

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 ötüşməyib. Bu isə öz növbəsində bir sıra yeni anlayışların yaranması və tətbiqi ilə nəticələnib.

Mediada yeni istiqamətlərdən biri də süni intellektə söykənən jurnalistikadır. Bu sahə inkişaf etmiş dövlətlərə məxsus media qurumlarında tədricən formalaşmaqdadır.

İnformasiyanın operativ toplanması, hazırlanması, yayımı və son məhsulun qiymət baxımından maya dəyərinin ucuz başa gəlməsi mediada robot jurnalistikasını gündəmə gətirir. Həmçinin qabaqcıl dövlətlərin bu sahədə iş təcrübəsinin öyrənilməsini aktuallaşdırır.

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

Açar sözlər: Süni intellekt, alqoritm, robot jurnalistikası, ChatGPT

Giriş

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

süni intellektlə işləyən texnologiyaların təklif etdiyi imkanları diqqətə çatdırmaq və jurnalistikada süni intellektin istifadəsinin nəticələri haqqında müzakirələrə təşviq etmək üçün fəaliyyətə başlayıb.

Layihə çərçivəsində aparılan sorğuda xəbər redaksiyalarında süni intellektdən nə üçün və necə istifadə olunması araşdırılmışdır. Məlum olmuşdur ki, xəbər otaqlarında SI əsasən 3 istiqamətdə istifadə olunur:

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

Bu gün dünyanın qabaqcıl media orqanlarında avtomatlaşdırılmış jurnalistika istiqamətində süni intellektə söykənərək yeni metodlardan istifadəsinin yüksəlişini görürük. Avtomatlaşdırılmış xəbərlər təxminən 2010-cu ildə ABŞ-da "Narrative Science" və "Automated Insights" program şirkətləri tərəfindən xəbər otaqlarına təqdim edilmişdir. (Saad Saad&Talat Issa, 2020).

Avtomatlaşdırılmış jurnalistika

Avtomatlaşdırılmış jurnalistikaya həmçinin alqoritmik jurnalistika və ya robot jurnalistikası da deyilir. Burada xəbər mətnləri kompüter proqramları tərəfindən hazırlanır. Program dataları analiz edir və onları insanların başa düşəcəyi şəkildə formalaşdırır. Alqoritmə adətən verilmiş irihəcmli informasiyanı araşdırır, əvvəlcədən proqramlaşdırılmış müxtəlif məqalə formatları arasından seçim edir, önəmli məqamları (ad, yer, məbləğ, reyting, statistika və s. kimi məlumatları) daxil edir. Ümumiyyətlə, avtomatlaşdırılmış jurnalistika xarici və ya daxili verilənlər toplusunda məlumat əldə edən və sonra əvvəlcədən yazılmış şablonlarda qalan boşluqları dolduran alqoritmlərin istifadəsinə nəzərdə tutur. Beləliklə, robot jurnalistikasında məlumatlar xəbər hesabatlara çevrilir. Bunu həyata keçirmək üçün təbii dil yaratma (NLG) üsullarından istifadə olunur. Strukturlaşdırılmış məlumatlar mövcud olduqda və problem təkrarlandıqda, robot jurnalistika idealdir. Məlumatların toplanması, diqqətçəkən hadisələrin müəyyənləşdirilməsi, anlayışların prioritetləşdirilməsi, mətnin yazılması və nəticədə xəbərlərin hazırlanması avtomatlaşdırılmış jurnalistikanın beş mərhələsidir. Avtomatlaşdırılmış jurnalistika jurnalistləri müntəzəm reportajlardan azad etmək və onlara gətirilmiş layihələr üzərində işləmək üçün daha çox vaxt vermək üsulu kimi nəzərdə keçirilir. O, həmçinin bir çox xəbər qurumlarının məruz qaldığı bəzi maliyyə təzyiqlərini yüngülləşdirərək səmərəlilik və xərclərin azaldılmasını təmin edir.

