



LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit verpflichtet.

ALGORITHMEN UND KI IM AUFWIND: IST DER AUTOMATISIERTE JOURNALISMUS DIE ZUKUNFT?

Ausgabe 13: Januar 2024



DER FORSCHUNGSMONITOR DER
LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW.
**WISSENSCHAFTLICHE ERKENNTNISSE
ZUM DIGITALEN WANDEL.**

Realisiert von:
Dr. Valerie Hase & Philipp Knöpfle (M.Sc.),
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung,
Ludwig-Maximilians-Universität München

ALGORITHMEN UND KI IM AUFWIND: IST DER AUTOMATISIERTE JOURNALISMUS DIE ZUKUNFT?

Der Journalismus befindet sich in kontinuierlichem Wandel. Rasante technologische Fortschritte im Bereich von Algorithmen und Künstlicher Intelligenz (KI) haben ihn grundlegend verändert. Algorithmen sind regelbasierte Computeranweisungen, die helfen, Prozesse zu automatisieren. Bei KI handelt es sich um spezifische Arten von Algorithmen, die auf unvorhergesehene Ereignisse durch menschenähnliche Entscheidungsprozesse und eigenständige Lernprozesse selbstständiger reagieren können, als es bei klassischen Algorithmen lange der Fall war. Eine der faszinierendsten Konsequenzen der gesellschaftlichen Nutzung von Algorithmen und KI ist die fortschreitende Automatisierung im Journalismus.¹

AUF DEN PUNKT GEBRACHT

- ? **Automatisierter Journalismus:** der Einsatz von computergestützten Anwendungen, etwa von Algorithmen oder Künstlicher Intelligenz (KI), im Journalismus, bspw. bei der Recherche, Produktion und Distribution von Inhalten.
- ? **Algorithmen:** regelbasierte Computeranweisungen, die helfen, Daten zu sortieren, Muster zu finden und Aufgaben automatisch zu erledigen.
- ? **Künstliche Intelligenz:** die Entwicklung von Computersystemen, die menschenähnliche Entscheidungsprozesse nachahmen sollen.

Automatisierter Journalismus, oft auch als „Robo-Journalismus“ bezeichnet, revolutioniert die Art und Weise, wie Nachrichten recherchiert, verfasst und verbreitet werden (s. dazu auch unseren Debattenmonitor tbd 3 aus dem Jahr 2021 [hier](#)). Das Reuters Institute for the Study of Journalism der Universität Oxford bezeichnet das Jahr 2023 gar als „Durchbruch“ für KI im Journalismus.² Automatisierung vereinfacht z. B. die journalistische Recherche, Produktion und Distribution: Sie ermöglicht die effiziente Organisation von journalistischen Inhalten, etwa mittels der Durchsuchung und Analyse von großen Datenarchiven. So können Datenjournalistinnen und -journalisten automatisierte Methoden nutzen, um auf Basis von automatisierter Bilderkennung Informationen zu verifizieren. Zudem werden Algorithmen und KI genutzt, um journalistische Inhalte in Text-, Audio- oder Videoform zu erstellen, die die Qualität menschlicher Erarbeitung aufweisen sollen. Im Bereich der Sport- oder Finanzberichterstattung generiert KI bspw. Berichte, wodurch Redaktionen zeitnah Informationen bereitstellen können. Eine neuere Entwicklung³ ist die Moderation⁴ von Nachrichten mittels virtueller Avatare. Gleichzeitig kann Automatisierung die Distribution von Nachrichtenangeboten verbessern, z. B. durch Personalisierung und Interaktion mit Nutzerinnen und Nutzern via Chatbots.

IM DETAIL: WAS GENAU IST EIGENTLICH KI?

