



FTAMP 19.51.51

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-150-1-42-56>

Жасанды интеллектінің баспасөз менеджменті мен маркетингтегі рөлі

Қ. Ауесбай^{ID}, Қ.Ө. Сақ^{ID}

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

(E-mail: auesbay.kuat@mail.ru, kaisak1964@yandex.kz)

Аңдатпа. Мақалада мерзімді баспасөз менеджменті мен маркетинг салаларын дамытуда жасанды интеллектінің (ЖИ) ықпалы зерттелді. ЖИ-дің әлемдік баспасөз тәжірибесінде қолданылуы талданып, оның тиімділікті арттырудағы рөлі айқындалды. Жұмыста ЖИ-дің контент жасау, жарнамалық стратегияларды жетілдіру, басқару үдерістерін автоматтандыру сияқты мүмкіндіктері қарастырылған. Зерттеу барысында The New York Times, Bloomberg, Washington Post, BBC сияқты басылымдардың тәжірибесі сараланды. Әдіс ретінде сапалық және сандық талдау қолданылып, жасанды интеллектінің уақытты үнемдеудегі, аудиториямен байланыс орнатудағы тиімділігі дәлелденді. Бұл зерттеу ЖИ технологияларын баспасөзде қолдану арқылы өндіріс тиімділігін арттыруға әрі саладағы бәсекеге қабілеттілікті күшейтуге бағытталған. Ғылыми маңыздылығы – ЖИ-дің медиа индустриясындағы рөлін жүйелі түрде түсіндірсе, практикалық маңыздылығы – баспасөз ұйымдарына ЖИ құралдарын тиімді қолдану жолдарын ұсынады. Мақала зерттеушілерге, журналистерге және медиа саласындағы мамандарға арналған.

Түйін сөздер: жасанды интеллект, мерзімді баспасөз, маркетинг, басқару, нейрожелі, медиа автоматтандыру, ChatGPT

Кіріспе

Қазір баспасөз цифрлық өзгерістерге белсенді түрде бейімделіп жатыр. Жасанды интеллектінің дамуы дәстүрлі медианы жаңа деңгейге шығарып, менеджмент, маркетинг, контент жасау үдерістерін жеңілдетуге мүмкіндік берді. Бұл технология арқылы оқырман сұранысын зерттеп аудиторияның қажеттілігін жақсырақ түсінуге,

Түсті: 29.01.2025; Мақұлданды: 29.02.2025; Онлайн қолжетімді: 31.03.2025

жарнаманы тиімді ұйымдастыруға, менеджмент жүйелерін оңтайландыруға болады. Алайда бұл бағытта шешімін таппаған маңызды мәселелер бар. Біріншіден, елімізде мерзімді баспасөз саласында жасанды интеллектіні пайдалану жеткілікті деңгейде зерттелмеген. Екіншіден, ЖИ қолдануға арналған нақты тәсілдер мен модельдер жоқ, бұл саланың дамуын баяулатып отыр. Осы мәселелерді шешу мерзімді баспасөзді дамытуға көмектеседі. Сондықтан қазіргі кезде мерзімді баспасөзменеджменті мен маркетинг салаларында жасанды интеллектіні қолдану өзекті. ЖИ өте көп көлемдегі деректерді талдап, оны жүйелеуге мүмкіндік береді. Менеджмент саласында жасанды интеллект күнделікті үдерістерді автоматтандырып, уақыт пен ресурсты үнемдеуге мүмкіндік береді, бұл өз кезегінде шығындарды азайтып, өнімділікті арттырады. Жасанды интеллект оқырман аудиториясын кеңейтіп қана қоймай, олардың мерзімді баспасөзге қызығушылығын сақтауға да ықпал етеді. Бұл технологиялардың көмегімен тұтынушыға бағытталған тиімді стратегиялар құрылып, баспасөз нарығындағы бәсекеге қабілеттілік артады.

Бұл зерттеудің өзектілігі – әлемдік тәжірибені ескере отырып, отандық мерзімді баспасөздің дамуына ықпал ететін ЖИ құралдарын тиімді қолдану жолдарын анықтауда. Тақырыпты зерттеу арқылы баспасөз индустриясының заманауи талаптарға бейімделуін қамтамасыз етуге және нарықтағы орнын нығайтуға бағытталған нақты ұсыныстар әзірленді.

Зерттеудің мақсаты – мерзімді баспасөз саласында жасанды интеллектіні пайдалану арқылы менеджмент пен маркетингті жетілдірудің тиімді жолдарын анықтау. Әлемдік тәжірибелерді талдау негізінде отандық баспасөздің бәсекеге қабілеттілігін арттыруға арналған нақты ұсыныстар жасау.

Зерттеудің мақсатына сәйкес келесі міндеттер алға қойылды:

- Жасанды интеллектінің мерзімді баспасөз саласына әсерін және оның басқару мен маркетинг салаларындағы мүмкіндіктерін зерттеу;
- Әлемдік тәжірибеде табысты жүзеге асқан ЖИ құралдары мен әдістерін талдау (мысалы, *The New York Times*, *Bloomberg*, *BBC* тәжірибелері);
- Мерзімді баспасөздің контент жасау, аудиторияны зерттеу және жарнамалық стратегияларды дамыту бағыттарында ЖИ технологияларын қолдану жолдарын ұсыну;
- ЖИ құралдарын пайдалана отырып, отандық мерзімді баспасөздің тиімділігін арттыру бойынша ұсыныстар әзірлеу.

Зерттеу әдісі

Зерттеудің әдісі ретінде сапалық және сандық тәсілдер қолданылды. Сапалық тұрғыда әлемдік жетекші басылымдардың (*The New York Times*, *Bloomberg*, *Washington Post*, *BBC*) ЖИ құралдарын контент жасау, аудиториямен жұмыс және жарнама стратегияларын жетілдіру бағытында қолдану тәжірибелері салыстырмалы талданды. Сандық тұрғыда ЖИ енгізудің уақыт үнемдеу, қаржылық тиімділік, аудиторияны қамту көрсеткіштері зерттелді.

