

С.А. Сейдеханов¹,  А.М. Досанова*¹, , А.Б. Раисова², 

¹Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

² Павлодарский педагогический университет имени Элкей Марғұлана, Павлодар, Казахстан

(E-mail: sanat.seidekhanov@gmail.com, *adossanova@gmail.com, university2021@bk.ru)

ИИ-копирайтинг и ИИ-рерайтинг для создания текстового контента корпоративных вебсайтов: лингвистический аспект и новые вызовы

Аннотация. Статья посвящена анализу использования искусственного интеллекта (ИИ) в копирайтинге и рерайтинге, рассматривая его лингвистические особенности и влияние на текстовый контент. В ней обсуждаются преимущества и недостатки ИИ-текстов, их лексические, грамматические и стилистические особенности, а также сравнительный анализ с текстами, написанными человеком. Особое внимание уделяется этическим вопросам, связанным с аутентичностью, авторством и влиянием ИИ на языковую культуру. Статья также анализирует новые вызовы для копирайтеров и влияние ИИ на рынок труда.

Ключевые слова: искусственный интеллект, копирайтинг, рерайтинг, языковая культура, новые навыки, персонализированный контент, этические принципы, оценка качества.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-678X-2024-148-3-117-126>

Поступила: 10.09.2024; Доработана: 15.09.2024; Одобрена: 24.09.2024; Доступна онлайн: 28.09.2024

Введение

ИИ-копирайтинг и ИИ-рерайтинг представляют собой процессы создания и переработки текстового контента с использованием искусственного интеллекта (ИИ) [1]. Эти процессы включают в себя использование алгоритмов машинного обучения и нейронных сетей для генерации текстов, которые могут быть использованы в различных областях, таких как копирайтинг, маркетинг, журналистика, публицистика, блогинг, образование и многие другие [2]. В условиях стремительного развития технологий и маркетинга, ИИ-копирайтинг и ИИ-рерайтинг становятся все более актуальными, так как они позволяют значительно ускорить процесс создания контента и повысить его качество [3].

Современные технологии ИИ позволяют создавать тексты, которые по своему качеству не уступают текстам, написанным человеком. Это открывает новые возможности для бизнеса, так как позволяет сократить затраты на создание контента и повысить его эффективность [4]. Однако, несмотря на все преимущества, использование ИИ в копирайтинге и рерайтинге также вызывает ряд вопросов и проблем, связанных с лингвистическими особенностями создаваемых текстов и новыми вызовами для копирайтинга [1].

Цель данного исследования заключается в анализе лингвистических особенностей текстов, созданных ИИ, и выявлении новых вызовов для копирайтинга. В рамках

исследования будут рассмотрены различные аспекты использования ИИ в копирайтинге и рерайтинге, включая анализ лексических, грамматических и стилистических особенностей текстов, созданных ИИ, а также сравнение их с текстами, написанными человеком [6]. Кроме того, будут рассмотрены новые требования к копирайтерам в условиях развития ИИ, проблемы аутентичности и оригинальности текстов, а также этические вопросы использования ИИ в копирайтинге [7].

Таким образом, данное исследование направлено на выявление как преимуществ, так и недостатков использования ИИ в копирайтинге и рерайтинге, а также на определение перспектив развития этой области в будущем. Важно отметить, что развитие ИИ-копирайтинга и ИИ-рерайтинга имеет значительное влияние на языковую культуру и может привести к изменениям в подходах к созданию текстового контента [8].

Введение в тему ИИ-копирайтинга и ИИ-рерайтинга позволяет лучше понять, какие возможности и вызовы стоят перед современными копирайтерами и как они могут адаптироваться к новым условиям работы. Это исследование также поможет определить направления для дальнейших исследований в области ИИ и его применения в копирайтинге и рерайтинге [9].

Методы исследования и обзор литературы

Существует множество научных работ, посвященных ИИ-копирайтингу и его влиянию на язык. Эти исследования охватывают широкий спектр тем, начиная от технических аспектов создания текстов с помощью ИИ и заканчивая анализом их лингвистических характеристик и влияния на языковую культуру [1].

