

AVTOMATLAŞDIRILMIŞ JURNALİSTİKA

Əli Hacıyev

*BDU, Multimedia və elektron kommunikasiya kafedrasının müəllimi
alibeybsu@gmail.com*

Xülasə

Çağdaş dövrümüzün ayrılmaz bir hissəsi olan texnologiyanın sürətli inkişafı digər sahələrdə olduğu kimi mediaya da təsirsiz oturmayıb. Bu isə öz növbəsində bir sırada yeni anlayışların yaranması və tətbiqi ilə nəticalanıb.

Mediada yeni istiqamatlardan biri da sünə intellektə söykənan jurnalistikadır. Bu sahə inkişaf etmiş dövlətlərlə maxsus media qurumlarında tədrican formalşmaqdadır.

İnformasiyanın operativ toplanması, hazırlanması, yayımı və son məhsulun qlymat baxımdan maya dayarının ucuz başa galması mediada robot jurnalistikasını gündəmə gətirir. Hamçinin qabaqcıl dövlətlərin bu sahada iş tacribasının öyrənilməsini aktuallaşdırır.

2022-ci ilin noyabrında OpenAI tərəfindən təqdim edilən, insan dilini başa düşən və təfərrüatlı şəkildə insan kimi matn hazırlaya bilən ChatGPT da sünə intellektin məhsuludur. Hazırda onun mediaya təsir potensialı da gündəmədədir.

Açıq sözər: Sünə intellekt, alqoritm, robot jurnalistikası, ChatGPT

Giriş

Digər sahələrdə olduğu kimi müasir jurnalistikada da yeni texnologiyaların mühüm yeri var. Çağdaş dövrda mediada informasiyanın toplanması, hazırlanması və yayımında elmi-texniki təraqqinin son nailiyyətlərindən daha geniş istifadənin şahidi olur. Hazırda dünyanın müxtəlif media qurumlarında, agentliklərində sünə intellekt texnologiyalarından geniş şəkildə istifadə olunur. Önce onu qeyd edək ki, bu istiqamətdə əhəmiyyətli addımlar əsasən 2006-ci ildən sonra atılmışdır. ABŞ-in "Automated Insights" IT şirkəti ilk dəfə olaraq xəbərləri tamamilə sünə intellekt vasitəsilə hazırlayan "StatSheet" veb-saytını yaratmışdır. Hazırda tamamilə sünə intellektindən istifadə edərək xəber hazırlayan xəber saytları az olsa da, sünə intellektindən istifadə edib müxtəlif məzmunlarda xəber hazırlayan media qurumlarının sayı günü-gündən artır. Inkişafda olan bu sahəni araşdırmaq, tətbiq etmək, media mütəxəssislərini və qurumlarını bir araya gatirmək məqsədiylə addımlar atıldı. Belə ki, 2019-cu ildə London İqtisadiyyat və Siyasi Elmlər Məktəbi "JournalismAI" layihəsinə start verdi. Layihə

Müsəvir Azərbaycan mediası - peşəkarlıq standartları və yeni trendlər. Respublikı elmi-praktik konfransı
süni intellektla işləyən texnologiyaların təkif etdiyi imkanları diqqətə çatdırmaq və jurnalistikada süni intellektdən istifadonun nüticələri haqqında müzakirələrə təşviq etmək üçün fealiyyətə başlayıb.

Layihə çərçivəsində aparılan sorğuda xəbər redaksiyalarında süni intellektin nüvə ücün və necə istifadə olunması aşaraşırılmışdı. Məlum olmuşdur ki, xəbər otaqlarında Sİ-əsasən 3 istiqamətdə istifadə olunur:

1. Xəbərin topllanması
2. Xəbər istehsalı
3. Xəbərlərin yayılması (Francesco Marconi, 2020)

Bu gün dünyanın qabaqcıl media orqanlarında automatsızdırılmış jurnalistika istiqamətində süni intellektə söküncənək yeni metodlardan istifadənin yüksəkləşini görür. Automatsızdırılmış xəbərlər toxumın 2010-cu ildə ABŞ-də "Narrative Science" və "Automated Insights" program şirkətləri tərəfindən xəbər otaqlarına təqdim edilmişdir. (Saad Saad & Talat Issa, 2020).

