

мировой арене. Она охватывает культурные, образовательные, экономические и гуманитарные аспекты, создавая гармоничный комплекс инструментов для воздействия на других политических акторов. Создание привлекательности страны для достижения внешнеполитических интересов являются основой данной концепции. Именно ее многогранность и многовекторность подчеркивают особую привлекательность подхода.

Мягкая сила особенно актуальна в условиях глобализации, когда ключевую роль играют информационные потоки. Эффективное использование СМИ и цифровых платформ способствует лучшему воздействию на массы и достижению основных целей стратегии. Результативное применение политических инструментов мягкой силы может способствовать обеспечению множества задач, начиная от национальных интересов, заканчивая созданием более стабильного и гармоничного миропорядка, не затрагивая инструменты «жесткой силы».

Список используемой литературы

1. Nye J. S. *Soft Power: The Means To Success in World Politics*. New York, 2004
2. Русакова О. Ф. Концепт «мягкой» силы (soft power) в современной политической философии // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2010. Вып. 10. С. 174
3. Харитоновна, Е. М. «Мягкая сила» во внешней политике государства: опыт Великобритании (вторая половина 1990-х – 2010-е гг.) – Москва, 2017. – 216 с.
4. Сухарев А.И. Политическое становление субъектов сетевых гуманитарных взаимодействий в международных отношениях глобального мира – Москва, 2011. – 51 с.
5. Леонова О.Г. Мягкая сила – ресурс внешней политики государства // Обозреватель – Observer. 2013. № 4. С. 29-32.
6. Радиков И., Лексютина Я. «Мягкая сила» как современный атрибут великой державы // Мировая экономика и международные отношения, 2012, № 2, с. 19-26.
7. Holik G.G. Paper Tiger? Chinese Soft power in East Asia // *Political Science Quarterly*. Summer 2011. Vol. 126. № 2. P. 223-254.
8. Екатерина Шульман: Казахстан – Золотая точка равновесия / SöZ Astana Public Talk [видеозапись] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dR9A9OjoPZM>

ПОДСЕКЦИЯ 13.2. ЖУРНАЛИСТИКА / ЖУРНАЛИСТИКА

ӘОЖ 070(574.22)

ЖУРНАЛИСТИКАДАҒЫ ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТ ЭТИКАСЫ: ҚИЫНДЫҚТАР МЕН МҮМКІНДІКТЕР

Алиева Айзере Данияровна

ajzerealieva@gmail.com

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Журналистика және саясаттану

факультетінің 1 курс студенті, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – А.Умбетова

Аннотация: Бұл мақалада журналистикадағы жасанды интеллект (ЖИ) этикасын зерттеуге арналған ғылыми зерттеу жұмысы келтірілген. Негізгі мәселелер мен қиындықтар қарастырылады және осы салада ЖИ-ні қолданудың этикалық принциптері мен нормативтік негіздері ұсынылады. Технологиялық шешімдер талқыланады, сондай-ақ

даму мүмкіндіктері мен перспективалары ерекшеленеді. Қорытынды бөлімінде этикалық және нормативтік негіздерді одан әрі дамытуға арналған ұсыныстар бар.

Кілт сөздер: оқырман, интеллект, сауалнама, журналистика, технология, этика, қағида.

Қазіргі ХХІ ғасырда ақпарат құралдары жаңа цифрлық технологияларға көшіп жатыр. Әлеуметтік желілер мен қосымшалар арқылы лезде ақпарат таратуға болады. Сол себепті ақпарат саласында жұмыс істейтін әрбір маманның цифрлық тұрғыда сауатты болуы маңызды. Оқырман мен көрерменге ақпарат тарату жолында жаңа мүмкіндерді игеру үшін цифрлық технологияларды меңгерген журналистерге сұраныс арта түсуде. Дамыған заман ағымында журналистикаға жасанды интеллект осылайша көмекке келді. Жасанды интеллект кең көлемдегі ақпаратты сараптауға, және талдауға тез қол ұшын береді. Болашақта жасанды интеллекттің тек ақпарат сараптауда ғана емес, ақпаратты медиа-платформаларда таратуда көмегі тиері анық. Қазірдің өзінде елімізде белгілі бағдарламалардың түсірілімі барысында роботтар іске қосылуда. Негізгі мәселеге көшпес бұрын, осы тақырыпты зерттеу барысында ЕҰУ-нің Журналистика және саясаттану факультетінің студенттерінен алынған сауалнама нәтижесін қарастырайық.