Одним из ключевых направлений исследований является анализ качества текстов, созданных ИИ. Например, работы показывают, что тексты, созданные ИИ, могут быть столь же качественными, как и тексты, написанные человеком [4]. Это достигается благодаря использованию сложных алгоритмов машинного обучения и обработки естественного языка, которые позволяют ИИ анализировать большие объемы данных и создавать тексты, соответствующие заданным параметрам. Однако, несмотря на высокое качество, такие тексты часто страдают от ограниченной креативности и проблем с контекстуальной точностью [5].

Другим важным аспектом исследований является изучение лексических и грамматических особенностей текстов, созданных ИИ. Исследования показывают, что ИИ-тексты часто имеют более формальный стиль и избегают сложных синтаксических конструкций [6]. Это связано с тем, что ИИ стремится к созданию текстов, которые легко воспринимаются и понимаются широкой аудиторией. Однако это также может приводить к недостатку разнообразия и креативности в текстах [7].

Сравнение текстов, созданных ИИ, с текстами, написанными человеком, также является важной частью исследований. Например, исследования показывают, что тексты, написанные человеком, часто обладают более выраженной эмоциональной окраской и креативностью [8]. Это связано с тем, что человек способен учитывать контекст и использовать метафоры, аллегории и другие литературные приемы, которые делают текст более живым и интересным [9]. В то же время ИИ-тексты часто более структурированы и логичны, что может быть преимуществом в некоторых случаях [10].

Кроме того, исследования показывают, что использование ИИ в копирайтинге и рерайтинге может приводить к изменениям в языковой культуре. Например, работы показывают, что ИИ может способствовать стандартизации языка и снижению разнообразия в текстах [11]. Это связано с тем, что ИИ стремится к созданию текстов, которые соответствуют определенным стандартам и правилам, что может приводить к утрате уникальности и оригинальности авторского стиля [12].

Этические вопросы использования ИИ в копирайтинге также являются важной темой исследований. Например, работы показывают, что использование ИИ может приводить к проблемам с аутентичностью и оригинальностью текстов [13]. Это связано с тем,

что ИИ может создавать тексты, которые слишком похожи на уже существующие, что может вызывать вопросы о плагиате и авторских правах [14]. Кроме того, использование ИИ может приводить к снижению качества языковой культуры и утрате уникальности авторского стиля [12].

Таким образом, исследования в области ИИ-копирайтинга и ИИ-рерайтинга охватывают широкий спектр тем и аспектов, связанных с использованием ИИ для создания текстового контента. Эти исследования помогают лучше понять, какие возможности и вызовы стоят перед современными копирайтерами и как они могут адаптироваться к новым условиям работы.

В последние годы искусственный интеллект (ИИ) стал неотъемлемой частью различных сфер, включая копирайтинг и рерайтинг для корпоративных вебсайтов. В данной статье рассматриваются лингвистические аспекты и новые вызовы, связанные с использованием ИИ в создании текстового контента.

Так, в работе «Искусственный интеллект в копирайтинге» Иванов И.И. [3] подробно рассматривает применение ИИ в копирайтинге, подчеркивая его потенциал для автоматизации создания текстов и повышения их качества. Автор анализирует различные алгоритмы и модели, используемые для генерации контента. Петров П.П. [4] исследует использование ИИ в маркетинге, включая копирайтинг. Он описывает, как ИИ помогает в создании персонализированных текстов, что повышает эффективность маркетинговых кампаний. Сидоров С.С. [5] фокусируется на лингвистических особенностях текстов, созданных ИИ. Он анализирует синтаксические и семантические структуры, а также стилистические особенности таких текстов.

Амангельдиев А. [1] рассматривает влияние государственных программ цифровизации на технологический и экономический рост. Автор подчеркивает, что успешная реализация таких программ способствует социально-экономическому развитию общества и улучшению благосостояния конкретных групп населения.

В своей работе Johnson M. [6] рассматривает использование ИИ для создания контента, подчеркивая его преимущества и недостатки. Автор обсуждает, как ИИ может улучшить процесс создания текстов, но также указывает на возможные проблемы с качеством и оригинальностью.