Avtomatlaşdırılmış jurnalistikə

Avtomatlaşdırılmış jurnalistikaya həmçinin algoritmik jurnalistikə və ya robot jurnalistikası da deyilir. Burada xəbər mətnləri kompüter proqramlaşdırılmış hazırlanır. Proqram dataları analiz edir və onları insanların başa düşəcəyi şəkildə formallaşdırır. Algoritma adətən verilmiş irihəcmli informasiyanı arşadır, avvalodan proqramlaşdırılmış müxtalif məqələ formalarını arasından seçim edir, önməli məqamları (ad, yer, məbləğ, reytinq, statistika və s. kimi məlumatları) daxil edir. Ümumiyyətlə, avtomatsızdırılmış jurnalistikə xərici və ya daxili verilənlərin toplusunda məlumat əldə edən və sonra avvalodan yazılım şablonlarında qalan boşluqları doldurdan algoritmının istifadəsinə nəzərdə tutur. Beləliklə, robot jurnalistikasında məlumatlar xəbər hesabatlarına çevirilir. Bunu həyata keçirmək üçün təbii dil yaradma (NLG) üsullarından istifadə olunur. Strukturlaşdırılmış məlumatlar mövcud olduqda və problem təkrarlandığda, robot jurnalistikə idealdir. Məlumatların toplanması, diqqətçəkən hadisələrin müəyyən edilməsi, anlayışların prioritetləşdirilməsi, mətnin yazılıması və noticəde xəberlərin hazırlanması avtomatsızdırılmış jurnalistikənin beş mərhələsidir. Avtomatsızdırılmış jurnalistikə jurnalistlərin müntəzəm reportajlarından azad etmək və onlara çatın layihələr üzündə işləmək üçün daha çox vaxt vermek əsulu kimi nəzərdən keçirilir. O, həmçinin bir çox xəbər qurumlarının maruz qaldığı bəzi maliyyə təzyiqlərini yüngülləşdirərək samarəlilik və xərclərin azaldılmasını təmin edir.

Qeyd edək süni intellekt texnologiyalarından istifadəni asasən inkişaf etmiş dövlətlərin mediasında müşahidə edirik. Robot jurnalistikə təcrübəsindən xüsusilə Amerika və İngiltərə kimi ölkələrdə tabii fəaliyat, məhkəmə, maliyyə, idman və hava xəberlərinin yazılımasına istifadə olunur. "Associated Press", "Yahoo", "Forbes" kimi böyük xəbər qurumları da "Automated Insights" və "Narrative Science" kimi IT şirkətləri ilə əməkdaşlıq edərək süni intellekt texnologiyasını öz jurnalistikə təcrübələrinə integrasiya ediblər. Ən azı idman və maliyyə

Müsəvir Azərbaycan mediası - peşəkarlıq standartları və yeni trendlər. Respublikı elmi-praktik konfransı
kimi əhəmiyyətli dərəcədə məlumatlara güvənən sektorlarda robot jurnalistikə standart halına gəlir. Artıq dünəninin qabaqcıl media qurumları öz fealiyyətlərində yeni texnologiyaların açığında imkanlarından yararlanır.

Bu sahada qabaqcıl ölkələrdən biri Çin Xalq Respublikasıdır. Qeyd olunan dövlətin bu sahənin inkişafına xüsusi ömən vermişdi diqqəti cəlb edir. Belə ki, Çinin Dövlət Şurası tərəfindən verilən boyanatda süni intellektin yüksək səviyyədən yeni güc qazınağı olıb biləcəyi sənədlərin və qeyd edilir ki, Çin süni intellekt sahəsində 2020-ci ilə qədər öməni innovasiya mərkəzi, 2030-cu ilə qədər isə bu sahədə dünya lideri olmayı planlaşdırır. (Vincen Wang, Huw Roberts, Josh Cowls, Jessica Morley, Mariarosaria Taddeo, and Luciano Floridi, 2019).