Зерттеуде ЖИ технологиялары мерзімді баспасөзде қандай рөл атқарады, әлемдік тәжірибеде ЖИ құралдарын қолданудың тиімділігі қандай, ЖИ технологияларын

отандық баспасөзге бейімдеудің оңтайлы жолдары қандай деген сұрақтарға жауап іздеуге негізделді.

Зерттеу үш негізгі кезеңде жүргізілді. Бірінші кезеңде әдебиеттер мен деректер жиналып, әлемдік және отандық мерзімді баспасөздегі ЖИ қолдану тәжірибелері зерттелді. Екінші кезеңде сапалық және сандық талдау әдістері арқылы жиналған деректер жүйеленді. Үшінші кезеңде зерттеу нәтижелері негізінде нақты ұсыныстар жасалды.

Әдебиетке шолу

Жасанды интеллект (ЖИ) технологияларының мерзімді баспасөзменеджменті мен маркетингіндегі рөлі арта түсті. Бұл салада ЖИ тек ақпаратты жинау және өңдеумен ғана шектелмейді, ол мазмұнды жасаудан бастап, аудиториямен өзара әрекеттесудің тиімділігін арттыруға дейінгі үдерістерді қамтиды. Andrew McAfee мен Erik Brynjolfsson өздерінің «*The Second Machine Age*» еңбегінде ЖИ технологияларының үлкен деректерді талдау арқылы маркетингтік шешімдерді оңтайландырудағы артықшылықтарын атап көрсеткен. Олар аудиторияның сұранысын анықтаудың және жарнамалық шешімдерді тиімді жүзеге асырудың маңыздылығын дәлелдеген [1]. Бұл отандық баспасөзменеджменті үшін де маңызды. Себебі аудиторияның сұранысын талдау арқылы контентті жеке сұранысқа сай бейімдеуге болады.

Colin Campbell, Sarah Sands, Christian Ferraro, Helen Tsao, Andreas Mavrommatis ЖИ технологияларының жарнама жасаудағы рөлін зерттей келе тұтынушының әрекеттеріне негізделген жарнамалық стратегияларды жетілдіру арқылы аудиториямен байланысты күшейтуге болатынын атап көрсеткен [2]. Бұл медианарық үшін өте өзекті, өйткені бәсекелестік жоғары ортада аудитория назарын аудару үшін жарнама мен контенттің сапасын арттыру қажет.

Shoshana Zuboff «*The Age of Surveillance Capitalism*» еңбегінде ЖИ құралдарын қолдану барысында туындайтын этикалық мәселелерге тоқталады. Ол тұтынушы деректерінің қауіпсіздігі және жеке өмірді қорғау мәселелерін көтеріп, ЖИ құралдары арқылы ақпарат жинаудың тұтынушы құқықтарын бұзуы мүмкін екенін атап көрсетеді [3]. Бұл зерттеу ЖИ технологияларын енгізу кезінде этикалық нормаларды сақтаудың маңыздылығын айқындап отыр.

Цзяньюн Се мен Юн Дун ЖИ-дің нарықтық трендтерді болжаудағы тиімділігі атты зерттеуінде ЖИ алгоритмдерінің дәстүрлі әдістерден 20%-дан 50%-ға дейін жоғары нәтиже көрсеткенін анықтаған [4]. Бұл зерттеу нәтижелері ЖИ құралдарының аудиторияны зерттеу және маркетингтік шешімдерді оңтайландырудағы артықшылықтарын дәлелдей түседі.

Медиа саласындағы ЖИ технологияларын қолдану тәжірибесін *The New York Times*, *Washington Post*, *Bloomberg*, *BBC* сияқты басылымдардың тәжірибесінен да көруге болады. Мысалы, *Washington Post* газеті ЖИ-ды қолдану арқылы жылына 850-ден астам қосымша материал жариялап, аудиториясын кеңейте түскен [5].