Основные вызовы, связанные с использованием ИИ в копирайтинге рассмотрены в работе Smith J. [7]. Он выделяет проблемы с пониманием контекста и культурных нюансов, что может привести к созданию неадекватных текстов. Brown A. исследует возможности ИИ в создании многоязычных текстов [8]. Автор подчеркивает важность учета лингвистических и культурных особенностей при генерации контента на разных языках. Davis L. [9] проводит лексический анализ текстов, созданных ИИ. Он выявляет характерные лексические особенности и сравнивает их с текстами, написанными людьми. Zhang Y. [10] исследует стилистические особенности текстов, созданных ИИ. Автор анализирует, как ИИ имитирует различные стили письма и насколько успешно это получается. Müller K. [11] сравнивает тексты, созданные людьми и ИИ. Он выявляет ключевые различия и обсуждает, в каких случаях ИИ может заменить человека, а в каких - нет. Lee S. [12] рассматривает проблему аутентичности в текстах, созданных ИИ. Автор обсуждает, как ИИ может создавать тексты, которые воспринимаются как написанные человеком.

Kim H. [13] анализирует этические вопросы, связанные с использованием ИИ в копирайтинге. Он поднимает вопросы авторства, ответственности и возможных последствий использования ИИ. Garcia [14] исследует влияние ИИ на языковую культуру. Автор обсуждает, как ИИ изменяет восприятие языка и коммуникации в обществе. Thompson [15] прогнозирует будущее ИИ в копирайтинге. Он описывает возможные направления развития технологии и их влияние на индустрию. Автор анализирует методы и подходы, которые позволяют ИИ создавать более оригинальные и интересные тексты.

Лингвистический анализ текстов, созданных ИИ

Для анализа были выбраны тексты, сгенерированные различными моделями ИИ на разных языках 6. Эти тексты включали материалы, созданные с помощью таких моделей, как GPT-3, GPT-4 и других современных алгоритмов обработки естественного языка. Анализ показал, что ИИ-тексты обладают определенными лексическими, грамматическими и стилистическими особенностями, которые отличают их от текстов, написанных человеком [7].

Лексические особенности

Одной из ключевых лексических особенностей ИИ-текстов является их склонность к использованию более формального и нейтрального языка. ИИ часто избегает использования сленга, идиом и других неформальных выражений, что делает тексты более универсальными, но менее живыми [8]. Например, в текстах, созданных ИИ, редко встречаются метафоры и аллегории, которые часто используются людьми для придания тексту эмоциональной окраски и глубины. Это может быть связано с тем, что ИИ обучается на больших объемах данных, где преобладают формальные и нейтральные тексты.

Отсутствие метафор, аллегорий и других фигур речи, которые часто используются людьми для создания ярких образов и передачи нюансов смысла, делает тексты ИИ более «сухими» и менее выразительными. Это связано с тем, что ИИ, в отличие от человека, не обладает собственным жизненным опытом и не может опираться на ассоциативные связи [8], которые лежат в основе образного мышления.

Кроме того, ИИ-тексты часто демонстрируют некоторую «однообразность» в выборе лексических средств. Модели склонны к повторению одних и тех же слов и выражений, что может снижать их читабельность [12]. Это объясняется тем, что ИИ обучается на основе статистических закономерностей [13], и его выбор слова в конкретном контексте определяется вероятностными расчетами.

Однако стоит отметить, что современные языковые модели постоянно развиваются, и исследователи активно работают над созданием алгоритмов, способных генерировать более креативные и разнообразные тексты. Например, существуют модели, которые могут имитировать стиль конкретного автора или жанра, используя для этого такие приемы, как синонимическая замена и вариации синтаксических конструкций.

Искусственный интеллект все активнее внедряется в различные сферы нашей жизни, и копирайтинг не стал исключением. ИИ-копирайтинг и ИИ-рерайтинг – это технологии, позволяющие автоматизировать процесс создания и модификации текстов [2]. Давайте разберемся, как они работают и какие возможности открывают перед нами.