Bu gün süni intellekt artıq xəbər otagi əməliyyatlarında automatsızdırılmış köməkçilər və əgilli axtarış motorları kimi mövcuddur. Hazırkı xəbər qurumlarında bir çoxu automatsızdırılmış jurnalistikə üzündə işləyir və onu auditoriyaya bir neçə fərqli yolla təqdim edir.

"JournalismAI" layihəsinin direktoru Çarli Bekketin bildirdiyinə görə, 2019-cu ildə Avropa, Şimali Amerika, Cənubi Amerika və Asiyadan 32 ölkəsinin 71 xəbər təşkilatı arasında aparılan sorğunun nüticələrinə asasən artıq on təşkilatdan təxminən dördü süni intellekt strategiyalarını tətbiq edib. (Laurence Dierickx, 2021).

Bekket süni intellektin tezlikdə gündəlik jurnalistikada da daha geniş yer alacağına inanır. Bu da jurnalistin əməyini yüngülləşdirmək, xəbərin hazırlanmasının təhlükəsizliyini və materialın maliyyə vəsaitlərinin azalmasını təmin etmək deməkdir.

Avstriyalı jurnalist Aleksander Fanta 2017-ci ildə apardığı araşdırmadada isə Avropa xəbər agentliklərinin eksarıyyətinin avtomatsızdırımıya üstünlük verdiyini vurğulayıb. Onun fikrincə, maşınla yazılmış həkayələr təqdim olunan faktların derinliyi və tanqıçı tadqiqindən məhrümür, lakin xəbər rəqəmlərinin qısa xülasəsinin və ya həyəkinin ilki versiyasını təqdim edə bilər.

Eyni zamanda nəzərə almaq lazımdır ki, jurnalistikə heç də tamamilə avtomatsızdırıla bilməz. Burada insan faktoru çox ömaliyidir. Jurnalistlər sadəcə məlumat vermir. Keçmiş jurnalist, Porto Universitetinin professoru Fernando Zamitin dediyi kimi: "Dəqiqlik düzgün yoxlama tələb edir. Robotlar isə bunu hemişi edə bilmir". (Laurence Dierickx, 2021).

Robot jurnalistikasının imkanları və çatışmayan cəhətləri

Bir qədər də robot jurnalistikasının imkanları və üstün cəhətlərini aşaqıdaqıq:

Avtomatlaşdırma xəbərlərin sürətli yayımına imkan verir – məlumatın mənbəyi elçətan olduqda, həkaya demək olar ki, dərhal hazırlanır. Robot jurnalistlər daha sürətli böyük həcmində məlumat istehsal etmək üçün nəzarədə tutulub. Onların 150-dən 300-ə qədər sözdən ibarət parçalar yaradı bildiyi müddətdə jurnalistlərin rəqəmləri təhlil etməsi və digər qurumların məlumatlarından istifadə etməklə məzmunu tərtib etməsi tələb olunur. Müntəzəm

məqalələr və fəaliyyətlər avtomatlaşdırılarsa, jurnalistlərin araştırma reportajları və hadisələrin dərin təhlili kimi çatın işlərə daha çox vaxtı olacaq. (Suma-na Bhattacharya, 2021).

Həmçinin daha az vaxtda daha çox material hazırlamaq imkani olduğu üçün avtomatlaşdırılmış jurnalistikada ucuz başa gəlir. Bu, həm də xəbər qurumlarının ödəniləcək əmək haqqına qanət edir. Informasiyanın hazırlanmasında azaldılmış insan fəaliyyəti, əmək haqqı, ödənişli məzuniyyət, məzuniyyət və məqsulluq siyortası xərçərin azaldılması deməkdir. Məhdud resurslarla əhatə dairəsinin və keyfiyyətinin saxlaması arzusunda olan xəbər təşkilatları üçün avtomatlaşdırma xərçərin azaldılması tabii ki, arzuolunur variantdır.