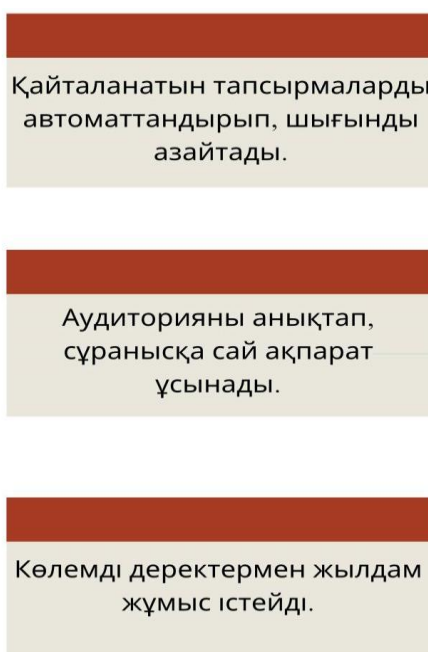
Талқылаулар мен нәтижелер

Жасанды интеллект (ЖИ) мерзімді баспасөз саласында кейінгі 10 жылдан бері қарқынды дамып келеді. Көптеген әлемдік басылым ақпарат таратуда автоматтандырылған жүйелерді қолдануды бастап кеткен. Алғашқы кезеңдерде бұл жүйелер ауа райы болжамдары, спорт жаңалықтарының нәтижелері мен қаржылық есептерді жасауға бағытталған болатын. Уақыт өте келе автоматтандыру мүмкіндіктері кеңейіп, шығармашылық бағыттарда да қолданыла бастады. 2020 жылдары ЖИ-дің басты бағыты адам тілін түсінетін генеративті жүйелерге ауысты. Бұл жетістік құрылымданбаған деректерді өңдеу үшін машиналық оқыту модельдерінің дамуымен байланысты болды. Мұндай жүйелер миллиондаған сурет, кітап, мақаланы талдап, нақты талаптарға сай ақпарат жазуды үйренді. 2022 жылдың қарашасында ChatGPT іске қосылғаннан кейін ЖИ технологияларына деген қызығушылық күрт артты. ChatGPT-дің қарапайым әрі ыңғайлы интерфейсі табиғи тілде жұмыс істеуді көпшілікке қолжетімді етті. Оның жоғары сапалы ақпарат беру мүмкіндігі беделді баспалардың менеджмент пен маркетинг жүйелеріне өзгеріс енгізді. ChatGPT қысқа уақыт ішінде 100 миллион қолданушы жинап, әзірлеуші OpenAI компаниясына 1 миллиард доллардан астам табыс әкелді. Бұл табыс ЖИ технологияларына деген инвестиция көлемін арттырды. 2023 жылдың алғашқы жартысында ғана бұл салаға 40 миллиард доллар инвестиция салынған. Research and Markets дерегінше, 2023 жылы медиа саласындағы ЖИ нарығы 16,1 миллиард долларға бағаланған. Ал 2030 жылға қарай оның көлемі 85,6 миллиард долларға жетеді деген болжам бар [6].

Генеративті ЖИ – мәтін, сурет, музыка, анимация немесе код сияқты жаңа мазмұн жасай алатын машиналық оқыту моделі [7]. Ұзақ уақыт бойы ЖИ тек деректерді талдаумен шектеліп келді. Бірақ зерттеушілер бейнені танудан оны жасауға көшкен кезде технология жаңа белеске көтерілді. Мысалы, OpenAI 2021 жылы мәтінді суретке айналдыратын DALL-E моделін ұсынды. Баспа индустриясында ЖИ алгоритмдері жаңалықтарды жеткізуден бастап, ақылы контентті жасауға дейін кеңінен қолданылады. Мысалы, Reuters агенттігі 2016 жылы Twitter-дегі шұғыл жаңалықтарды анықтап, тексеру үшін News Tracer құралын іске қосты. Жалпы алғанда, ЖИ баспа индустриясына интернет революциясы сияқты үлкен әсер етті. Сондықтан журналистер мен редакторлар бұл құралдарды меңгеруі қажет. Бұл оларға кәсіби бәсекеге қабілеттілігін сақтап қалуға мүмкіндік береді.

2015 жылы The New York Times жасанды интеллектіге негізделген интерфейсті сынақтан өткізіп, күнделікті ақпараттарды тарату мен оқырмандарға хабарлама жіберуді автоматтандырды. Сонымен қатар, олар ақылы контентке қол жеткізуді басқару үшін аналитикалық құралдарды қолданды. Мысалы, Dynamic Meter жүйесі оқырмандардың мақаланы ашып қарағанын немесе қарамағанын талдап, тіркелмеген қолданушылардың қанша мақаланы тегін оқи алатынын анықтайтын алгоритмді іске қосты. ЖИ контент жасау мен талдау жүргізуді жеңілдетіп отыр. JournalismAI зерттеуіне сәйкес, редакциялардың 90%-ы контент өндірісінде ЖИ технологияларын қолданады [8]. ЖИ трендтер мен танымал тақырыптарды анықтауға да көмектеседі. Мысалы, Google Trends және CrowdTangle секілді құралдар белгілі бір аймақтардағы немесе демографиялық топтарға арналған тақырыптарды анықтап, журналистерге жаңа идеялар ұсынады. Журналистикадағы күрделі жұмыстардың бірі – сұхбаттарды мәтінге айналдыру. Otter,

Semby және Airgram сияқты құралдар бұл процесті автоматтандырып, журналистерге маңызды міндеттерге назар аударуға мүмкіндік береді. Мысалы, Данияның Zetland басылымы Good Tare платформасын жасап, аудиожазбаларды 90-нан астам тілде мәтінге айналдырады. ЖИ мәтіндерді жазу мен редакциялауда да маңызды рөл атқарады. Үлкен тілдік модельдер (LLM) грамматиканы түзетіп, қысқаша мазмұн дайындайды, мәтіндерді әлеуметтік желіге немесе электрондық хаттарға бейімдейді, сондай-ақ подкаст немесе видео сценарийлеріне айналдыруға қабілетті. AuthorityHacker зерттеуіне сәйкес, цифрлық маркетингтердің 85%-ы блогтар мен мақалалар жазу үшін ЖИ қолданады [9]. Көрнекі материалдар жасау да ЖИ көмегімен әлдеқайда оңай әрі үнемді болуда. Midjourney, DALL-E немесе Stable Diffusion сияқты жүйелер редакторларға мақалалар мен жазбаларға иллюстрациялар жасауға мүмкіндік береді.



1-сурет. Мерзімді баспасөзде жасанды интеллектіні пайдаланудың артықшылықтары

ЖИ контентті тарату саласында да үлкен мүмкіндіктер ұсынады. Ол мақсатты аудиторияның анықтап, контентті жеткізудің ең тиімді жолдарын қарастырады. ЖИ мерзімді баспасөз саласында бірнеше маңызды артықшылық береді. Біріншіден, қайталанатын тапсырмаларды автоматтандыру арқылы шығындарды азайтып, ресурстарды үнемдейді. Екіншіден, контентті нақты оқырмандарға бағыттап, аудиторияны дәл анықтауға мүмкіндік береді. Үшіншіден, үлкен көлемдегі деректерді талдап, маңызды ақпаратты бөліп, жалған деректерді анықтауға көмектеседі. Дегенмен, ЖИ енгізу кезінде бірқатар қиындықтар мен тәуекелдер де бар. Техникалық ресурстардың жетіспеушілігінен көптеген шағын медиа ұйымдары ЖИ енгізуде қиындықтарға тап болуда. Сонымен қатар, ЖИ арқылы жасалған мазмұн кейде төмен сапада болып, сынға ұшырайды. ЖИ жүйелерінің деректердегі қателерді қайталап, бұрмалаушылықтарды көрсету қаупі де бар. Сарапшылардың болжамынша, 2026 жылға қарай интернеттегі контенттің 90%-ын жасанды интеллект жасайтын болады. Бұл журналистика мен