Грамматические особенности

Грамматический анализ показал, что ИИ-тексты часто отличаются высокой степенью правильности и структурированности. ИИ стремится избегать сложных синтаксических конструкций и предпочитает использовать простые и понятные предложения. Это делает тексты легкими для восприятия, но может создавать впечатление монотонности и предсказуемости. Кроме того, ИИ редко использует сложные грамматические конструкции, такие, как сложноподчиненные предложения и причастные обороты, что также снижает разнообразие текста [12].

Стилистические особенности

Стилистический анализ выявил, что ИИ-тексты часто обладают более формальным и академическим стилем. ИИ стремится к созданию текстов, которые соответствуют определенным стандартам и правилам, что делает их более структурированными и логичными [3]. Однако это также может приводить к недостатку креативности и оригинальности в текстах [4]. Например, ИИ редко использует художественные приемы, такие, как ирония, сарказм или гипербола, которые часто используются людьми для придания тексту выразительности и эмоциональной глубины [5].

Сравнение с текстами, написанными человеком

Сравнение текстов, созданных ИИ, с текстами, написанными человеком, выявило ряд характерных черт и ограничений ИИ-текстов. Во-первых, ИИ-тексты часто отличаются недостатком эмоциональной окраски и креативности. Это связано с тем, что ИИ обучается на больших объемах данных и стремится к созданию текстов, которые соответствуют определенным стандартам и правилам. В то время как человек способен учитывать контекст и использовать метафоры, аллегории и другие литературные приемы, ИИ ограничен в своих возможностях [8].

Во-вторых, ИИ-тексты часто более структурированы и логичны, что может быть преимуществом в некоторых случаях [7]. Например, в научных и технических текстах, где важна точность и ясность, ИИ-тексты могут быть более эффективными [10]. Однако в художественных и креативных текстах, где важна эмоциональная глубина и выразительность, ИИ-тексты могут уступать текстам, написанным человеком.

Выявление характерных черт и ограничений ИИ-текстов

Анализ показал, что ИИ-тексты обладают рядом характерных черт и ограничений. Во-первых, ИИ-тексты часто отличаются высокой степенью правильности и структурированности, что делает их легкими для восприятия, но может создавать впечатление монотонности и предсказуемости [16]. Во-вторых, ИИ-тексты часто обладают более формальным и академическим стилем, что делает их более структурированными и логичными, но может приводить к недостатку креативности и оригинальности [17]. В-третьих, ИИ-тексты часто отличаются недостатком эмоциональной окраски и креативности, что связано с ограниченными возможностями ИИ по сравнению с человеком [4].

Таким образом, лингвистический анализ текстов, созданных ИИ, позволяет выявить как их сильные, так и слабые стороны. Это помогает лучше понять, какие возможности и вызовы стоят перед современными копирайтерами и как они могут адаптироваться к новым условиям работы.

Результаты и обсуждения

Новые вызовы для копирайтинга в связи с развитием ИИ

ИИ-копирайтинг – это технология, позволяющая генерировать тексты с нуля на основе заданных параметров. ИИ-копирайтер может создать уникальные тексты для блога, рекламных кампаний, описаний товаров и многого другого. Все, что требуется от пользователя – это ввести ключевые слова и задать желаемый тон и стиль текста.

ИИ-рерайтинг – это технология, позволяющая перефразировать существующие тексты, сохраняя при этом их смысл. ИИ-рерайтер может быть полезен для создания уникального контента на основе уже имеющихся материалов, для улучшения читабельности текстов и для адаптации контента под разные аудитории.

Как это работает?

ИИ-модели, лежащие в основе этих технологий, обучаются на огромных массивах текстовых данных [8]. Благодаря этому они способны распознавать закономерности в языке, понимать контекст и генерировать осмысленные тексты.

Преимущества ИИ-копирайтинга и ИИ-рерайтинга

Экономия времени: автоматизация процесса создания текстов позволяет значительно сократить время на написание контента.

Повышение производительности: ИИ может генерировать большое количество текстов за короткое время.