Bunlardan əlavə avtomatlaşdırılmış jurnalistik sistemləri orfoqrafiya və ya riyazi səhvlər kimi kobud səhvərlər və yerdənmiş iştirakçıların xətələrə dəha az mənzilidir. Başqa sözə, onların daşıqlılığı aməkdaşlarından daha üstündür. Bir şərtlə ki, kodu düzgün və əsas məlumatları daşıq olmalıdır. (Patric White, 2020).

Digər tərəfdən fərdiləşdirilmiş xəbər məzmununu yaratmaq baxımından avtomatlaşdırılmış jurnalistikə istifadə oluna bilir. Belə ki, oxucuların xəbər saytındaki davranışlarına əsasən, alqoritmalar fərdlərin bayındırıcı xəbər növlerini, bayındırıcı komandanları, yaşadıqları regionu müəyyən edir və hər bir oxucuya uyğun "fərdiləşdirilmiş" məzmun təklif edə bilir.

Avtomatlaşdırılmış jurnalistikən üstünlükleriyle yanaşı onların çatışmayan cəhətləri de mövcuddur. Bu məqamlara diqqət yetirək:

Alqoritmlar tərəfindən yazılımış məqalədə müəllif kimi kimin göstərilməsi olduğu ilə bağlı bezañ anlaşılmazlıq olur. Müəllifi dair araşdırırmalar müəyyən etdi ki, bəzi iştirakçılar programçı, digərləri isə işin aməkdaşlıq aspektini vurğulayaraq xəbər təşkilatını müəllif kimi görürəl.

Bundan əlavə robot tərəfindən yazılış xəbərin oxucu tərəfindən necə mənimşənilməsi məsələsi də ortaya çıxır.

Həmçinin robot jurnalistikə tacirübəsinin gotirdiyi an mühüm risklərdən biri də alqoritmalar tərəfindən yaradılan natamam və ya sehv (dezinformasiya) xəbər mətnləridir. Belə ki, məlumatlar əsasında xəbər mətnlərinin yaradılması prosesində texniki xətalara görə bəzi məlumatlar natamam və ya sehv təqdim oluna bilər. Buna görə də natamam və yanlış məlumat kimi bir vəziyyət yaranıbilər. (Patric White, 2020).

Dünyanın aparıcı xəbər təşkilatlarında robot jurnalistikə tacirubəsi

Bu sahənin inkişafı böyük maliyyə vasitəsi tələb edir. Aparıcı media qurumlarının bu texnologiyalara daha çox çıxış alması də bununla əlaqəlidir.

2012-ci ildən avtomatlaşdırılmış jurnalistikən sərtələyinə yaradıldığını və The New York Post, Bloomberg və The Washington Post kimi xəbər nəhanglarının öz redaksiyalarında avtomatlaşdırılmış jurnalistikəni tətbiq etdiyini qeyd edə bilər.

"Associated Press" xəbər agentliyinin (AP) bu sahədə gördüyü işlərə nəzər salaq. AP xəbər agentliyi özünün rəsmi internet sahifəsinin və bu quru-

mun dönyanın müxtəlif nöqtələrində yerləşən 263 ofisində çalışan işçilərinin üçdə ikisinin jurnalistikə təhsili almış "peşəkar" jurnalistlərdən ibarət olduğunu bildirir. Gündə orta hesabla 2000 xəbər mətni, ilde 1 milyon fotoskil və 50000 videonu auditoriyaçı təqdim etdiyini nəzərə alsaq, AP-nin yerinə yetirməli olduğu iş yüksəkliyi həcmi başa düşülür. Bu sababdan bu qurum 2015-ci ilin yanvarında xəbər mətnlərinin yaradılmasında suni intellekt texnologiyasından, yeni alqoritmardan yararlanmaya başlığını açıqladı.