1 кесте. ЕҰУ, ЖЖСФ студенттерінен алынған сауалнама нәтижесі

Сұрақ	Иә	Жоқ	Сенімді емеспін
Жасанды интеллект журналистиканың болашағына айтарлықтай әсер етеді деп ойлайсыз ба?	40	8	2
Сіз жасанды интеллект жұмысының негізгі қағидаларымен таныссыз ба?	25	20	5
Сіз өзіңіздің болашақ журналистік тәжірибеңізде жасанды интеллект құралдарын үйренуге және қолдануға дайынсыз ба?	35	10	5
Журналистикада жасанды интеллектті қолдану этикасы журналистикада міндетті пән ретінде оқытылуы міндетті болуы шарт па?	30	15	5

Жасанды интеллект (ЖИ) жетістіктері журналистерге деректерді талдау, мазмұн жасау және аудиториямен өзара әрекеттесу үшін жаңа мүмкіндік сыйлағанымен, журналистикада жасанды интеллектті еңсеру барысында этикалық қиындықтар туындайды. Бұл мақалада біз журналистер жасанды интеллектті пайдалану аясындағы негізгі мәселелерді, сондай-ақ осы мәселелерді шешу мүмкіндіктерін қарастырамыз. [1]

Бірінші ең күрделі мәселе – жалған жаңалықтарды жасау және тарату үшін ЖИ алгоритмдерін пайдалану мүмкіндігі. Автоматтандырылған жүйелерде белгілі бір ақау

пайда болған жағдайда, жалған ақпараттың таралуы және де журналистика саласына деген сенімсіздік тууы мүмкін. Тағы бір маңызды мәселе – ақпараттық кеңістіктің бұрмалануы және әлеуметтік үдерістерге қауіп төнуі. Жаңалықтарды іріктеу кезеңінде орын алған қателік теріс көзқарасқа және қоғамдық пікірді бұрмалауға әкелуі мүмкін. Құпиялылық пен деректер қауіпсіздігі мәселелері де журналистикада жасанды интеллектті қолдануда маңызды рөл атқарады. Пайдаланушылар туралы деректердің үлкен көлемін жинау және талдау олардың құпиялылығының бұзылуына, сондай-ақ жеке ақпараттың таралып кетуіне әкелуі мүмкін.

Осы қиындықтарды еңсеру үшін журналистикадағы ЖИ қолданудың этикалық қағидаларын сақтау маңызды. Бұл қағидаларға ақпараттың объективтілігі мен сенімділігі, алгоритмдерді пайдалану мен мәліметтерді жинаудағы ашықтық қағидасы, пайдаланушылардың жеке өміріне қол сұқпау жөніндегі қағидаларға негізделген. Сондай-ақ журналистикада ЖИ-ні қолдануды тәуелсіз бағалау мен қадағалауды қамтамасыз ету маңызды. [2]

Бұл редакциялар мен алгоритмдерді қадағалайтын тәуелсіз органдар құруды және кемсітушілікке ұшырады деп есептейтін пайдаланушылар үшін шағымдарды қарау механизмдерін әзірлеуді қамтиды.

Журналистикада ЖИ-ні этикалық пайдалануды қамтамасыз ету үшін технологиялық шешімдер мен басқару тетіктерін әзірлеу және қолдану да маңызды. Бұған жалған жаңалықтарды танытын және сүзетін алгоритмдерді әзірлеу, сондай-ақ жаңалықтардағы біржақтылық анықтап, жою мүмкіндігі қарастырылған жөн. Сондай-ақ журналистер мен басқа да жаңалық мүдделі тараптардың жасанды интеллектті этикалық және жауапкершілікпен пайдалануды үйренуін қамтамасыз ету маңызды. Барлық қиындықтарға қарамастан, жасанды интеллектті журналистикада қолдану бірқатар мүмкіндіктер береді. Бұған күнделікті тапсырмаларды автоматтандыру, аудиторияға арналған мазмұнды жекелендіруді жақсарту және чат-боттар мен виртуалды көмекшілер сияқты оқырмандармен әрекеттесу үшін жаңа құрылғыларды әзірлеу арқылы журналистердің қызметін тиімді ету қарастырылады.

«Болашақта жасанды интеллект журналистика саласында үлкен рөл атқаруы мүмкін, бірақ оның журналистика ғалымдарының орнын толығымен алмастыратынын айту қиын. Жасанды интеллект жаңалықтар мазмұнын құру, деректерді талдау, есептер жазу сияқты қайталанатын және жалықтыратын тапсырмаларды автоматтандыруы мүмкін. Ол ақпаратты тезірек алуға және аналитика жасау үшін үлкен деректерді талдауды және машиналық оқыту алгоритмдерін қолдана алады. Алайда, журналистердің рөлі жаңалықтар мен ақпарат беру ғана емес, сонымен қатар терең білімге, сыни ойлауға және адамның эмоциясын түсіну қабілетіне ие. Олар сұхбат, тергеу мен талдау арқылы толық, объективті және тереңірек есептер бере алады. Журналист репортаждардың дәлдігін, сенімділігін және бейтараптығын қамтамасыз ету және редакциялау үшін этикалық өлшемдерін, кәсіби әдеп қағидаларын қолдана алады.