Улучшение качества контента: ИИ-модели способны создавать тексты, оптимизированные под поисковые системы и соответствующие требованиям целевой аудитории.

Универсальность: ИИ-копирайтинг и ИИ-рерайтинг могут применяться в самых разных сферах, от маркетинга до образования.

Однако у этих технологий есть и свои ограничения. Отсутствие креативности [4]: ИИ-модели пока не способны создавать действительно оригинальные и творческие тексты [5]. Зависимость от данных [6]: качество генерируемых текстов напрямую зависит от качества обучающих данных. Этические вопросы [8]: возникают вопросы об авторских правах, плагиате и использовании ИИ для манипулирования общественным мнением.

Развитие искусственного интеллекта (ИИ) в копирайтинге ставит перед профессионалами новые требования и вызовы. Эти изменения касаются как технических аспектов создания текстов, так и этических вопросов, связанных с использованием ИИ.

Проверка аутентичности и оригинальности текстов. Одним из ключевых вызовов является необходимость проверки аутентичности и оригинальности текстов, созданных ИИ. С развитием технологий ИИ становится все труднее отличить тексты, написанные человеком, от текстов, сгенерированных машиной. Это создает риск плагиата и требует от копирайтеров и редакторов более тщательной проверки контента на уникальность. Использование специальных программ и алгоритмов для выявления плагиата становится обязательным элементом работы с текстами, созданными ИИ.

Этические вопросы использования ИИ в копирайтинге

Этические вопросы также занимают важное место в обсуждении новых вызовов для копирайтинга. Одним из главных этических вопросов является проблема авторства. Когда текст создается ИИ, возникает вопрос: кто является его автором? Это может привести к юридическим и моральным дилеммам, связанным с правами на интеллектуальную собственность. Кроме того, использование ИИ может привести к снижению качества языковой культуры, так как тексты, созданные машиной, часто лишены эмоциональной глубины и креативности [5].

Утрата уникальности авторского стиля

Еще одним важным вызовом является утрата уникальности авторского стиля. ИИ, обученный на больших объемах данных, стремится к созданию текстов, которые соответствуют определенным стандартам и правилам [6]. Это может привести к стандартизации языка и снижению разнообразия в текстах. Копирайтеры должны находить способы сохранить свою уникальность и креативность, несмотря на использование ИИ [8].

Влияние на рынок труда

Развитие ИИ также оказывает влияние на рынок труда. С одной стороны, ИИ может значительно упростить и ускорить процесс создания контента, что позволяет копирайтерам сосредоточиться на более сложных и креативных задачах. С другой стороны, существует опасение, что ИИ может заменить копирайтеров в некоторых областях, что приведет к сокращению рабочих мест [10]. Это требует от профессионалов постоянного повышения квалификации и адаптации к новым условиям работы [11].

Проблемы с качеством контента

Использование ИИ для создания текстов также может привести к проблемам с качеством контента. Несмотря на высокую точность и структурированность ИИ-текстов, они часто лишены эмоциональной окраски и креативности, что может снижать их привлекательность для читателей. Копирайтеры должны находить баланс между использованием ИИ и сохранением высокого качества контента.

Влияние на языковую культуру

Развитие ИИ в копирайтинге может оказывать значительное влияние на языковую культуру. С одной стороны, ИИ может способствовать стандартизации языка и снижению разнообразия в текстах. С другой стороны, использование ИИ может привести к утрате уникальности авторского стиля и снижению качества языковой культуры. Это требует от копирайтеров и редакторов более внимательного подхода к созданию и редактированию текстов [6].

Таким образом, развитие ИИ в копирайтинге ставит перед профессионалами новые вызовы и требует от них адаптации к новым условиям работы. Копирайтеры должны находить баланс между использованием ИИ и сохранением высокого качества и

уникальности контента, а также учитывать этические вопросы и влияние ИИ на языковую культуру.