KI hat das Ziel, menschlich-kognitive Fähigkeiten wie Lernen, Problemverständnis und Problemlösung in Computersysteme und -sprachen zu übersetzen. Im journalistischen Kontext zielt der Einsatz von KI darauf ab, dass Systeme menschenähnliches Verhalten zeigen sollen, etwa beim Verfassen von Artikeln oder bei der Analyse großer Datenmengen. Ziel moderner KI-Systeme ist es, diese Aufgaben eigenständig zu bewältigen, ohne dass einzelne Aktionen von Menschen programmiert werden müssen. So soll sich KI an wechselnde Bedingungen und die sich verändernde Medienlandschaft anpassen.

1 In einer Befragung von 105 Nachrichtenorganisationen aus 46 Ländern wurde bspw. festgestellt, dass 75% aller Organisationen Automatisierungstechniken zur Selektion, Produktion oder Distribution von Nachrichten nutzen. [Beckett & Yaseen \(2023\). Generating Change. A Global Survey of What News Organizations Are Doing with AI.](#)

2 [Newman \(2023\). Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023.](#)

3 [Füllemann \(2023\). Diese Westschweizer Moderatorin existiert gar nicht. Tagesanzeiger.](#)

4 [BigFM \(2023\). BigGPT – AI Audio Experience.](#)

Insgesamt stehen Journalistinnen und Journalisten damit vor der Herausforderung, Automatisierung effektiv zu nutzen und gleichzeitig sicherzustellen, dass journalistische Standards und ethische Prinzipien bewahrt bleiben.⁵ Das ist nicht unproblematisch – spricht sich doch nur rund zwanzig Prozent der Bevölkerung in Deutschland für den Einsatz von KI im Journalismus aus.⁶

Die erste Ausgabe des Forschungsmonitor in 2024 (fyi 13) analysiert daher das Potential von Automatisierung im Journalismus und diskutiert, inwiefern Algorithmen und KI journalistische Arbeit unterstützen können.

Das sagt die Forschung: Automatisierung kann Menschen nicht ersetzen – und „Robo-Journalismus“ ist eine Fiktion

Studie 1: Achtung, Buzzword – Ist „Robo-Journalismus“ überhaupt der richtige Begriff?

→ Unterschiedliche Formen und Grade von Automatisierung im Journalismus lassen sich am besten mit dem Begriff „automatisierter Journalismus“ zusammenfassen.

Studie 2: Künstliche Intelligenz im Journalismus – Chancen & Risiken

→ Journalistinnen und Journalisten sehen KI nicht als Ersatz für ihre Arbeit, sondern als unterstützendes Werkzeug.

Studie 3: Ein Einblick in die Praxis – Automatisierter Journalismus in Lokalredaktionen

→ Obwohl automatisierte Textgenerierung im Lokaljournalismus zunimmt, sind die manuelle Prüfung und Nachbearbeitung durch Redaktionen weiterhin erforderlich, etwa um das Publikum emotional anzusprechen.

Studie 4: Anhand welcher Kriterien beurteilt das Publikum automatisierten Journalismus?

→ Das Publikum selbst nutzt bei der Bewertung automatisierter Inhalte weiterhin klassische journalistische Gütekriterien wie Originalität und Objektivität.

Studie 5: KI als Koautorin – Wie nimmt das Publikum von KI generierte Texte wahr?

→ Jedoch nimmt das Publikum automatisierte Inhalte oft als genauso glaubwürdig wahr wie klassische journalistische Inhalte, unterscheidet also kaum zwischen KI oder Menschen als Quelle von Journalismus.

Studie 6: Kollaboration oder Knechtschaft? Journalistische Unabhängigkeit im Zeitalter der Automatisierung

→ Bei der Regulierung von Automatisierung im Journalismus bestehen – trotz Gesetzesentwicklungen auf EU-Ebene – Lücken. Deutschland wird als Standort für Automatisierung international als wenig innovativ wahrgenommen.

Studie 7: Zur nationalen Regulierung von automatisiertem Journalismus-Presskodizes

→ Zudem wird eine aktivere Rolle von (Selbst-)Regierungsinstanzen, etwa Presseräten, für die Regulierung gefordert.