Qeyd edək süni intellekt texnologiyalarından istifadəni əsasən inkişaf etmiş dövlətlərin mediasında müşahidə edirik. Robot jurnalistika təcridindən xüsusilə Amerika və İngiltərə kimi ölkələrdə təbii fəlakət, məhkəmə, maliyyə, idman və hava xəbərlərinin yazılmasında 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 jurnalistika təcridlərinə inteqrasiya ediblər. Ən azı idman və maliyyə

kimi əhəmiyyətli dərəcədə məlumatlara güvənən sektorlarda robot jurnalistikası standart halına gəlir. Artıq dünyanın qabaqcıl media qurumları öz fəaliyyətlərində yeni texnologiyaların açdığı imkanlardan yararlanırlar.

Bu sahədə qabaqcıl ölkələrdən biri də Çin Xalq Respublikasıdır. Qeyd olunan dövlətin bu sahənin inkişafına xüsusi önəm verməsi diqqəti cəlb edir. Belə ki, Çinin Dövlət Şurası tərəfindən verilən bəyanatda süni intellektin yüksəliş yolunda yeni güc qaynaqları ilə biləcəyi söylənilir və qeyd edilir ki, Çin süni intellekt sahəsində 2020-ci ilə qədər önəmli innovasiya mərkəzi, 2030-cu ilə qədər isə bu sahədə dünya lideri olmağı planlaşdırır. (Vincent Wang, Huw Roberts, Josh Cowles, Jessica Morley, Mariarosaria Taddeo, and Luciano Floridi, 2019).

Bu gün süni intellekt artıq xəbər otağı əməliyyatlarında avtomatlaşdırılmış köməkçilər və ağıllı axtarış motorları kimi mövcuddur. Hazırda xəbər qurumlarının bir çoxu avtomatlaşdırılmış jurnalistika üzərində 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 Asiyanın 32 ölkəsinin 71 xəbər təşkilatı arasında aparılan sorğunun nəticələrinə əsasən artıq on təşkilatdan təxminən dördü süni intellekt strategiyalarını tətbiq edib. (Laurence Dierckx, 2021).

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

Avtstriyalı jurnalist Aleksander Fanta 2017-ci ildə apardığı araşdırmada isə Avropa xəbər agentliklərinin əksəriyyətinin avtomatlaşdırmaya üstünlük verdiyini vurğulayıb. Onun fikrincə, məşinlə yazılmış hekayələr təqdim olunan faktların dərinliyi və tənqidi tədqiqindən məhrumdur, lakin xəbər rəqəmlərinin qısa xülasəsini və ya hekayənin ilk versiyasını təqdim edə bilər.

Eyni zamanda nəzərə almaq lazımdır ki, jurnalistika heç də tamamilə avtomatlaşdırıla bilməz. Burada insan faktoru çox önəmlidir. Jurnalistlər sadəcə məlumat vermir. Keçmiş jurnalist, Porto Universitetinin professoru Fernando Zamitin dediği kimi: "Dəqiqlik düzgün yoxlama tələb edir. Robotlar isə bunu həmişə edə bilmir". (Laurence Dierckx, 2021).

Robot jurnalistikasının imkanları və çatışmayan cəhətləri

Bir qədər də robot jurnalistikasının imkanları və üstün cəhətlərini araşdıraraq:

Avtomatlaşdırma xəbərlərin sürətli yayımına imkan verir –məlumatın mənbəyi eləcədən olduqda, hekayə demək olar ki, dərhal hazırlana bilər. Robot jurnalistlər daha sürətlə böyük həcmdə məlumat istehsal etmək üçün nəzərdə tutulub. Onların 150-dən 300-ə qədər sözdən ibarət parçalar yarada bildiyi müddətdə jurnalistlərin rəqəmləri təhlil etməsi və digər qurumların məlumatlarından istifadə etməklə məzmunu tərtib etməsi tələb olunur. Müntəzəm

məqalələr və fəaliyyətlər avtomatlaşdırılarsa, jurnalistlərin araşdırma reportajları və hadisələrin dərin təhlili kimi çətin işlərə daha çox vaxt olacaq. (Sumana Bhattacharya, 2021).