Осылайша, жасанды интеллект технологиясы журналистика саласында маңызды рөл атқаруы мүмкін болса да, журналистердің кәсіби білімі, пайымдауы және адамның эмоционалды сипаттамалары әлі де қажет. Болашақта жасанды интеллект және журналистика мамандары бір-бірімен ынтымақтасып, технология арқылы жан-жақты ақпараттарды беруі ықтимал».[3]

Журналистикада жасанды интеллектті пайдалану жаңа мүмкіндіктер ашады, сонымен қатар күрделі этикалық қиындықтарды тудырады. ЖИ-ні этикалық және жауапты пайдалануды қамтамасыз ету үшін этикалық принциптер мен нормативтік базаларды әзірлеу және сақтау, сондай-ақ технологиялық шешімдер мен басқару құралдарын қолдану маңызды. Тек осылай ғана журналист мамандығына деген сенімнің сақталуын және цифрлық ақпараттық кеңістіктегі ақпараттың сенімділігі мен объективтілігін қамтамасыз ете аламыз.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Р.С. Жақсылықбаева, Журналист этикасы: оқу құралы - Алматы, 2013.
2. Nicholas Diakopoulos, Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media
3. ChatGPT мен журналистика.
4. А.Ж. Асамбаев Жасанды интеллект негіздері: Оқулық. Алматы, ЖШС РПБК «Дәуір» 2011 ж. – 136 б.
5. Люгер Д. Искусственный интеллект: стратегии методы решения сложных проблем. – М.: «Вильямс», 2003. – 864 б.

УДК 070:347.7

Президент Қасым-Жомарт Тоқаевтың ақпарат кеңістігіндегі медиаобразы мен имиджі

Амангелдіқызы Ғалия
221308013@sdu.stu.edu.kz

Сүлейман Демирел университетінің ІІ курс магистранты,
Қаскелең, Қазақстан.

Ғылыми жетекші – МА.аға оқытушы., Бердақ Байымбетов

Аңдатпа

Ғылыми зерттеу жұмысымыз тың. Оның басты кейіпкері Қазақстан Республикасының Президенті Қасым-Жомарт Тоқаев. Бұл тұлғаның басты ассоциациясы қарапайымдылық, білікті дипломат, полиглот, құпиялық. Құпия деп отырғанымыз Тоқаев туралы мәлімет өте аз не болмаса қысқа түрде берілген. ҚР бірінші Президенті Нұрсұлтан Назарбаевпен салыстырғанда Қасым-Жомарт Тоқаев афиша жасап, PR-лауға көп мән бермейді. Кейбір мемлекеттік сұрақтарды шешуде кейде оның қаталдығын, талапшылдығын байқаймыз. Келешек жастарда екенін жақсы түсінеді әрі жастарды қолдап олардың дамуына жетілуіне барынша жағдай жасап келеді. Сондықтан бұл тұлғаның медиабейнесін, имиджін зерттеу біз үшін күрделі әрі қызықты болды. Алдағы уақытта Тоқаев туралы тың ғылыми зерттеулер көбейетініне үміттенеміз.

Түйін сөздер: Қасым-Жомарт Тоқаев, көшбасшы имиджі, медиабейнесі, PR, медиа, ҚР Президентінің телерадиокешені.

Саяси имидж, көшбасшының имиджі, жалпы имидж – бұл ғылымда қалыптасқан тұжырымдар. Алайда, жаһандану жағдайында елдің имиджіне (бейнесіне) оның басқа елдерімен қарым-қатынастарына және әлемдегі жағдайына байланысты. «Имидж» сөзі ағылшын тілінен аударғанда «бейне» деген мағынаны білдіреді. Оның нақты анықтамасы қолданылу аясына байланысты анықталады.

Мемлекеттің имиджін қалыптастыру – қауіпсіздікті қамтамасыз ету құралы, мемлекеттің мүддесін қорғауға және оны дамытуға елеулі үлес қосатын сыртқы саясаттағы ауқымды бағыт. Экономикалық инвестициялар мемлекеттің қалыптасқан имиджіне, оның халықаралық ресми рейтингісіне сүйенеді. Имиджді қалыптастыру пиар, үгіт-насихат, жарнама сияқты негізгі құралдармен жүзеге асады. Ақпарат, ақпараттық ресурстар мен технологиялардың рөлі күшейген ашық қоғамда мемлекеттердің халықаралық ортада жағымды не жағымсыз жағынан өздерін көрсетуі тікелей бұқаралық ақпарат және коммуникация құралдарына байланысты.