контент өндірісін түбегейлі өзгертеді. Сондықтан журналистерге ЖИ құралдарын меңгеріп, деректермен жұмыс істеу дағдыларын дамыту қажет. Баспа индустриясы ЖИ-ды тиімді пайдалану арқылы аудиториясын кеңейтіп, оқырмандарын сақтап қала алады. Дегенмен бұл журналистер мүлде жұмыссыз қалады деген сөз емес. Ш.Ж. Канашева, С.М. Дүйсенғазы, Ж.Д. Сейтжанова авторлардың «Журналистикадағы жасанды интеллект: шетел тәжірибесі» атты мақаласында респонденттер арасында өткізілген сауалнамаға сәйкес, ЖИ жазған мәтін мен журналист маманы жазған мәтіндегі айырмашылықтың бар екені, журналистің ақпаратты жан-ақты әрі тереңірек беретіні айтылған [10]. Яғни жасанды интеллект журналистің орнын баса алмайды, өйткені журналистика – зерттеу, сыни ойлау, оқиға контекстін түсіну және қоғамға әсер ету қабілетін қажет ететін сала. Бірақ маркетинг пен менеджментте ЖИ адамнан әлдеқайда тиімді жұмыс істей алады, себебі ол үлкен көлемдегі деректерді жылдам талдап, нарық трендтерін анықтап, аудиторияның сұранысын анықтай алады. Сонымен қатар, ЖИ медиа менеджментте бизнес-процестерді автоматтандыру, оқырман деректеріне негізделген контент жасау және басылымдардың табысын арттыруда маңызды құралға айналды. Сондықтан ЖИ баспасөздің қаржылық тұрақтылығы мен дамуына үлкен ықпал етеді.



2-сурет. Әлемдік басылымдар тәжірибесіндегі жасанды интеллект жүйелері

Әлемдік тәжірибеге көз жүгіртсек, The Washington Post Heliograf деп аталатын автоматтандырылған контент жасау жүйесін енгізгеннен кейін, гиперлокальды оқиғаларды қамтитын мақалалар саны бойынша үлкен жетістікке жетті. Жыл сайын Heliograf жүйесі 850-ден астам мақала жариялап, аудиторияның жергілікті жаңалықтарға деген сұранысын қанағаттандырды. Бұл жүйе оқырмандар санын 25%-ға арттыруға мүмкіндік берді.

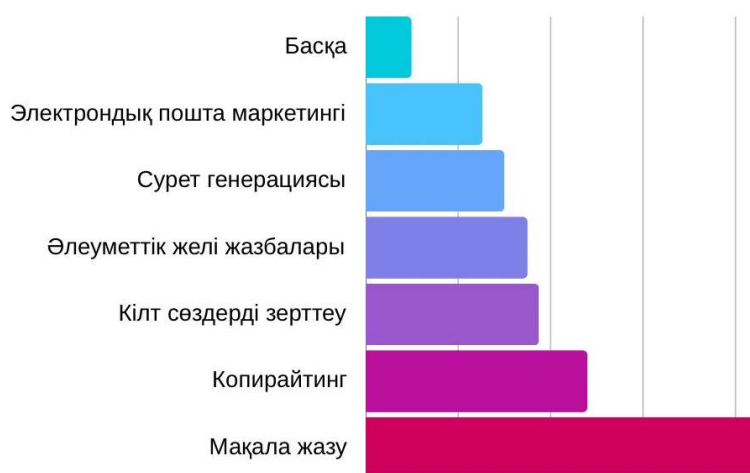
Bloomberg өзінің Cyborg жүйесін қаржы есептерін дайындау үшін қолданады. Бұл жүйе күрделі қаржы деректерін автоматты түрде талдап, дайын материалдарды жылдам жасауға мүмкіндік берді. Нәтижесінде, Bloomberg журналистері шығармашылық контент жасауға көбірек уақыт бөлу мүмкіндігіне ие болған, ал қаржы есептерін жариялау жылдамдығы бірнеше есе артқан [11]

The New York Times басылымы аудиторияның оқылым көрсеткіштерін талдауда ЖИ-ді қолдану арқылы жеке оқырмандарға бағытталған дербес ұсыныстар жүйесін енгізді. Нәтижесінде, оқырмандардың сайтта өткізетін уақыты едәуір артып, жазылушылар санының өскені байқалған. Бұл контенттің дербестендірілуі басылымның жарнама табысын 20%-ға арттырып отыр [12].

Ал BBC ЖИ негізінде мазмұнның автоматты транскрипциясы мен аудармасын енгізді. Мұндай технологиялар жаңалықтарды жылдам әрі сапалы көптілді форматта ұсынуға мүмкіндік береді. Нәтижесінде, BBC-дің жаһандық аудиториясы кеңейіп, халықаралық жаңалықтарға қызығушылық арта түсті [13].

Forbes Bertie атты жасанды интеллект жүйесін контент жоспарлау, тақырыптар ұсыну, мақалаларды автоматты түрде құру үшін қолданады. Бұл технология мақаланың сапасын жақсартып, ақпарат жазу уақытын қысқартқан. Нәтижесінде Forbes журналистерінің жұмыс өнімділігі артып, мақалалар саны 30%-ға өскен.

Reuters жаңалықтарды автоматты түрде табу және өңдеу үшін News Tracer құралын қолданады. Бұл құрал Twitter және басқа да әлеуметтік медиадан маңызды жаңалықтарды автоматты түрде анықтап, журналистердің назарына ұсынады. Бұл технологияның нәтижесінде жаңалықтарды жариялау уақыты айтарлықтай қысқарып, жұмыс өнімділігі арта түскен [14].