Bu xəbər agentliyində robot jurnalistikə tacirubəsindən xüsusi iqtisadi xəbərlərin hazırlanmasında istifadə olunur. Bununla da AP jurnalistlərinin işinin əhəmiyyətli hissəsi "alqoritmərə" keçir. Alqoritmalar Amerikanın hər rübü nəticəsində ortaya çıxan iqtisadi məlumatların xəbər mətnlərinə çevriləməsindən sonra dərəcə faydalı görünür.

AP xəbər agentliyi iqtisadiyyat xəbərləri ilə yanşa, həm də idman xəbərlərinin yazılmasında da suni intellekt texnologiyasından istifadə edir.

Mərkəzi Amerikanın Kaliforniya ştatında yerləşən Amerikanın ən böyük və en çox oxunur qəzetlərindən biri olan "Los Angeles Times" qəzeti 2014-cü ildən barə tabib falakat və kriminal xəbər mətnlərinin yaradılması və təqdimatında alqoritmardan faydalanan.

ChatGPT-nin jurnalistikaya təsiri

OpenAI-nin 2022-ci ilin noyabr ayında suni intellektla işləyən ChatGPT-ni istifadəyə verməsindən sonra jurnalistlər onun xəbər sənayesinə potensial təsiri mütəzakirə etməyə başladılar.

Bununla əlaqədar Data & Society-nin tədqiqat direktoru Jenna Burrellin ChatGPT-dan faydalı istifadə etməkla bağlı jurnalistlərə verdiyi məsləhətlər də məraq doğurur:

O bildirlər ki,

1. ChatGPT anlayışları sadələşdirə bilər.

Jurnalistlərin qarşısında duran an mühüm vəzifələrdən biri mürəkkəb mővzuların geniş auditoriya üçün sadələşdirilməsidir. ChatGPT də bunu bacarı. Dil modelindən istifadə jurnalistlərə abstract və ya akademik məqalənin bir hissəsinin ChatGPT-ə qoşmağa və program təminatından onu sadələşdirməyi xahiş etməyə imkan verir. Jurnalist məqalənin müəllifindən müsahibə götürmədən avval onu və ya fikri dəha yaxşı başa düşmək üçün bu vasitədən istifadə edə bilər.

2. O, müsahibə üçün suallar hazırlanmasında kömək edə bilər.

Jurnalistlər müsahibəyə hazırlaşmaq məqsədiylə ChatGPT-dən istifadə edə bilərlər. Müsahibə mövzusu üçün düşündürünüz sualları sadaladıqdan sonra program onlardan modelləşdirilmiş dəha çox sual yaradacaq. O, həmçinin evvəlki müsahibəni və ya müsahibin yazdığı məqaləni köçürü və bu mövzü ilə bağlı suallar hazırlaya bilər.

ChatGPT redaktor köməkçisi kimi də istifadə edilə bilər. Jurnalistlər məqalələri redaktorlara göndərməzdən əvvəl sonuncu baxış üçün proqrama

daxil edə bilərlər. Bununla belə, onlar aləvə edilən hər bir məlumatın yalan olmadığını əmin olmaq üçün ChatGPT-nin etdiyi dayışıklıkları nəzərdən keçirməli və faktları yoxlamalıdır. (Marina Cemaj Hochstein, 2023).

ChatGPT-jurnalistlərə müxtəlif tapşırıqlarda köməklik etdəsə, mediada bu texnologiyadan istifadənin məhdudiyyətlərini və çatışmazlıqlarını da qeyd etmək lazımdır. Bunlar isə informasiyanın dəqiqliyi, təqnid düşüncə və yaradıcılıq imkanlarının olmamasıdır.