Həmçinin daha az vaxtda daha çox material hazırlamaq imkanı olduğu üçün avtomatlaşdırılmış jurnalistika daha ucuz başa gəlir. Bu, həm də xəbər qurumlarının ödəniləcək əmək haqqına qənaət edir. İnformasiyanın hazırlanmasında azaldılmış insan fəaliyyəti, əmək haqqı, ödənişli məzuniyyət, məzuniyyət və məşğulluq sığortası xərclərinin azaldılması deməkdir. Məhdud resurslarla əhatə dairəsini və keyfiyyətini saxlamaq arzusunda olan xəbər təşkilatları üçün avtomatlaşdırma xərclərinin azaldılması təbii ki, arzuolunan variantdır.

Bunlardan əlavə avtomatlaşdırılmış jurnalistika sistemləri orfoqrafiya və ya riyazi səhvlər kimi kobud səhvləri yol vermədiyi üçün xətalara daha az meyillidir. Başqa sözlə, onların daqiqliyi əməkdaşlardan daha üstündür. Bir şərtlə ki, kodu düzgün və əsas məlumatları daqiq olmalıdır. (Patric White, 2020).

Digər tərəfdən fərdiləşdirilmiş xəbər məzmunu yaratmaq baxımından avtomatlaşdırılmış jurnalistika istifadə oluna bilər. Belə ki, oxucuların xəbər saytındakı davranışlarına əsasən, alqoritmlər fərdilərin bəyəndiyi xəbər növlərini, bəyəndikləri komandaları, yaşadıkları regionu müəyyən edir və hər bir oxucuya uyğun "fərdiləşdirilmiş" məzmun təklif edə bilər.

Avtomatlaşdırılmış jurnalistikanın üstünlükləriylə yanaşı onların çatışmayan cəhətləri də mövcuddur. Bu məqamlara diqqət yetirək:

Alqoritm tərəfindən yazılmış məqalədə müəllif kimi kimin göstərilməli olduğu ilə bağlı bəzən anlaşılmazlıq olur. Müəllifiyi daha arıq araşdırmaq müəyyən etdi ki, bəzi iştirakçılar proqramçı, digərləri isə işin əməkdaşlıq aspektini vurğulayaraq xəbər təşkilatını müəllif kimi görürlər.

Bundan əlavə robot tərəfindən yazılmış xəbərin oxucu tərəfindən necə mənimsənilməsi məsələsi də ortaya çıxır.

Həmçinin robot jurnalistika təcrübəsinin gətirdiyi ən mühüm risklərdən biri də alqoritmlər tərəfindən yaradılan natamam və ya səhv (dezinformasiya) xəbər mətnləridir. Belə ki, məlumatlar əsasında xəbər mətnlərinin yaradılması prosesində texniki xətalara görə bəzi məlumatlar natamam və ya səhv təqdim oluna bilər. Buna görə də natamam və yanlış məlumat kimi bir vəziyyət yaranı bilər. (Patric White, 2020).

Dünyanın aparıcı xəbər təşkilatlarında robot jurnalistika təcrübəsi

Bu sahənin inkişafı böyük maliyyə vəsaiti tələb edir. Aparıcı media qurumlarının bu texnologiyalara daha çox çıxış əldə etməsi də bununla əlaqədardır. 2012-ci ildən avtomatlaşdırılmış jurnalistikanın sürətlə yayıldığını və The New York Post, Bloomberg və The Washington Post kimi xəbər nəşrlərinin öz redaksiyalarında avtomatlaşdırılmış jurnalistikanı tətbiq etdiyini qeyd edə bilərik.

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

mun dünyanın müxtəlif nöqtələrində yerləşən 263 ofisində çalışan işçilərinin üçdə ikisinin jurnalistika təhsili almış "peşakar" jurnalistlərdən ibarət olduğunu bildirir. Gündə orta hesabla 2000 xəbər mətni, ildə 1 milyon fotosəkil və 50000 videonu auditoriyaya çatdırılması olduğunu nəzərə alsaq, AP-nin yerinə yetirməli olduğu iş yükünün həcmi başa düşüləndir. Bu səbəbdən bu qurum 2015-ci ilin yanvarından xəbər mətnlərinin yaradılmasında süni intellekt texnologiyasından, yəni alqoritmlərdən yararlanmağa başladığını açıqladı.