3-сурет. Әлемдік мерзімді баспасөздердің жасанды интеллектіні қолдану бағыттары

Жасанды интеллект көбіне мақала жазу (85,1%) мен копирайтингте (47,8%) қолданылады. Ол деректерді талдап, мазмұнды автоматтандырады, бұл уақыт пен шығынды үнемдеуге мүмкіндік береді. SEO үшін кілт сөздерді зерттеу (37,5%) веб-сайттарға келушілер санын арттырады. Әлеуметтік желі жазбалары (34,7%) аудиторияның қызығушылығына бейімделіп, ақпараттың өтімділігін күшейтеді. Сурет генерациясы (30,6%) визуалдық материалдарды тез әрі үнемді жасауға көмектеседі. Электрондық пошта маркетингі (25,3%) хаттарды жеке адамға бағыттап, аудиторияның кері байланысын жақсартады. Басқа (9,9%) фактілерді тексеру, аудару, редакциялау секілді бағыттарда қолданылады. Осылайша жасанды интеллект медиада мазмұнды өндіруді жеңілдетіп, аудиториямен тиімді байланыс орнатуға мүмкіндік беріп отыр.

Жасанды интеллектіні қолдану отандық мерзімді баспасөзде де байқалады. Әсіресе, сурет генерациялау, визуалды жақсарту, инфографика жасау сияқты істерде көмекші құралға айналып келеді. Алимжанова А, Попова Б, Нұрпейіс Д, Ашимова А (2024) «Визуализацияның жаңа көкжиектері: Қазақстандағы заманауи журналистика саласындағы ЖИ-дің рөлі» атты зерттеуінде Tengrinews, Orda.kz, Zakon.kz секілді отандық медиа ресурстардың жасанды интеллект технологияларын қалай пайдаланып жатқанын талдаған. Мысалы, Tengrinews оқырман қызығушылығын ескере отырып, жаңалықтарды жеке ұсынатын алгоритмдерді қолданады. Бұл Netflix немесе YouTube сияқты платформалардағы ұсыным жүйелеріне ұқсас әдіс. Сонымен қатар, Orda.kz пен Zakon.kz жасанды интеллектіні инфографика жасауға, мәтінді автоматты түрде өңдеуге пайдаланады. Олардың тәжірибесінде ЖИ-дің көмегімен жаңалықтарға қатысты статистикалық мәліметтерді визуалды түрде көрсету, график, диаграмма, интерактивті карталар жасау мүмкіндігі қарастырылған. Алайда, зерттеуде жасанды интеллектінің шектеулері де айтылған. ЖИ автоматты мәтін өңдеуде тиімді құрал болғанымен, терең талдау жүргізу мен журналистік зерттеу жүргізуде адамның орнын баса алмайтынын атап өткен [15].

«Egemen Qazaqstan», «Aikun» басылымдары да ЖИ арқылы генерацияланған суреттерді жиі пайдаланады.





Сәтін салғанда жолаушылар арасында акушер-дәрігер мен хирург болған екен. Олар дер кезінде көмек көрсетті, сәбиді аман-есен босандырып алған. Осыған байланысты зиянақ Исландияның Кефлавик қаласындағы резервтік аэродромға шұғыл қону туралы шешім қабылдапты. Ұшақ сәтті қонғаннан кейін, анасы мен сәби жергілікті емханаға жеткізілген.

Ғалымдар 10 жыл таба алмай келген құпияны ЖИ 48 сағатта ашты

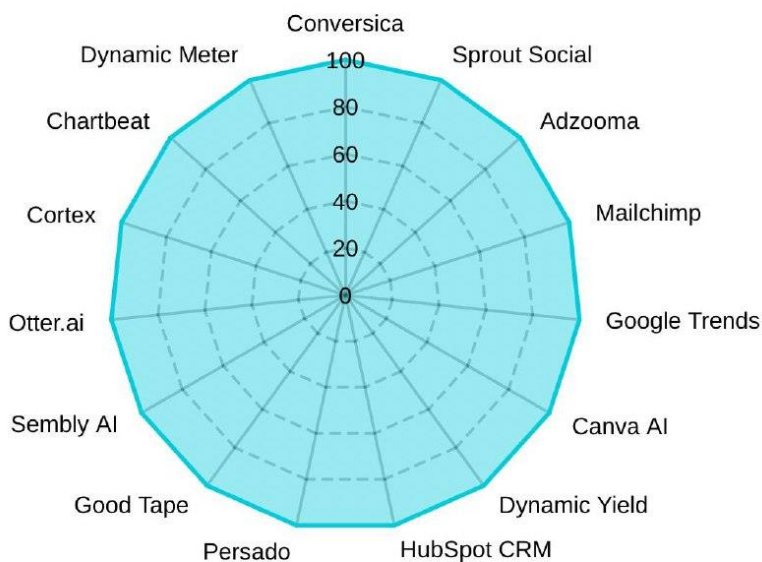
Ағылшын ғалымдары ондасан жылдар бойы супер-бактериялардың антибиотиктерге төзімділігін зерттеп келеді. Бірақ оның құпиясын талдап емес. Жасанды интеллектті жұмбарлап шешуін 48 сағатта тауып берді.



Супер-бактериялардың антибиотиктерге төзімділігін зерттеу болып табылады. ЖИ интеллекті тауып берді. Фото: iStockphoto.com/саймон александр. Авторлығы: iStockphoto.com/саймон александр.