Studie 8: Zur internationalen Regulierung von automatisiertem Journalismus – AI Act

→ Aktuell werden Regulierungen v. a. auf Ebene der EU, etwa über den AI Act, entwickelt. Unklar ist, ob dabei z. B. Spezifika nationaler Mediensysteme genügend mitgedacht werden können.

5 Für eine ausführliche Diskussion: Heesen et al. (2023). *Künstliche Intelligenz im Journalismus. Potenziale und Herausforderungen für Medienschaffende*.

6 *Meinungsmonitor Künstliche Intelligenz (2021). Künstliche Intelligenz im Journalismus. Wie nimmt die Bevölkerung den Einfluss von Künstlicher Intelligenz auf die journalistische Arbeit wahr?* Factsheet Nr. 4 des Meinungsmonitor Künstliche Intelligenz.

INHALTSVERZEICHNIS

I. NEUE VERÖFFENTLICHUNGEN	05
Studie 1: Achtung, Buzzword – Ist „Robo-Journalismus“ überhaupt der richtige Begriff?	05
Studie 2: Künstliche Intelligenz im Journalismus – Chancen & Risiken	06
Studie 3: Ein Einblick in die Praxis – Automatisierter Journalismus in Lokalredaktionen	07
Studie 4: Anhand welcher Kriterien beurteilt das Publikum automatisierten Journalismus?	08
Studie 5: KI als Ko-Autorin – Wie nimmt das Publikum von KI generierte Texte wahr?	09
Studie 6: Kollaboration oder Knechtschaft? Journalistische Unabhängigkeit im Zeitalter der Automatisierung	10
Studie 7: Zur nationalen Regulierung von automatisiertem Journalismus – Pressekodizes	11
Studie 8: Zur internationalen Regulierung von automatisiertem Journalismus – AI Act	12
II. WAS SAGT DIE FORSCHUNG?	13
INTERVIEW MIT JUN.-PROF. JESSICA KUNERT	
III. FAZIT & AUSBLICK	16
IV. FORSCHUNGSPROJEKTE	17

I. NEUE VERÖFFENTLICHUNGEN

STUDIE 1: ACHTUNG, BUZZWORD – IST „ROBO-JOURNALISMUS“ ÜBERHAUPT DER RICHTIGE BEGRIFF?

Mooshammer, S. (2022). There Are (Almost) No Robots in Journalism: An Attempt at a Differentiated Classification and Terminology of Automation in Journalism on the Base of the Concept of Distributed and Gradualised Action. *Publizistik*, 67(4), 487–515. <https://doi.org/10.1007/s11616-022-00757-5>



? **Zentrale Fragestellung**

Welche Begriffe im Bereich des automatisierten Journalismus sind relevant – und welche reine „Buzzwords“?

🔍 **Methode**

Konzeptioneller Artikel, d. h. keine empirische Analyse.

📊 **Ergebnisse**

Mooshammer (2022) kritisiert, dass es im Hinblick auf Automatisierung im Journalismus viele unterschiedliche Begriffe gibt, die undifferenziert oder als „Buzzwords“ genutzt werden. Sie weist u. a. darauf hin, dass der Begriff „Robo-Journalismus“ Automatisierungsprozesse im Journalismus unzureichend beschreibt, da in der Praxis Algorithmen – und keinesfalls Roboter – entsprechende Aufgaben übernehmen. Zudem bezieht sich dieser Begriff primär auf die Produktion journalistischer Inhalte. Automatisierte Prozesse finden jedoch auch in der journalistischen Recherche Anwendung (z. B. indem Journalistinnen und Journalisten Daten automatisiert sammeln oder Bilder mittels automatisierter Verfahren verifizieren). Auch für die Distribution von Journalismus sind automatisierte Prozesse relevant (z. B. indem Journalistinnen und Journalisten Inhalte über automatisierte Systeme auf sozialen Medien ausspielen). Die Autorin schlägt daher vor, zur Vereinheitlichung verschiedener Technologien und Entwicklungen als Standard den Begriff des „automatisierten Journalismus“ zu verwenden. Dieser umfasst verschiedene Grade der Automatisierung (wenig bis viel) sowie die Art der genutzten Technologie (Algorithmen, KI) für verschiedene Bereiche des Journalismus (Recherche, Produktion, Distribution, etc.).