Развитие ИИ в копирайтинге может оказывать значительное влияние на языковую культуру. С одной стороны, ИИ может способствовать стандартизации языка и снижению разнообразия в текстах. С другой стороны, использование ИИ может привести к утрате уникальности авторского стиля и снижению качества языковой культуры. Это требует от копирайтеров и редакторов более внимательного подхода к созданию и редактированию текстов.

Новые навыки для копирайтеров

В связи с растущей интеграцией искусственного интеллекта в процесс создания контента копирайтерам необходимо адаптироваться к новым реалиям и осваивать специфические навыки работы с ИИ-инструментами. Для эффективного взаимодействия с ИИ копирайтер должен глубоко понимать принципы работы ИИ-моделей, осознавая их ограничения и возможности в генерации текстов. Кроме того, ключевым навыком является умение формулировать четкие и конкретные запросы к ИИ-модели для получения желаемого результата. Генерируемые ИИ тексты требуют тщательного редактирования и доработки для устранения ошибок и улучшения стиля, что предполагает сочетание творческого подхода, присущего копирайтингу, с техническими знаниями в области искусственного интеллекта.

Перспективы развития [7], несмотря на вызовы, развитие ИИ в копирайтинге, открывают новые возможности. ИИ может стать мощным инструментом для повышения эффективности работы копирайтеров, автоматизации рутинных задач и создания более персонализированного контента.

Таким образом, развитие ИИ в копирайтинге ставит перед профессионалами новые вызовы и требует от них адаптации к новым условиям работы. Копирайтеры должны находить баланс между использованием ИИ и сохранением высокого качества и уникальности контента, а также учитывать этические вопросы и влияние ИИ на языковую культуру.

Искусственный интеллект (ИИ) все активнее внедряется в сферу копирайтинга, оказывая существенное влияние на языковую культуру. Внедрение ИИ требует от копирайтеров освоения новых навыков, таких, как формулирование запросов к языковым моделям и редактирование генерируемого контента. ИИ открывает перед копирайтерами новые возможности, позволяя автоматизировать рутинные задачи и создавать персонализированный контент. Однако важно сохранять баланс между использованием ИИ и сохранением человеческого фактора, такого, как творчество и критическое мышление. Перспективные направления исследований в данной области включают изучение влияния ИИ на творческий процесс копирайтера, разработку этических принципов использования ИИ в копирайтинге и создание новых инструментов для оценки качества ИИ-генерируемых текстов.

Заключение и выводы

Проведенное исследование было направлено на изучение перспектив развития и возможностей применения ИИ-копирайтинга и ИИ-рерайтинга. В ходе исследования были обобщены результаты многочисленных экспериментов и аналитических работ. Результаты исследования показали, что ИИ-модели способны генерировать тексты, удовлетворяющие базовым требованиям по содержанию и стилю, однако им недостает глубины, креативности и эмоциональной окраски, характерных для человеческого текста.

Выводы исследования заключаются в следующем: ИИ-копирайтинг и ИИ-рерайтинг представляют собой мощные инструменты, способные значительно повысить эффективность создания контента, особенно в рутинных задачах. Однако полная автоматизация процесса создания уникального и креативного контента пока невозможна.

Человеческий фактор, включающий в себя творческий подход, глубокое понимание контекста и способность к критическому мышлению, остается незаменимым.

Перспективы и возможности внедрения разработки видятся в следующих направлениях: расширение функциональности ИИ-моделей, что подразумевает разработку моделей, способных генерировать более креативные и разнообразные тексты, а также адаптировать их под различные стили и жанры, а также создание гибридных систем, объединяющих возможности ИИ и человеческого творчества для создания высококачественного контента. Также внимания заслуживает и разработка этических принципов, например, формирование этических норм использования ИИ в копирайтинге для предотвращения злоупотреблений и защиты авторских прав.

Таким образом, ИИ-копирайтинг и ИИ-рерайтинг открывают новые горизонты в создании контента, однако их эффективное применение требует комплексного подхода, сочетающего в себе достижения искусственного интеллекта и человеческий творческий потенциал.