3. Болдым! Қызым табыр шығарды
4. Бірнеше еңбек бірлесіп оқыды
5. Халық құпияларды ашты! Қызым табыр шығарды

4-сурет. «Egemen Qazaqstan», «Aikyn» басылымдарындағы ЖИ генерациялаған суреттер



5-сурет. Мерзімді баспасөзменеджменті мен маркетингін қалыптастыруға жәрдемдесетін жасанды интеллект жүйелері

Dynamic Meter – оқырмандардың контентпен өзара әрекетін талдап, ақылы контентті басқаруға мүмкіндік береді.

Chartbeat – контенттің оқылым деңгейін нақты уақыт режимінде бақылайтын аналитикалық жүйе ретінде қолданылады.

Cortex – аудиторияның қызығушылығын талдап, мазмұнды бейімдеуге мүмкіндік береді.

Otter.ai – сұхбаттар мен аудио жазбаларды мәтінге айналдыратын құрал.

Sembly AI – жиналыстардың жазбаларын талдап, маңызды деректерді ерекшелей алады.

Good Tape – аудиожазбаларды жылдам өңдеу және мәтінге айналдыру үшін қолданылады.

Persado – маркетингтік мәтіндерді оңтайландыратын тиімді құрал.

HubSpot CRM – клиенттермен байланыс орнатуға арналған танымал жүйе.

Dynamic Yield – контентті жеке оқырмандарға бағыттап, бейімдеуге мүмкіндік береді.

Google Trends – аудиторияның қызығушылықтарын талдап, трендтерді бақылауға арналған құрал.

Hootsuite Insights – әлеуметтік медиа арқылы аудиторияның әрекеттерін зерттейді.

Mailchimp – электрондық пошта маркетингін автоматтандыруға арналған құрал ретінде танымал.

Sprout Social – әлеуметтік желілердегі мазмұнды басқару және аудиториямен өзара әрекеттесу платформасы ретінде қолданылады.

Adzooma – жарнама науқандарын басқару мен оңтайландыру үшін тиімді жүйе.

Conversica – клиенттермен байланыс орнатуға арналған виртуалды көмекші ретінде қолданылып жүр.

Қазіргі отандық баспасөзменеджменті мен маркетингін оңтайландыру үшін біріншіден, аудитория сұранысына негізделген контент құру қажет. Бұл үшін Dynamic Meter және Chartbeat сияқты құралдарды енгізіп, оқырмандардың қызығушылығын анықтау арқылы аудитория сұранысына сай материалдар дайындау ұсынылады. Сондай-ақ Google Trends және CrowdTangle сияқты ЖИ құралдарын пайдаланып, өзекті тақырыптарды табу және трендтерге сәйкес ақпарат ұсыну маңызды. Жылдам контент өндірісі үшін Heliograf және Cyborg секілді автоматтандырылған жүйелерді енгізу арқылы жаңалықтар мен аналитикалық шолуларды жылдам әрі сапалы дайындауға болады.

Екіншіден, оқырмандармен өзара әрекеттесу стратегияларын жетілдіру мақсатында аудиториямен тікелей байланыс орнату үшін Hootsuite Insights және Sprout Social платформаларын қолдану ұсынылады. Бұл құралдар әлеуметтік желілерде аудиторияның пікірлері мен талғамдарын талдауға мүмкіндік береді. Электрондық пошта маркетингін жетілдіру үшін Mailchimp және HubSpot CRM жүйелерін пайдалану арқылы жеке ұсыныстар мен жаңалықтарды тарату жүйесін автоматтандыру керек. Сонымен қатар Dynamic Yield құралын пайдаланып, әрбір оқырманға жеке тәжірибе ұсыну арқылы олардың қызығушылығын арттыру ұсынылады.

Үшіншіден, тиімді менеджмент стратегияларын құру үшін операциялық процестерді автоматтандыру мақсатында Semblu AI және Otter.ai құралдарын пайдалану ұсынылады. Бұл құралдар жиналыстарды, аудио және бейне жазбаларды өңдеу процестерін жеңілдетіп, басқару тиімділігін арттырады. Контент өндірісін жоспарлау үшін Bertie жүйесін қолданып, тақырыптарды ұсыну және мазмұн дайындауды автоматтандыру керек. Қаржылық тиімділікті арттыру үшін Adzooma және Conversica сияқты жарнама басқару құралдарын енгізіп, жарнамалық стратегияларды оңтайландыру арқылы шығындарды азайтуға болады. Бұл ұсыныстар жасанды интеллектінің көмегімен отандық мерзімді баспасөздің бәсекеге қабілеттілігін арттырып, аудиторияның қажеттіліктерін тереңірек түсінуге және олардың қызығушылығын сақтауға ықпал етеді. Сонымен қатар ұсынылған құралдар басылымдардың сапасын жақсартып, олардың тұрақты дамуына негіз болады.

Қорытынды

Жасанды интеллект мерзімді баспасөздің менеджменті мен маркетингі салаларына елеулі өзгерістер енгізіп, заманауи талаптарға сай шешімдер ұсынуда. Әлемдік жетекші басылымдардың тәжірибесі көрсеткендей, жасанды интеллектінің мүмкіндіктерін пайдалану мазмұн сапасын арттырып, оны аудиторияға бейімдеуге мүмкіндік береді. Мысалы, The New York Times, Bloomberg және ВВС сияқты басылымдар аудиторияны тарту және қызығушылығын сақтау бағыттарында ЖИ құралдарын табысты қолдануда. Нәтижесінде, оқырмандар саны өсіп, басылымдардың бәсекеге қабілеттілігі артқан.

Зерттеу барысында әлемдік тәжірибелерді талдап, жасанды интеллектінің баспасөз саласындағы рөлі мен тиімділігін жан-жақты қарастырдық. Жасанды интеллект құралдарының көмегімен контентті автоматтандыру, аудиторияны зерттеу және жарнамалық стратегияларды оңтайландыру сияқты маңызды міндеттерді жүзеге асырудың жоғары тиімділігі дәлелденді.

