тәжірибесінің тиімділігін бағалап, оның әлеуметтік әсерін ғылыми тұрғыдан негіздеуге мүмкіндік береді.

*Мәдени және тілдік бейімдеу.* Қазақ тілді медиада ЖИ құралдарын жергілікті мәдени контекст пен тілдік ерекшелікке сәйкестендіру маңызды. Бұл контенттің аудиторияға

қолжетімділігін, түсініктілігін және эмоционалды әсерін реттейді. Жергілікті мәдениетке сай бейімделген материалдар аудиторияның қызығушылығын және сенімін күшейтеді.

*Кросс-секторлық ынтымақтастық.* Медиаменеджерлер, IT-инженерлер және құқықтанушылардың бірлескен жобалары ЖИ қолданылатын журналистиканың сапалы әрі қауіпсіз дамуына ықпал етеді. Мұндай ынтымақтастық технологиялық, заңнамалық және этикалық аспектілерді тең дәрежеде қарастыруға мүмкіндік береді.

Қорытындылай келе, жасанды интеллект қазақ журналистикасының жаңа кезеңін бастап берді. Ол медианың техникалық әлеуетін арттырып қана қоймай, ақпаратты қайта баяндау мен ұсыну мәдениетін өзгертуге қауқарлы. Ұсынылған шаралар ЖИ технологияларын этикалық әрі әлеуметтік тұрғыда жауапты қолдануға бағытталады. Бұл ұсыныстар болашақтағы ғылыми және практикалық талқылауларға нақты негіз қалдырып, қазақ журналистикасының инновациялық дамуындағы жаңаша зерттеулерге бастама береді деп күтіледі.

## Пайдаланылған әдебиеттер

- Аяпова, Ч. М. (2021). Зарубежные и казахстанские медиа об использовании искусственного интеллекта в журналистике. *Вестник КазНУ. Серия Журналистики*, 60(2), 95–104. <https://doi.org/10.26577/HJ.2021.v60.i2.10>
- Залова, С. М. (2022). Журналистика, основанная на технологиях искусственного интеллекта. *Известия Южного федерального университета. Филологические науки*, 26(3), 184–195. <https://doi.org/10.18522/1995-0640-2022-3-184-195>
- Alpi, K. M., & Evans, J. J. (2019). Distinguishing case study as a research method from case reports as a publication type. *Journal of the Medical Library Association*, 107(1), 1–5. <https://doi.org/10.5195/jmla.2019.615>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Cao, Y., Li, S., Liu, Y., Yan, Z., Dai, Y., Yu, P. S., & Sun, L. (2023). A comprehensive survey of AI-generated content (AIGC): A history of generative AI from GAN to ChatGPT (arXiv:2303.04226). *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2303.04226>
- Chesney, R., & Citron, D. K. (2019). Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security. *California Law Review*, 107(6), 1753–1820. <https://doi.org/10.15779/Z38RV0D15J>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dal, A., & Nisbet, E. C. (2022). Walking through firewalls: Circumventing censorship of social media and online content in a networked authoritarian context. *Social Media + Society*, 8(4), 1–13. <https://doi.org/10.1177/20563051221137738>
- De la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Giannopoulos, E., Pomés, A., Spanlang, B., Friedman, D., Sanchez-Vives, M. V., & Slater, M. (2010). Immersive journalism: Immersive virtual reality for the first-person experience of news. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 19(4), 291–301. [https://doi.org/10.1162/PRES\\_a\\_00005](https://doi.org/10.1162/PRES_a_00005)
- Dey, K., Tarannum, P., Hasan, M. A., Razzak, I., & Naseem, U. (2024). Better to ask in English: Evaluation of large language models on English, low-resource and cross-lingual settings (arXiv:2410.13153). *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2410.13153>
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the News: How Algorithms are Rewriting the Media*. Harvard University Press.
- Dodds, T., van der Velden, L., Torres, G., El-Masri, A., Reese, S. D., Fiorella, G., Row Farr, R. A., Ivens, G., & Kotišová, J. (2025). On the institutionalization of OSINV in journalistic practice. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/10776990251334382>
- Eskiadi, I. G., & Panagiotou, N. (2025). Virtual production in news media: Transforming storytelling, audience engagement, and ethical practices in the digital age. *Convergence*, 32, 390–409. <https://doi.org/10.1177/13548565251393886>
- Gümrükçü, S. B. (2025, June 18). Artificial intelligence-based aesthetics of dissent in Turkey. *Public Seminar*. <https://publicseminar.org/2025/06/turkey-protesters-using-ai/>
- Hayes, P., & Fitzpatrick, N. (2024). Narrativity and responsible and transparent AI practices. *AI & Society*, 40(2), 605–625. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01881-8>
- Hermida, A. (2024). From automata to algorithms: A jobs-to-be-done approach to AI in journalism. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30(3), 671–675. <https://doi.org/10.5209/emp.97746>