⚠️ **Limitationen**

Oggleich der Artikel einen wichtigen Beitrag zur Definition von Automatisierung im Journalismus leistet, bleibt klar, dass bestehende und vor allem neue „Buzzwords“ wie KI zu einer kontinuierlichen Reflektion über relevante Begriffe und ihre Abgrenzung führen müssen. Das gilt sowohl für technische Begriffe (z. B. Algorithmen) als auch deren Implementierung im Journalismus (z. B. „Robo-Journalismus“, automatisierter Journalismus).

💡 **Implikationen für die Praxis**

Für die journalistische Praxis wie auch die Regulierung von Automatisierungsprozessen im Journalismus ist es wichtig, sorgfältig zwischen verschiedenen Arten, Graden und Bereichen der Automatisierung zu unterscheiden – und nicht einfach nur auf aktuelle „Buzzwords“ zu setzen.

STUDIE 2: KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IM JOURNALISMUS – CHANCEN & RISIKEN

Graßl, M., Schützeneder, J., & Meier, K. (2022). Künstliche Intelligenz als Assistenz: Bestandsaufnahme zu KI im Journalismus aus Sicht von Wissenschaft und Praxis. *Journalistik*, 5(1), 3–27.
<https://doi.org/10.1453/2569-152X-12022-12021-de>



? Zentrale Fragestellung

Welche Chancen und Risiken bietet KI im Journalismus?

🔍 Methode

Graßl et al. (2022) führen qualitative Interviews mit $N = 18$ Expertinnen und Experten für Journalismus aus Wissenschaft und Praxis durch.

📊 Ergebnisse

Die Studie unterstreicht, dass mögliche Anwendungsbereiche von KI im Journalismus die Recherche, Verifikation, Produktion sowie die Dokumentation von Inhalten, aber auch die Publikumsinteraktion, Nutzungsanalyse und das Monitoring umfassen. KI beeinflusst damit auch Organisationsstrukturen, da sie die Anpassung von Redaktionsprozessen voraussetzt. Journalistinnen und Journalisten verstehen KI primär als unterstützendes „Werkzeug“, bei dem Redaktionen die Hoheit über journalistische Verantwortung behalten. Die interviewten Expertinnen und Experten kritisieren dabei, dass Deutschland im internationalen Vergleich KI vergleichsweise wenig nutzt und damit als wenig innovativ gilt.

?	Chancen	<ul style="list-style-type: none">👍 Effektivitätssteigerung👍 Verbesserte Zielgruppenanalyse👍 Personalisierung von Inhalten👍 Auswertung von kleinen und großen Datenmengen
	Risiken	<ul style="list-style-type: none">🗨️ Finanzierung und Zeitaufwand (Anschaffung, Pflege)🗨️ Ängste der Beschäftigten🗨️ Fehlendes technisches Know-how in Redaktionen🗨️ Bias und Verzerrungen

Abbildung 1. Ausgewählte Chancen und Risiken auf Basis von Graßl et al., 2022, S. 15.

⚠️ Limitationen

Die Autoren stellen spezifische Chancen wie Risiken von KI sehr deutlich heraus. Eine spannende, aktuell aber noch offene Frage für Anschlussforschung wäre, wie sich die Implementierung von KI zwischen verschiedenen Medientypen (z. B. Radio, Fernsehen, Print) oder Medienarten (z. B. private oder öffentlich-rechtliche Medien) unterscheidet, auch weil die Ressourcen variieren, die für die Implementierung solcher Prozesse eingesetzt werden können.

💡 Implikationen für die Praxis

KI ist eine Unterstützung und keinesfalls ein Ersatz für menschliche Entscheidungen. Sie kann journalistische Inhalte und Arbeitsprozesse verbessern, erfordert jedoch organisatorische Anpassungen von Medienunternehmen. Um die Implementierung von KI zu ermöglichen, müssen Journalistinnen und Journalisten durch Schulungen und den Aufbau von Infrastrukturen unterstützt werden.