Bu xəbər agentliyində robot jurnalistika təcrübəsindən xüsusilə iqtisadi xəbərlərin hazırlanmasında istifadə olunur. Bununla da AP jurnalistlərinin işinin əhəmiyyətli hissəsi "alqoritmlərə" keçir. Alqoritmlər Amerikanın hər rüb notəsində ortaya çıxan iqtisadi məlumatların xəbər mətnlərinə çevrilməsində son dərəcə faydalı görünür.

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

Mərkəzi Amerikanın Kaliforniya ştatında yerləşən Amerikanın ən böyük və ən çox oxunan qəzetlərindən biri olan "Los Angeles Times" qəzeti 2014-cü ildən bəri təbii fəlakət və kriminal xəbər mətnlərinin yaradılması və tədqiqatında alqoritmlərdən faydalanır.

ChatGPT-nin jurnalistikaya təsiri

OpenAI-nin 2022-ci ilin noyabr ayında süni intellektlə işləyən ChatGPT-ni istifadəyə vermasından sonra jurnalistlər onun xəbər sənayesinə potensial təsirini müzakirə etməyə başladılar.

Bununla əlaqədar Data & Society-nin tədqiqat direktoru Jenna Burrellin ChatGPT-dən faydalı istifadə etməkə bağlı jurnalistlərə verdiyi məsləhətlər də maraq doğurur:

0 bildirir ki,

1. ChatGPT anlayışları sadələşdirə bilər.

Jurnalistlərin qarşısında duran ən mühüm vəzifələrdən biri mürəkkəb mövzuların geniş auditoriyaya üçün sadələşdirilməsidir. ChatGPT də bunu bacarır. Dil modelindən istifadə jurnalistlərə abstrakt və ya akademik məqalənin bir hissəsini ChatGPT-ə qoşmağa və proqram təminatından onu sadələşdirməyi xahiş etməyə imkan verir. Jurnalist məqalənin müəllifindən müsahibə götürmədən əvvəl onu və ya fikri daha 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 düşündüyünüz sualları sadələşdikdən sonra proqram onlardan modeləşdirilmiş daha çox sual yaradacaq. O, həmçinin əvvəlki müsahibəni və ya müsahibin yazdığı məqaləni köçürə və bu mövzu ilə bağlı suallar hazırlaya bilər.

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

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

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

Nəticə

Süni intellekt bir çox peşə və biznes sahələrində olduğu kimi medianın da işinə təsir edir və bu tendensiya gətirdikə sürətlənir. Bunu əsasən biz dünyanın aparıcı xəbər təşkilatlarının təmsilində görürük. Süni intellektin mediaya integrasiyası nəticəsində jurnalistikada avtomatlaşdırılmış jurnalistika, dron jurnalistikası, robot aparıcılar və s. kimi bir sıra yeni anlayışlar yaranır. Avtomatlaşdırılmış jurnalistika- bu sahənin inkişafı böyük yatırım tələb etdiyi üçün ilk olaraq əsasən dünyanın aparıcı media qurumları bu texnologiyalardan faydalanmağa başladılar. Xəbər mətnlərinin hazırlanmasında süni intellekt texnologiyalarından, başqa sözlə, robot jurnalistikasının imkanlarından ilk olaraq yararlanılan başlıca xəbər agentlikləri kimi "Associated Press" xəbər agentliyini, "Forbes" jurnalını, "Los Angeles Times" qəzetini, "Yahoo"nu misal göstərmək olar. (Saad Saad & Talat Issa, 2020).