- Hobbs, W. R., & Roberts, M. E. (2018). How sudden censorship can increase access to information. *American Political Science Review*, 112(3), 621–636. <https://doi.org/10.1017/S0003055418000084>
- Jin, Y., Chandra, M., Verma, G., Hu, Y., De Choudhury, M., & Kumar, S. (2024). Better to ask in English: Cross-lingual evaluation of large language models for healthcare queries. In *Proceedings of the ACM Web Conference 2024* (pp. 2627–2638). ACM. <https://doi.org/10.1145/3589334.3645643>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kothari, A., & Cruikshank, S. A. (2021). Artificial intelligence and journalism: An agenda for journalism research in Africa. *African Journalism Studies*, 43, 17–33. <https://doi.org/10.1080/23743670.2021.1999840>
- Li, H., Wang, Y., Liao, Q. V., & Qu, H. (2023). Why is AI not a panacea for data workers? An interview study on human-AI collaboration in data storytelling. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2304.08366>
- Pavlik, J. V. (2023). Collaborating with ChatGPT: Considering the implications of generative artificial intelligence for journalism and media education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 78(1), 84–93. <https://doi.org/10.1177/10776958221149577>
- Roberts, M. E. (2018). *Censored: Distraction and diversion inside China's Great Firewall*. Princeton University Press.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication and Society*, 3(1), 3–37. [https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301\\_02](https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02)
- 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](https://www.cjr.org/tow_center_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php)
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Stray, J. (2019). Making artificial intelligence work for investigative journalism. *Digital Journalism*, 7(8), 1076–1097. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1630289>
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>
- Tarsney, C. (2025). Deception and manipulation in generative AI. *Philosophical Studies*, 182(7), 1865–1887. <https://doi.org/10.1007/s11098-024-02259-8>
- Thurman, N., Dörr, K., & Kunert, J. (2017). When reporters get hands-on with robo-writing: Professionals consider automated journalism's capabilities and consequences. *Digital Journalism*, 5(10), 1240–1259. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1289819>
- VG launches true crime series, uses AI to animate re-enactments of actual events. (2023). *Nieman Lab*. <https://www.inma.org/blogs/video-innovations/post.cfm/vg-launches-true-crime-series-uses-ai-to-animate-re-enactments-of-actual-events>
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods* (5th ed.). SAGE Publications.
- 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*.

<https://doi.org/10.3390/journalmedia6030105>

Zhang, W., Pérez Tornero, J. M., & Tian, Q. (2023). Dissecting automated news production from a transdisciplinary perspective: Methodology, linguistic application, and narrative genres. *SAGE Open*, 13(4), 1–12. <https://doi.org/10.1177/21582440231206372>