STUDIE 3: EIN EINBLICK IN DIE PRAXIS: AUTOMATISIERTER JOURNALISMUS IN LOKALREDAKTIONEN

Thäsler-Kordonouri, S., & Barling, K. (2023). Automated Journalism in UK Local Newsrooms: Attitudes, Integration, Impact. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2184413>



? **Zentrale Fragestellung**

Wie erleben Medienpraktikerinnen und -praktiker automatisierten Journalismus und welche Auswirkungen sehen sie auf ihren Beruf?

Q **Methode**

Die Autorinnen befragten mithilfe qualitativer Interviews $N = 11$ Journalistinnen und Journalisten, Redakteurinnen und Redakteure sowie Angestellte des Nachrichtenautomatisierungsdiensts RADAR (Reporters and Data and Robots). Bei RADAR handelt es sich um eine Nachrichtenagentur, die auf Basis von Algorithmen automatisierte Inhalte für den Lokaljournalismus generiert. Alle interviewten Personen haben mit RADAR im Bereich des Lokaljournalismus zusammengearbeitet bzw. entsprechende Inhalte für RADAR produziert.

📊 **Ergebnisse**

Die Studie verdeutlicht die erheblichen Auswirkungen des automatisierten Journalismus auf den Lokaljournalismus. Die automatisierte Produktion von Inhalten als ein Teilbereich von automatisiertem Journalismus wird als hilfreiche Ressource empfunden, um den Veröffentlichungsdruck zu reduzieren und sich stärker mit neueren Trends wie Datenjournalismus auseinanderzusetzen. Dennoch schätzen die Interviewten die menschliche Beteiligung im Journalismus als nach wie vor wichtiger ein als die Rolle von Algorithmen, da automatisiert erstellte Inhalte durch Journalistinnen und Journalisten oftmals manuell editiert und korrigiert werden müssen.

⚠️ **Limitationen**

Ogleich die Studie spannende Einblicke in den Einsatz von Automatisierung im Lokaljournalismus ermöglicht, bleibt sie auf einen Teilbereich – die automatisierte Generierung von Text – beschränkt, wie die Autorinnen und Autoren selbst anmerken. Eine Möglichkeit für Anschlussforschung bietet ein spannendes Ergebnis der Studie: Ogleich die interviewten Medienpraktikerinnen und -praktiker den Einfluss von Automatisierung als begrenzt einschätzen, unterstreichen die Interviews implizit einen zunehmend umfassenden Einsatz in der Praxis. Die Selbstwahrnehmung von Journalistinnen und Journalisten im Hinblick darauf, wie sie Automatisierung nutzen wollen, scheint im Widerspruch dazu zu stehen, in welchem Umfang die Automatisierung in der Praxis tatsächlich genutzt wird.

💡 **Implikationen für die Praxis**

Die Studie zeigt auf, dass die Rolle von Automatisierung im Journalismus oftmals begrenzter wahrgenommen wird, als es in der Praxis der Fall zu sein scheint. Um Automatisierungsprozesse zu quantifizieren (und zu regulieren), muss daher die Selbsteinschätzung von Journalistinnen und Journalisten, ermittelt etwa über Befragungen, ihren tatsächlichen Arbeitsroutinen, erfasst etwa über Beobachtungen, kritisch gegenübergestellt werden. Zudem weist die Studie darauf hin, dass sich die Auswirkungen von Algorithmen und KI – und damit auch nötige Regulierungen – zwischen lokalen und nationalen Medien unterscheiden könnten.

STUDIE 4: ANHAND WELCHER KRITERIEN BEURTEILT DAS PUBLIKUM AUTOMATISIERTEN JOURNALISMUS?