Айқындалған мақсатқа сәйкес міндеттер толықтай орындалды. Жасанды интеллектінің мерзімді баспасөзге әсері және менеджмент пен маркетинг салаларындағы мүмкіндіктері зерттелді. Әлемдік жетекші басылымдардың (The New York Times, Bloomberg, ВВС, Washington Post) тәжірибелері талданып, ЖИ құралдарының тиімділігі дәлелденді. Сонымен қатар, отандық баспасөзде ЖИ технологияларын енгізу бойынша аудиторияны зерттеу, контентті автоматтандыру, маркетингтік үдерістерді оңтайландыруға бағытталған нақты қадамдар ұсынылды. Зерттеу нәтижесінде аудитория сұранысына негізделген контент құру, оқырмандармен өзара әрекеттесу стратегияларын жетілдіру және шығындарды азайту бойынша ұсыныстар әзірленді.

Отандық мерзімді баспасөзге келер болсақ, жасанды интеллект құралдарын енгізу әлі де бастапқы деңгейде. Осы зерттеу барысында анықталғандай, елімізде ЖИ қолдануға арналған нақты тәсілдер мен модельдер жоқтығы бұл саланың дамуын тежеп отыр. Сондықтан әлемдік тәжірибеге сүйене отырып, келесі ұсыныстар жасалды:

- Отандық мерзімді баспасөзде жасанды интеллект құралдарын бейімдеу үшін оқыту бағдарламаларын енгізу;
- Контентті автоматтандыру мен аудиторияны зерттеу бағыттарында ЖИ шешімдерін қолдану;
- Жарнамалық стратегияларды жетілдіру үшін ЖИ алгоритмдерін пайдалану арқылы мақсатты аудиторияны дәл анықтау.
- ЖИ құралдарының тиімділігін арттыру үшін халықаралық серіктестіктерді дамыту.

Авторлардың үлесі туралы ақпарат.

Қ. Әуесбай – тақырыпқа сай әдебиеттерді талдау, ғылыми мәліметтерді сұрыптау, негізгі бөлімін жазу

Қ.Ө. Сақ – бақылау және редакциялау, ұсыныстар беру және мақаланың академиялық сапасын қамтамасыз ету.

Әдебиеттер тізімі

1. McAfee A., Brynjolfsson E. The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. (New York: W.W. Norton & Company, 2014. 320 p.)
2. Campbell C., Sands S., Ferraro C., Tsao H. Y., Mavrommatis A. From data to action: How marketers can leverage AI // Journal of Business Research. 116. 263–271(2020) DOI: <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.033>.
3. Zuboff, S. The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. (New York: PublicAffairs, 2019. 704 p.)
4. Tang, J., Xie, J., Dong, Y., Wang, W. AI in market forecasting: Efficiency and trends // Journal of Market Research. 3. 45–67(2022) DOI: <http://doi.org/10.1016/j.jmr.2022.06.001>.
5. The Washington Post. How AI-driven journalism expands audience engagement // Journalism Innovations Quarterly. 2. 15–25(2022)
6. Researchand Markets. Artificial Intelligence in Media: Market Overview 2023 // Global Media Trends. 2023. Available at: <https://www.researchandmarkets.com/> (accessed 15.01.2025).
7. Prasad, A., Ghosal, S. Ethical dilemmas in AI applications for media // Media Ethics and Technologies. 4. 76–89(2021) DOI: <http://doi.org/10.1016/j.met.2021.07.004>.
8. Journalism AI. Artificial Intelligence and Newsroom Innovation: Insights from Global Media // Journalism AI Report. 1. 5–20(2022) Available at: <https://journalismai.com/> (accessed 15.01.2025)
9. Authority Hacker. How AI is Transforming Digital Content Creation // Authority Hacker Insights. 2023. Available at: <https://www.authorityhacker.com/> (accessed 15.01.2025).
10. Қанашева Ш., Дүйсенғазы С., Сейтжанова Ж. Журналистикадағы жасанды интеллект: шетел тәжірибесі // Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы. ЖУРНАЛИСТИКА сериясы, 2024. <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2024-3-148-7-19>.
11. Bloomberg. The role of AI in financial journalism // Financial Innovations. 5. 34–42(2020). DOI: <http://doi.org/10.1080/20002045>.
12. The New York Times. Using AI for personalized content delivery // Innovations in Media. 1. 14–23(2021)
13. BBC. Automated transcription and translation systems // Broadcasting Innovations Quarterly. 1. 37–44(2021)
14. Reuters. News Tracer: AI-powered news discovery // Innovations in News. 2. 25–33(2016)
15. Алимжанова А. Б., Попова В. Д., Нұрпейіс Л., Ашимова А. Б. Визуализацияның жаңа көкжиектері: Қазақстандағы заманауи журналистика саласындағы ЖЖМ-нің рөлі. Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті Хабаршысы, Журналистика сериясы, 4(2024). <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v74.i4.9>
16. Otter.ai. AI-powered tools for journalists // Media Productivity Review. 6. 54–62(2022)
17. Associated Press. Automated content generation for newsrooms // Journalism Technology Today. 2. 12–20(2020)
18. Zetland. Good Tape: Audio-to-text transcription // Journal of Media Technologies. 3. 98–105(2019)

K. Auyesbay, K.O. Sak

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

The Role of Artificial Intelligence in Press Management and Marketing

Abstract. This article explores the impact of artificial intelligence (AI) on the development of periodical press management and marketing. The study aims to analyze the application of AI tools in global press practices and demonstrate their role in enhancing efficiency. The paper examines AI's capabilities in content creation, improving advertising strategies, and automating management processes. The research analyzes the experiences of prominent publications such as The New York Times, Bloomberg, Washington Post, and BBC. Qualitative and quantitative methods were employed, demonstrating AI's effectiveness in saving time and establishing connections with audiences. This study aims to enhance production efficiency and strengthen competitiveness in the press industry through the use of AI technologies. Its scientific significance lies in systematically explaining AI's role in the media industry, while its practical relevance offers press organizations recommendations for effectively using AI tools. The article is intended for researchers, journalists, and media professionals.