## References

- Alpi, K. M., & Evans, J. J. (2019). Distinguishing case study as a research method from case reports as a publication type. *Journal of the Medical Library Association*, 107(1), 1–5. <https://doi.org/10.5195/jmla.2019.615>
- Ayapova, Ch. M. (2021). *Zarubezhnye i kazakhstanskije media ob ispolzovanii iskusstvennogo intellekta v zhurnalistike* [Foreign and Kazakhstani media on the use of artificial intelligence in journalism]. *KazNU Bulletin. Journalism Series*, 60(2), 95–104.. <https://doi.org/10.26577/HJ.2021.v60.i2.10>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Cao, Y., Li, S., Liu, Y., Yan, Z., Dai, Y., Yu, P. S., & Sun, L. (2023). A comprehensive survey of AI-generated content (AIGC): A history of generative AI from GAN to ChatGPT (arXiv:2303.04226). *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2303.04226>
- Chesney, R., & Citron, D. K. (2019). Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security. *California Law Review*, 107(6), 1753–1820. <https://doi.org/10.15779/Z38RV0D15J>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dal, A., & Nisbet, E. C. (2022). Walking through firewalls: Circumventing censorship of social media and online content in a networked authoritarian context. *Social Media + Society*, 8(4), 1–13. <https://doi.org/10.1177/20563051221137738>
- De la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Giannopoulos, E., Pomés, A., Spanlang, B., Friedman, D., Sanchez-Vives, M. V., & Slater, M. (2010). Immersive journalism: Immersive virtual reality for the first-person experience of news. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 19(4), 291–301. [https://doi.org/10.1162/PRES\\_a\\_00005](https://doi.org/10.1162/PRES_a_00005)
- Dey, K., Tarannum, P., Hasan, M. A., Razzak, I., & Naseem, U. (2024). Better to ask in English: Evaluation of large language models on English, low-resource and cross-lingual settings (arXiv:2410.13153). *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2410.13153>
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the News: How Algorithms are Rewriting the Media*. Harvard University Press.
- Dodds, T., van der Velden, L., Torres, G., El-Masri, A., Reese, S. D., Fiorella, G., Row Farr, R. A., Ivens, G., & Kotišová, J. (2025). On the institutionalization of OSINV in journalistic practice. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/10776990251334382>
- Eskiadi, I. G., & Panagiotou, N. (2025). Virtual production in news media: Transforming storytelling, audience engagement, and ethical practices in the digital age. *Convergence*, 32, 390–409. <https://doi.org/10.1177/13548565251393886>
- Gümrükçü, S. B. (2025, June 18). Artificial intelligence–based aesthetics of dissent in Turkey. *Public*

- Seminar. <https://publicseminar.org/2025/06/turkey-protesters-using-ai/>
- Hayes, P., & Fitzpatrick, N. (2024). Narrativity and responsible and transparent AI practices. *AI & Society*, 40(2), 605–625. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01881-8>
- Hermida, A. (2024). From automata to algorithms: A jobs-to-be-done approach to AI in journalism. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30(3), 671–675. <https://doi.org/10.5209/emp.97746>
- Hobbs, W. R., & Roberts, M. E. (2018). How sudden censorship can increase access to information. *American Political Science Review*, 112(3), 621–636. <https://doi.org/10.1017/S0003055418000084>
- Jin, Y., Chandra, M., Verma, G., Hu, Y., De Choudhury, M., & Kumar, S. (2024). Better to ask in English: Cross-lingual evaluation of large language models for healthcare queries. In *Proceedings of the ACM Web Conference 2024* (pp. 2627–2638). ACM. <https://doi.org/10.1145/3589334.3645643>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kothari, A., & Cruikshank, S. A. (2021). Artificial intelligence and journalism: An agenda for journalism research in Africa. *African Journalism Studies*, 43, 17–33. <https://doi.org/10.1080/23743670.2021.1999840>
- Li, H., Wang, Y., Liao, Q. V., & Qu, H. (2023). Why is AI not a panacea for data workers? An interview study on human-AI collaboration in data storytelling. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2304.08366>
- Pavlik, J. V. (2023). Collaborating with ChatGPT: Considering the implications of generative artificial intelligence for journalism and media education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 78(1), 84–93. <https://doi.org/10.1177/10776958221149577>
- Roberts, M. E. (2018). *Censored: Distraction and diversion inside China's Great Firewall*. Princeton University Press.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication and Society*, 3(1), 3–37. [https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301\\_02](https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02)
- 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](https://www.cjr.org/tow_center_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php)
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Stray, J. (2019). Making artificial intelligence work for investigative journalism. *Digital Journalism*, 7(8), 1076–1097. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1630289>
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>
- Tarsney, C. (2025). Deception and manipulation in generative AI. *Philosophical Studies*, 182(7), 1865–1887. <https://doi.org/10.1007/s11098-024-02259-8>
- Thurman, N., Dörr, K., & Kunert, J. (2017). When reporters get hands-on with robo-writing: Professionals consider automated journalism's capabilities and consequences. *Digital Journalism*, 5(10), 1240–1259. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1289819>
- VG launches true crime series, uses AI to animate re-enactments of actual events. (2023). *Nieman Lab*. <https://www.inma.org/blogs/video-innovations/post.cfm/vg-launches-true-crime-series-uses-ai-to-animate-re-enactments-of-actual-events>
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369.

<https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>

Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods* (5th ed.). SAGE Publications.