Stalph, F., Thurman, N., & Thäsler-Kordonouri, S. (2023). Exploring Audience Perceptions of, and Preferences for, Data-driven 'Quantitative' Journalism. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/14648849231179606>



? Zentrale Fragestellung

Auf Basis welcher Kriterien bewerten Rezipierende automatisierten Journalismus?

🔍 Methode

Stalph et al. (2023) führen acht Online-Gruppeninterviews mit $N = 31$ britischen Nachrichtenkonsumentinnen und -konsumenten durch. Die Teilnehmenden diskutieren $N = 56$ Artikel, die sich in Form von quantitativem bzw. datengetriebenem Journalismus stärker auf eine faktenorientierte Berichterstattung fokussieren. Diese Artikel wurden teils automatisiert produziert, teils von Journalistinnen bzw. Journalisten verfasst und teils – als Hybridform – automatisiert verfasst und anschließend redaktionell bearbeitet.

📊 Ergebnisse

Die Analyse von Stalph et al. (2023) ergibt 28 Kriterien, anhand derer Rezipierende quantitativen bzw. datengetriebenen Journalismus beurteilen. Diese lassen sich in vier Hauptkategorien unterteilen: *individuelle Antezedenten* (z. B. eigene Affinität zu Statistiken), *emotionale und kognitive Auswirkungen* (z. B. emotionale Reaktion auf den Artikel), *Komposition des Artikels* (z. B. linguistische Eigenschaften wie grammatikalische Richtigkeit) und *Nachrichtenwerte* (z. B. Originalität des Artikels). Damit hängt die Beurteilung von Automatisierung im Journalismus nicht nur von den Inhalten selbst, sondern auch von persönlichen Eigenschaften der Rezipierenden ab.

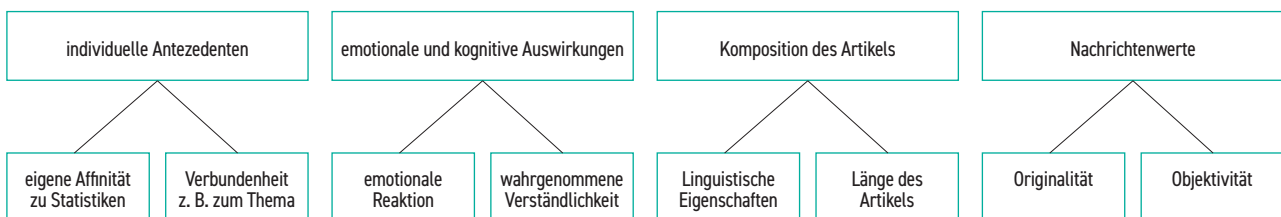


Abbildung 2. Illustration ausgewählter Kriterien auf Basis von Stalph et al., 2023.

⚠️ Limitationen

Wie die Autorinnen und Autoren selbst hervorheben, lassen sich anhand der qualitativen Studie z. T. neue Kriterien zur Beurteilung von automatisiertem Journalismus identifizieren, etwa die eigene Affinität zu Statistiken. Wie diese zueinander in Verbindung stehen und inwiefern diese Kriterien für andere Formen von Automatisierung wie auch für andere Teilnehmende gültig sind, müsste überprüft werden, z. B. mittels einer quantitativen Studie auf Basis einer repräsentativen Stichprobe.

💡 Implikationen für die Praxis

Die wichtigste Schlussfolgerung: Während automatisierter Journalismus z. T. neuen Gütekriterien unterliegt, bleiben klassische und normative Aspekte wie Originalität und Objektivität weiterhin wichtig. Um die Güte von automatisiertem Journalismus zu beurteilen und diesen zu regulieren, bedarf es also alter wie neuer Perspektiven.

STUDIE 5: KI ALS KO-AUTORIN – WIE NIMMT DAS PUBLIKUM VON KI GENERIERTE TEXTE WAHR?

Henestrosa, A. L., Greving, H., & Kimmerle, J. (2023). Automated Journalism: The Effects of AI Authorship and Evaluative Information on the Perception of a Science Journalism Article. *Computers in Human Behavior*, 138, 107445. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107445>

? Zentrale Fragestellung

Wie werden von KI verfasste Texte in Bezug auf ihre Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit im Vergleich zu von Menschen verfassten Texten wahrgenommen?