Yuxarıda qeyd etdiklərimizə istinad edərək deyə bilərik ki, xəbər mətnlərinin hazırlanmasında süni intellekt texnologiyalarından, başqa sözlə, robot jurnalistikasının təkildə etdiyi imkanlardan yararlanılan media qurumlarının sayı getdikcə artır. "Narrative Science"-in həmtəsisçisi Kristian Hammond müsahibəsində 2030-cu ilə qədər media məzmununun 90%-nin alqoritmlərlə yazılacağı- nı bildirmişdir. Digər bir proqnoza əsasən isə növbəti 15 il ərzində robotların biznes və maliyyəyə aid məqalələrini 90%-ni istehsal edəcəyi gözlənilir. (Saad Saad & Talat Issa, 2020).

Bələ ki, avtomatlaşdırılmış jurnalistikanın köməyiylə daha qısa zaman ərzində orfoqrafik baxımdan səhvsiz xəbər hazırlamaq mümkündür. Eyni zamanda robot jurnalistikasının tətbiqi informasiyanın hazırlanmasında jurnalist əməyinin azaldılması deməkdir ki, bu da öz növbəsində xəbər qurumlarının ödəməli olduğu əmək haqqına qənaət edir. Lakin bütün bunlarla yanaşı avtomatlaşdırılmış jurnalistikanın çatışmayan tərəfləri də var. Bunlar əsasən alqoritm tərəfindən yazılmış məqalədə müəllif kimi kimin göstərilməli olduğu ilə bağlı bəzən anlaşılmazlığın olması, robot tərəfindən yazılmış xəbərin oxucu tərəfindən necə mənimsənilməsi ilə əlaqədardır.

2022-ci ilin sonlarından süni intellektlə işləyən ChatGPT bazara təqdim olundu. O, mənbələrlə əlaqə saxlamağa və məlumatı daha səmərəli və dəqiq şəkildə toplamağa imkan verən təbii dil emalı (NLP) aləti olduğu üçün media qurumları tərəfindən də maraqla qarşılanır. Bu süni intellektlə işləyən chatbotun köməyiylə jurnalistlər tez və asanlıqla müxtəlif mənbələrdən, o cümlədən sosial

mediadan, xəbər agentliklərindən və hətta ayrı-ayrı şəxslərdən məlumat əldə edə bilərlər.

Lakin süni intellekt, şübhəsiz ki, yaxın gələcəkdə jurnalisti tamamilə əvəz edə bilməyəcək, əksinə, insanlar süni intellektin nəzarətçiləri olaraq qalacaqlar və öz işlərini sürətli, dəqiq və daha səmərəli yerinə yetirmək üçün bu texnologiyalardan faydalanacaqlar.

Süni intellektin mediaya gətirdiyi yenilikləri isə qurumlarda tətbiq etmək üçün aparıcı media qurumlarının rəhbərləri əməkdaşlarının bu istiqamətdə məariflənməsinə daha 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 Cows, Jessica Morley, Mariarosaria Taddeo, Luciano Floridi "The Chinese approach to artificial intelligence: an analysis of policy, ethics, and regulation", PP 59-77, 2019
8. <https://www.goethe.de/prj/k40/en/lan/alj.html>, Barbara Gruber. "Facts, fakes and figures: How AI is influencing journalism" Goethe-Institut, 2020
9. <https://www.equaltimes.org/artificial-intelligence-and#.YmKZ12hBxaQ> Laurence Dierick "Artificial intelligence and journalism: a race with machines", Equal Times, 2021
10. <https://theconversation.com/how-artificial-intelligence-can-save-journalism-137544>, Patrick White "How artificial intelligence can save journalism", The Conversation, 2020
11. <https://www.analysinsight.net/robot-journalism-a-new-way-of-reporting-breaking-news/>, Sumana Bhattacharya, "Robot journalism: a new way of reporting breaking news", Analytics Insight 2021.
12. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/chatgpt-threat-or-opportunity-journalism-five-ai-experts-weigh> "Is ChatGPT a threat or an opportunity for journalism? Five AI experts weigh in"
13. <https://www.icfj.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-nabds-shams-al-attar/> Nab'd'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, запустивший 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.