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*.

<https://doi.org/10.3390/journalmedia6030105>

Zhang, W., Pérez Tornero, J. M., & Tian, Q. (2023). Dissecting automated news production from a transdisciplinary perspective: Methodology, linguistic application, and narrative genres. *SAGE Open*, 13(4), 1–12. <https://doi.org/10.1177/21582440231206372>

Zalova, S. M. (2022). *Zhurnalistika, osnovannaya na tekhnologiyakh iskusstvennogo intellekta* [Journalism based on artificial intelligence technologies]. *Bulletin of the Southern Federal University. Philological Sciences*, 26(3), 184–195. <https://doi.org/10.18522/1995-0640-2022-3-184-195>

IRSTI: 19.71

## Event Reconstruction in Kazakh Media Using Artificial Intelligence Tools

Danagul Naukhan

SDU University, Kaskelen, Kazakhstan

email: [danagul.naukhan@sdu.edu.kz](mailto:danagul.naukhan@sdu.edu.kz)

Alisher Altay

SDU University, Kaskelen, Kazakhstan

email: [alisher.altay@sdu.edu.kz](mailto:alisher.altay@sdu.edu.kz)

Askhat Yerkimbay

SDU University, Kaskelen, Kazakhstan

email: [askhat.yerkimbay@sdu.edu.kz](mailto:askhat.yerkimbay@sdu.edu.kz)

### Abstract

This study explores ways of effectively presenting underreported topics in Kazakhstani online media through the use of AI technologies. The media project «*Qañtar qursaýynda*» was selected as the empirical basis of the research. Information about the victims of the January Events was collected from official reports and open sources. The authenticity of the materials was verified through fact-checking procedures applied to textual, audio, photographic, and video content. Based on the collected data, an audiovisual reconstruction was produced, with each video focusing on the experience of a single participant. The study also reviews the application of artificial intelligence in journalism, examples of its use in Western media, as well as scholarly research and critical perspectives on the topic. In addition, the challenges and limitations encountered during the project are discussed, and recommendations for future research are provided. Finally, the authors assess the potential and risks of using generative artificial intelligence to cover sensitive topics in Kazakh journalism and offer practical recommendations for improving similar projects.

**Keywords:** GenAI, artificial intelligence, reconstruction, ethics, Kazakh media

МРНТИ: 19.71

## Реконструкция событий с использованием инструментов искусственного интеллекта в казахстанских медиа

Наухан Данагуль  
SDU University, Каскелен, Казахстан  
email: [danagul.naukhan@sdu.edu.kz](mailto:danagul.naukhan@sdu.edu.kz)

Алтай Әлішер  
SDU University, Каскелен, Казахстан  
email: [alisher.altay@sdu.edu.kz](mailto:alisher.altay@sdu.edu.kz)

Еркімбай Асхат  
SDU University, Каскелен, Казахстан  
email: [askhat.yerkimbay@sdu.edu.kz](mailto:askhat.yerkimbay@sdu.edu.kz)

### Аннотация

Данное исследование рассматривает способы эффективного представления аудитории малообсуждаемых тем в казахстанских онлайн-медиа с помощью ИИ. В качестве эмпирической основы исследования был выбран медиапроект «Қаңтар құрсауында». Данные о жертвах Январских событий были собраны на основе официальных отчетов и открытых источников. Достоверность материалов проверялась с использованием методов фактчекинга в текстовом, аудио, фото и видеоформатах. На основе собранных данных в рамках медиапроекта была создана аудиовизуальная реконструкция, при этом каждый видеоматериал рассказывал историю одного героя. Также, для реализации медиапроекта проводится обзор технологий искусственного интеллекта в журналистике, примеров их применения в западных медиа, а также научных работ и дискуссионных мнений исследователей по данной теме. В работе также открыто рассматриваются возникшие трудности и недостатки проекта, а также предлагаются рекомендации, которые следует учитывать в будущих исследованиях. В заключение авторы оценивают потенциал и риски использования генеративного искусственного интеллекта для освещения чувствительных тем в казахстанской журналистике и предлагают практические рекомендации по совершенствованию подобных исследований.

**Ключевые слова:** GenAI, искусственный интеллект, реконструкция, этика, казахстанские медиа.

*Келіп түсті: 11 маусым, 2026 жыл  
Қабылданды: 27 маусым, 2026 жыл*