🔍 Methode

Die Autorinnen und Autoren untersuchen in drei Online-Experimentalstudien mit insgesamt $N = 715$ Teilnehmenden, wie die zugeschriebene Autorenschaft (menschlich vs. KI) und die Art der Informationspräsentation (neutral vs. bewertend-positiv bzw. bewertend-negativ) die wahrgenommene Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit von journalistischen Texten beeinflussen. Dabei wurden den Teilnehmenden dieselben Artikel als von Menschen bzw. als von einer KI verfasst präsentiert.

📊 Ergebnisse

Die Ergebnisse der drei Experimentalstudien zeigen, dass Teilnehmende die Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit von Texten nicht unterschiedlich in Abhängigkeit davon beurteilen, ob diese als von KI bzw. als von Menschen verfasst präsentiert werden. Insgesamt werden von KI verfasste Texte jedoch als weniger ähnlich zu von Menschen verfassten Texten wahrgenommen.

⚠️ Limitationen

Teilnehmende in der Studie wiesen eine positive Einstellung zu den in den Artikeln diskutierten Themen auf, was die Ergebnisse beeinflussen könnte. Zudem wurde die Autorenschaft (Mensch vs. KI) unter den journalistischen Artikeln explizit genannt. Diese Transparenzmachung des Einsatzes von KI könnte in der journalistischen Praxis anders aussehen, sodass die Ergebnisse nicht generalisierbar sind.

💡 Implikationen für die Praxis

Die Studie zeigt, dass das Publikum Texte, die als automatisiert erstellt ausgewiesen werden, einerseits anders wahrnimmt (in Bezug auf die Ähnlichkeit zu von Menschen verfassten Texten), diesen andererseits aber gleichermaßen vertraut. Dies bedeutet, dass dem Publikum Limitationen von KI-generierten Texten möglicherweise nicht bewusst sind. Beispielsweise können KI-basierte Verfahren zur Generierung von Text Inhalten „halluzinieren“,⁷ d. h. beispielsweise Fakten erfinden – weshalb auch auf Seiten des Publikums eine gewisse Skepsis angebracht wäre. Entsprechend müssen nicht nur Redaktionen, sondern auch Rezipierende Medienkompetenz erlernen, um mit KI und von ihr erzeugten Inhalten reflektiert umzugehen.

7 Mehr Informationen im Interview mit Jun.-Prof. Dr. Jessica Kunert sowie in [Birhane et al. \(2023\). Science in the Age of Large Language Models.](#)

STUDIE 6: KOLLABORATION ODER KNECHTSCHAFT? JOURNALISTISCHE UNABHÄNGIGKEIT IM ZEITALTER DER AUTOMATISIERUNG

van Drunen, M., & Fechner, D. (2022). Safeguarding Editorial Independence in an Automated Media System: The Relationship between Law and Journalistic Perspectives. *Digital Journalism*, 11(9), 1723-1750.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2108868>



? Zentrale Fragestellung

Welche Herausforderungen birgt Automatisierung für journalistische Unabhängigkeit?

🔍 Methode

Die Autorinnen und Autoren führen qualitative Interviews mit $N = 13$ Datenjournalistinnen und -journalisten sowie Praktikerinnen und Praktikern durch, die an der Personalisierung von Journalismus in Medienunternehmen arbeiten. Der Fokus liegt dabei u. a. darauf, inwiefern Automatisierung eine Herausforderung für journalistische Unabhängigkeit darstellt.