Keywords: artificial intelligence, periodical press, marketing, management, neural network, media automation, ChatGPT.

К. Ауесбай, К.О. Сақ

Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан

Роль искусственного интеллекта в управлении прессой и маркетинге

Аннотация. В статье исследуется влияние искусственного интеллекта (ИИ) на развитие управления и маркетинга в сфере периодической прессы. Цель исследования – проанализировать применение инструментов ИИ в мировой практике и продемонстрировать их роль в повышении эффективности. Рассмотрены возможности ИИ в создании контента, совершенствовании рекламных стратегий и автоматизации управленческих процессов. В ходе исследования был проведен анализ опыта таких ведущих изданий, как The New York Times, Bloomberg, Washington Post и BBC. Применялись качественные и количественные методы, которые подтвердили эффективность ИИ в экономии времени и налаживании связей с аудиторией. Данное исследование направлено на повышение производственной эффективности и укрепление конкурентоспособности в сфере прессы с использованием технологий ИИ. Научная значимость работы заключается в систематическом объяснении роли ИИ в медиаиндустрии, а практическая ценность – в предоставлении рекомендаций по эффективному использованию инструментов ИИ для организаций прессы. Статья предназначена для исследователей, журналистов и специалистов в сфере медиа.

Ключевые слова: искусственный интеллект, периодическая пресса, маркетинг, менеджмент, нейросеть, автоматизация медиа, ChatGPT.

References

1. McAfee, A., Brynjolfsson, E. The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. (New York: W.W. Norton & Company, 2014. 320 p.)
2. Campbell C., Sands S., Ferraro C., Tsao H. Y., Mavrommatis A. From data to action: How marketers can leverage AI // Journal of Business Research. 116. 263–271(2020) <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.033>.
3. Zuboff S. The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. (New York: PublicAffairs, 2019. 704 p.)
4. Tang J., Xie J., Dong Y., Wang W. AI in market forecasting: Efficiency and trends // Journal of Market Research. 3. 45–67(2022). DOI: <http://doi.org/10.1016/j.jmr.2022.06.001>.
5. The Washington Post. How AI-driven journalism expands audience engagement // Journalism Innovations Quarterly. 2. 15–25(2022)
6. Research and Markets. Artificial Intelligence in Media: Market Overview 2023 // Global Media Trends. 18. 42–55(2023). Available at: <https://www.researchandmarkets.com/> (accessed 15.01.2025).
7. Prasad, A., Ghosal, S. Ethical dilemmas in AI applications for media // Media Ethics and Technologies. 4. 76–89(2021). DOI: <http://doi.org/10.1016/j.met.2021.07.004>.
8. JournalismAI. Artificial Intelligence and Newsroom Innovation: Insights from Global Media // JournalismAI Report. 1. 5–20(2022). Available at: <https://journalismai.com/> (accessed 15.01.2025).
9. Authority Hacker. How AI is Transforming Digital Content Creation // Authority Hacker Insights. 4. 34–49(2023). Available at: <https://www.authorityhacker.com/> (accessed 15.01.2025).
10. Kanashova Sh., Duysengazy S., Seitzhanova Zh. Zhurnalistikadagy zhasandy intellekt: shetel täzhiribesı [Artificial intelligence in journalism: foreign experience]. L.N. Gumilyov atyndagy Eurasia ulttyk universitetinin Khabarshysy. Zhurnalistika seriyasy [BULLETIN of the L.N. Gumilyov Eurasian National University. Journalism Series] 3. 7–19(2024). <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2024-3-148-7-19>.
11. The New York Times. Using AI for personalized content delivery // Innovations in Media. 1. 14–23(2021).
12. Bloomberg. The role of AI in financial journalism // Financial Innovations. 5. 34–42(2020). DOI: <http://doi.org/10.1080/20002045>.
13. BBC. Automated transcription and translation systems // Broadcasting Innovations Quarterly. 1. 37–44(2021).
14. Reuters. News Tracer: AI-powered news discovery // Innovations in News. 2. 25–33(2016).
15. Alimzhanova A. B., Popova V. D., Nurpeis L., Ashimova A. B. Vizualizatsianyn zhana kokzhiyekteri: Qazaqstandagy zamanauı jurnalistika salasyndaǵy ZhZhM-nin roli [New Horizons of Visualization: The Role of AI in Modern Journalism in Kazakhstan]. Äl-Farabi atyndagy Qazaq ulttyq universiteti Khabarshysy, Zhurnalistika seriyasy [BULLETIN of the Äl Farabi kazakh National University. Journalism Series] №4(2024). <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v74.i4.9>
16. Otter.ai. AI-powered tools for journalists // Media Productivity Review. 6. 54–62(2022).
17. Associated Press. Automated content generation for newsrooms // Journalism Technology Today. 2. 12–20(2020).
18. Zetland. Good Tape: Audio-to-text transcription // Journal of Media Technologies. 3. 98–105(2019).

Автор туралы мәлімет:

Әуесбай Қ. – Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің практик-аға оқытушысы, Астана, Қазақстан

Сақ Қ.Ө. – филология ғылымдарының кандидаты, Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ профессоры, Журналистика мәселелерін зерттеу институтының директоры, Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

Ауесбай К. – практик-старший преподаватель Евразиского национального университета имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

Сак К.О. – кандидат филологических наук, директор Института исследований проблем журналистики Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева, профессор ЕНУ им Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан.

Auesbay K. – Senior Lecturer-Practitioner at L.N. Gumilyov Eurasian National University.

Sak K.O. – Candidate of Philological Sciences, Director of the Institute for Journalism Studies at the L.N. Gumilyov Eurasian National University, Professor at the L. N. Gumilyov ENU, Astana, Kazakhstan.



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).