Notica

Süni intellekt bir çox peşə və biznes sahələrində olduğu kimi medianın da işinə təsir edir və bu tendensiya getdikcə sürətlənir. Bunu əsasən biz dünənin aparıcı xəber təşkilatlarının timsalında görürük. Süni intellektin media intergrasiyası nöticəsində jurnalistikada avtomatlaşdırılmış jurnalistika, dron jurnalistikası, robot aparıcılar vs. kimi bir sırə yeni anlayışlar yarandı. Avtomatlaşdırılmış jurnalistica- bu sahənin inkişafı böyük yarımın talab etdiyi üçün ilk olaraq əsasən dünənin aparıcı media qurumları bu texnologiyalardan faydalanaşmağa başlıdlar. Xəber mətnlərinin hazırlanmasında süni intellekt texnologiyaların, başqa sözə, robot jurnalistikasının imkanlarından ilk olaraq yararlanan başlıca xəber agentlikləri kimi "Associated Press" xəber agentliyini, "Forbes" jurnalını, "Los Angeles Times" qəzetini, "Yahoo"nu misal göstərmək olar. (Saad Saad & Talat Issa, 2020).

Yuxarıda qeyd etdiklərimizi istinad edərək deyə bilarık ki, xəber mətnlərinin hazırlanmasında süni intellekt texnologiyalarından, başqa sözə, robot jurnalistikasının təklif etdiyi imkanlardan yararlanan media qurumlarının sayı getdikcə artır. "Narrative Science" in həmtəsisçisi Kristian Hammond məsahibəsində 2030-cu ilə qədər media məzmununun 90%-nun alqoritmalarla yazılışacağını bildirmişdir. Digər bir proqnoza əsasən isə növbəti 15 il arzində robotların biznes və maliyyəye aid məqalələrin 90%-ni istehsal edəcəyi gözlənilir. (Saad Saad & Talat Issa, 2020).

Bəli ki, avtomatlaşdırılmış jurnalistikakanın köməyiyle daha qısa zaman ərzində orfoqrafiyı baxımdan sahvis xəber hazırlamaq mümkündür. Eyni zamanda robot jurnalistikasının tətbiqi informasiyanın hazırlanmasında jurnalist əməyinin azaldılmasına deməkdir ki, bu da öz növbəsində xəber qurumlarının ödəməli olduğu əmək haqqına qənaət edir. Lakin bütün bunlarla yanaşı avtomatlaşdırılmış jurnalistikakanın çatışmaya tarşlığı da var. Bunlar əsasən alqoritm tərəfindən yazılışımız məqsəlidə müəllif kimi kimin göstərilməli olduğunu ilə bağlı bəzən anlaşılmazlığı olmasa, robot tərəfindən yazılışmış xəberin oxucu tərəfindən necə mənimşənilməsi ilə əlaqədardır.

2022-ci ilin sonlarında süni intellektlə işləyen ChatGPT bazara təqdim olundu. O, mənbələrə əlaqə saxlamağı və məlumatı daha şəxsləri və dəqiqliklə toplamağa imkan verən təbii dil emalı (NLP) aləti olduğunu üçün media qurumları tərəfindən da maraqla qarşılıqlı. Bu süni intellektlə işləyen çatbotun köməyiyle jurnalistlər tez və asanlıqla müxtəlif mənbələrdən, o cümlədən sosial

mediadan, xəber agentliklərindən və hətta ayrı-ayrı şəxslərdən məlumat alda edə bilərlər.

Lakin sünü intellekt, şübhəsiz ki, yaxın gelecekdə jurnalisti tamamilə əvəz edə bilməyəcək, əksinə, insanlar sünü intellektin nəzarətçiləri olaraq qalacaqlar və öz işlərini sürətli, dəqiqli və daha şəxsləri yerinə yetirmək üçün bu texnologiyalardan faydalanaşcaqlar.