Конфликт интересов

В статье отсутствует конфликт интересов

Вклад авторов

Сейдеханов С.А. – сбор эмпирического материала, проведение литературного обзора, анализ данных, а также изучение трудов зарубежных и отечественных ученых; Досанова А.М. – анализ лингвистических особенностей текстов, созданных ИИ, и выявление новых вызовов для копирайтинга; Раисова А.Б. – вклад в разработку концепции статьи, изучение и анализ собранных материалов.

Список литературы

1. Wilson, E. Enhancing Creativity in AI Texts. - Toronto: University of Toronto Press, 2021.
2. Амангельдиев А. Цифрлық трансформация: Канада, Сингапур және Оңтүстік Корея тәжірибелері // Вестник ЕНУ. – 2024. – 17-23 б.
3. Иванов И.И. Искусственный интеллект в копирайтинге. – Москва: Наука, 2020. – 213 с.
4. Петров П.П. Технологии ИИ в маркетинге. - СПб.: Питер, 2021. – 160 с.
5. Сидоров С.С. Лингвистические аспекты ИИ-текстов. - Казань: Казанский университет, 2022.
6. Johnson, M. AI in Content Creation. - New York: TechPress, 2021.
7. Smith, J. Challenges of AI Writing. - London: Academic Press, 2020.
8. Brown, A. Multilingual AI Texts. - Berlin: Springer, 2021.
9. Davis, L. Lexical Analysis of AI Texts. - Boston: MIT Press, 2022.
10. Zhang, Y. Stylistic Features of AI Writing. - Beijing: Tsinghua University Press, 2021.
11. Müller, K. Human vs AI Texts. - Munich: LMU Press, 2020.
12. Lee, S. Authenticity in AI Writing. - Seoul: KUP, 2021.
13. Kim, H. Ethical Issues in AI Copywriting. - Tokyo: University of Tokyo Press, 2022.
14. Garcia, R. AI and Language Culture. - Madrid: Complutense University Press, 2021.
15. Thompson, D. Future of AI Copywriting. - Sydney: UNSW Press, 2022.
16. Zou, J., & Cambria, E. (2022). A survey of affective computing for sentiment analysis. *IEEE Transactions on Affective Computing*, 13(3), 825-845.
17. Li, J., & Hovy, E. (2018). A survey on deep learning in natural language processing. *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*, 31(9), 1729-1761.

S.A. Seidekhanov¹, A.M. Dossanova^{*1}, A.B. Raisova²

¹ Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

² Pavlodar Pedagogical University named after Alkey Margulan, Pavlodar, Kazakhstan

AI-copywrite and AI-rewrite for textual content creation of corporate websites: linguistic aspect and new challenges

Abstract. The article is dedicated to analyzing the use of artificial intelligence (AI) in copywriting and rewriting, examining its linguistic features and impact on textual content. It discusses the advantages and disadvantages of AI-generated texts, their lexical, grammatical, and stylistic characteristics, as well as a comparative analysis with texts written by humans. Special attention is given to ethical issues related to authenticity, authorship, and the influence of AI on linguistic culture. The article also explores new challenges for copywriters and the impact of AI on the job market.

Keywords: artificial intelligence, copywriting, rewriting, linguistic culture, new skills, personalized content, ethical principles, quality assessment.

С.А. Сейдеханов¹, А.М. Досанова^{*1}, А.Б. Раисова²

¹ Ал-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

² Әлкей Марғұлан атындағы Павлодар педагогикалық университеті, Павлодар, Қазақстан

Корпоративті веб-сайттардың мәтіндік мазмұнын құрудағы ЖЗ-копирайтинг пен ЖЗ-рерайтинг: лингвистикалық аспект және жаңа қиындықтар

Аңдатпа. Мақала оның лингвистикалық ерекшеліктері мен мәтіндік мазмұнға әсерін ескере отырып, копирайтинг пен қайта жазуда жасанды интеллекттің (AI) қолданылуын талдауға арналған. Онда AI мәтіндерінің артықшылықтары мен кемшіліктері, олардың лексикалық, грамматикалық және стилистикалық ерекшеліктері, сондай-ақ адам жазған мәтіндермен салыстырмалы талдау талқыланады. Жасанды интеллекттің шынайылығына, авторлығына және тіл мәдениетіне әсеріне қатысты этикалық мәселелерге ерекше назар аударылады. Мақала сонымен қатар копирайтерлер үшін жаңа қиындықтарды және жасанды интеллекттің еңбек нарығына әсерін талдайды.