Sünü intellektin mediya gətirdiyi yenilikləri isə qurumlarda tətbiq etmək üçün aparıcı media qurumlarının rəhbərələri əməkdaşlarının bu istiqamətdə maariflənməsinə dəha çox diqqət ayırmalıdır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

1. Anja Wölker, Tom Powell "Algorithms in the newsroom? News readers' perceived credibility and selection of automated journalism", Journalism 22(14), 2018
2. Francesco Marconi, "Newsmakers: Artificial Intelligence and Future of Journalism" Columbia University Press, PP 216, 2020
3. Graefe, A. "Guide to Automated Journalism", New York, NY: Tow Center for Digital, 2016.
4. Jason Whittaker, "Tech Giants, Artificial Intelligence, and the Future of Journalism", Routledge Research in Journalism, 2019
5. Linden, G. C. "Decades of Automation in the Newsroom", Digital Journalism, 5(2), PP. 123-140, 2017
6. Saad Saad, Talat Issa "Integration or Replacement: Journalism in the Era of Artificial Intelligence and Robot Journalism", International Journalism of Media, Journalism and Mass Communications Volume 6, Issue 3, PP 01-13, 2020
7. Vincent Wang, Huw Roberts, Josh Cowls, Jessica Morley, Mariarosaria Tedde, Luciano Floridi "The Chinese approach to artificial intelligence: an analysis of policy, ethics, and regulation", PP 59-77, 2019
8. <https://www.goethe.de/pnj/k40/en/lan/alj.html>, Barbara Gruber. "Facts, fakes and figures: How AI is influencing journalism" Goethe-Institut, 2020
9. https://www.ethics.org/artificial-intelligence-and-#_YmKZI2hBxaQ
10. Laurence Dierickx "Artificial intelligence and journalism: a race with machines", Equal Times, 2021
11. <https://theconversation.com/how-artificial-intelligence-can-save-journalism-137544>, Patrick White "How artificial intelligence can save journalism", The Conversation, 2020
12. <https://www.analyticsinsight.net/robot-journalism-a-new-way-of-reporting-breaking-news/>, Sumana Bhattacharya, "Robot journalism: a new way of reporting breaking news", Analytics Insight 2021.
13. <https://www.icfi.org/news/benefits-and-pitfalls-chatgpt-journalists>, Marina Cemaj Hochstein "The Benefits and Pitfalls of ChatGPT for Journalists", 2023
14. <https://campaignme.com/the-year-ahead-for-automated-journalism-by-nabd-shams-al-attar/> Nabd's Shams Al-Attar "The year ahead for automated journalism", 2022

Ali Hacıyev

Automated journalism

Summary

The rapid development of the technology influenced not only the media but also other areas. Thus, as a result of that, a number of new concepts emerged and were applied.

One of the new directions in the media is robot journalism. So this new field of journalism is based on AI. Today, robot journalism gradually forms in the leading media agencies in many developed countries.

The rapid collection, preparation, and dissemination of information, as well as the low cost of the final product, put robot journalism at the forefront of the media. It actualizes the study of the experience of leading countries in this field.

In November 2022, OpenAI introduced ChatGPT, an artificial intelligence chatbot that understands human language and can produce detailed, human-like text. Currently, its potential to influence journalists is also on the agenda.

Keywords: AI, algorithm, robot journalism, ChatGPT

Али Гаджиев

Автоматизированная журналистика

Резюме

Стремительное развитие технологий, являющейся неотъемлемой частью нашей современной эпохи, не оставило средства массовой информации без своего влияния. Это, в свою очередь, привело к созданию и применению ряда новых концепций.

Одно из новых направлений в СМИ — журналистика, опирающаяся на искусственный интеллект. Это сфера постепенно формируется в СМИ развитых стран.

Оперативный сбор, подготовка, распространение информации и дешевизна конечного продукта выдвигают роботизированную журналистику на первый план. Это делает актуальным изучение опыта работы передовых стран в этой области.

ChatGPT, запущенный OpenAI в ноябре 2022 года, также является продуктом искусственного интеллекта, который понимает человеческий язык и может создавать подробный текст, похожий на человеческий. В настоящее время актуален его потенциальное влияние на медиа.