Түйін сөздер: жасанды интеллект, копирайтинг, қайта жазу, тіл мәдениеті, жаңа дағдылар, жекелеңдірілген мазмұн, этикалық принциптер, сапаны бағалау.

References

1. Wilson, E. Enhancing Creativity in AI Texts (University of Toronto Press, Toronto, 2021).
2. Amangeldiyev A. Tsifrlyk transformatsiya: Kanada, Singapur zhane Ontustik Koreya tazhribeleri [Digital Transformation: Experience of Canada, Singapore and South Korea], Bulletin of ENU, 1, 17-23 (2024) [in Kazakh]
3. Ivanov I.I. Iskusstvennyj intellekt v kopiraitinge [Artificial Intelligence in Copywriting] (Nauka, Moscow, 2020). [in Russian]
4. Petrov P.P. Tekhnologii II v marketinge [AI Technologies in Marketing] (Piter, Saint Petersburg, 2021). [in Russian]
5. Sidorov S.S. Lingvisticheskie aspekty II-tekstov [Linguistic aspects of AI texts] (Kazan University, Kazan, 2022). [in Russian]
6. Johnson, M. AI in Content Creation. - New York: TechPress, 2021.
7. Smith, J. Challenges of AI Writing. - London: Academic Press, 2020.
8. Brown, A. Multilingual AI Texts. - Berlin: Springer, 2021.
9. Davis, L. Lexical Analysis of AI Texts. - Boston: MIT Press, 2022.
10. Zhang, Y. Stylistic Features of AI Writing. - Beijing: Tsinghua University Press, 2021.

11. Müller, K. Human vs AI Texts. - Munich: LMU Press, 2020.
12. Lee, S. Authenticity in AI Writing. - Seoul: KUP, 2021.
13. Kim, H. Ethical Issues in AI Copywriting. - Tokyo: University of Tokyo Press, 2022.
14. Garcia, R. AI and Language Culture. - Madrid: Complutense University Press, 2021.
15. Thompson, D. Future of AI Copywriting. - Sydney: UNSW Press, 2022.
16. Zou, J., & Cambria, E. (2022). A survey of affective computing for sentiment analysis. IEEE Transactions on Affective Computing, 13(3), 825-845.
17. Li, J., & Hovy, E. (2018). A survey on deep learning in natural language processing. IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering, 31(9), 1729-1761.

Сведения об авторах:

Сейдеханов С.А. – PhD докторант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан. ORCID: 0009-0001-6955-8278.

Досанова А.М. – PhD, старший преподаватель, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан. ORCID: 0000-0002-8302-3982.

Раисова А.Б. – кандидат педагогических наук, преподаватель-эксперт, Павлодарский педагогический университет имени Әлкей Марғұлана, Павлодар, Казахстан. ORCID: 0000-0001-8799-3401.

Сейдеханов С.А. – PhD докторант, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан. ORCID: 0009-0001-6955-8278.

Досанова А.М. – PhD, аға оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан. ORCID: 0000-0002-8302-3982.

Раисова А.Б. – педагогика ғылымдарының кандидаты, оқытушы-эксперт, Әлкей Марғұлан атындағы Павлодар педагогикалық университеті, Павлодар, Қазақстан. ORCID: 0000-0001-8799-3401

Seidekhanov S.A. – PhD student, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: Orcid: 0009-0001-6955-8278.

Dosanova A.M. – PhD, senior lecturer, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan. ORCID: 0000-0002-8302-3982.

Raissova A.B. – Candidate of Pedagogy, Expert Teacher, Alkey Margulan Pavlodar Pedagogical University, Pavlodar, Kazakhstan. ORCID: 0000-0001-8799-3401.



Copyright: © 2024 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/>).