📊 Ergebnisse

Die interviewten Expertinnen und Experten nehmen an, dass Automatisierung redaktionelle Unabhängigkeit auf drei Weisen herausfordert: Sie führt erstens zu einer verstärkten Zusammenarbeit und damit auch Abhängigkeit zwischen Akteuren innerhalb von Medienunternehmen, etwa journalistischen und technischen Abteilungen. Um diese Zusammenarbeit zu regeln, bedarf es interner Richtlinien. Zweitens wird die Unabhängigkeit von Journalistinnen und Journalisten auch durch die verstärkte Zusammenarbeit mit externen Akteuren herausgefordert. Im Datenjournalismus werden automatisierte Verfahren z. B. genutzt, um Daten von externen Akteuren zu sammeln. Auch hier bedarf es besserer Regulierung, etwa in Bezug auf die Bereitstellung solcher Daten durch Regierungsbehörden. Drittens verschiebt Automatisierung Machtgefüge in (inter-)nationalen Medienlandschaften: So können große Medienunternehmen aufgrund ihrer Ressourcen neue Technologien besser implementieren. Auch hier bedarf es Regulierungsmaßnahmen, um eine zunehmende Medienkonzentration zu vermeiden. Es sollte gewährleistet werden, dass Medienunternehmen unterschiedlicher Größe gleichermaßen Zugriff auf neue Technologien haben.

⚠️ Limitationen

Während die Studie beleuchtet, welche Herausforderungen sich aus Automatisierung ergeben, beruht die Datengrundlage sehr stark auf Datenjournalismus bzw. Personalisierung im Journalismus – zwei Bereiche, die einer starken Automatisierung unterworfen sind. Unklar bleibt, inwiefern diese Schlussfolgerungen für andere journalistische Themen- und Arbeitsbereiche zutreffen.

💡 Implikationen für die Praxis

Um journalistische Unabhängigkeit auch im Zeitalter der Automatisierung zu gewährleisten, müssen Medienunternehmen hinsichtlich der internen und externen Zusammenarbeit klare Richtlinien entwickeln. Regulierungsbehörden könnten ihrerseits Maßnahmen anregen, um einen fairen Zugang zu neuen Tools für Medienorganisationen unterschiedlicher Größe zu ermöglichen.

STUDIE 7: ZUR NATIONALEN REGULIERUNG VON AUTOMATISIERTEM JOURNALISMUS – PRESSEKODIZES

Porlezza, C. (2023). The Datafication of Digital Journalism: A History of Everlasting Challenges between Ethical Issues and Regulation. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/14648849231190232>



? Zentrale Fragestellung

Wie gehen Presseräte mit der zunehmenden „Datafizierung“ im Journalismus um?

🔍 Methode

Porlezza führt eine Dokumentenanalyse von Pressekodizes und ethischen Richtlinien von (Selbst-)Regulierungsinstitutionen, insbesondere Presseräten, aus 15 europäischen Ländern durch.

📊 Ergebnisse

Die Studie verdeutlicht, dass die „Datafizierung“ der Gesellschaft – d. h. die zunehmende Bedeutung von Daten und datengetriebenen Technologien – ein Grund dafür ist, dass auch der Journalismus einer „Datafizierung“ bzw. einer Automatisierung unterliegt. Innovationen im Journalismus werden aktuell primär durch Daten und deren Verfügbarkeit vorangetrieben. Dies führt zu ethischen und rechtlichen Fragen: Wer ist für automatisierten Journalismus verantwortlich? Wie kann dieser transparenter gestaltet werden? Und stehen hierfür genutzte Technologien in Einklang mit Gesetzen zu Persönlichkeitsrechten und Datenschutz?

Problematisch sind fehlende Regulierungsmaßnahmen im europäischen Raum: Dies gilt nicht nur für Richtlinien in Redaktionen, sondern auch für Vorgaben durch Presseräte. Die meisten Presseräte in Europa zeigen sich bei der Regulierung von automatisiertem Journalismus bisher zurückhaltend. Sie folgen laut Porlezza einer „wait-and-see“-Strategie. Aktiverer Regulierungsvorgaben sind dagegen durch die Europäische Union (AI Act⁸) und den Europarat (Guidelines on the Responsible Implementation of Artificial Intelligence Systems in Journalism⁹) zu erwarten, die aktuell entwickelt werden. Problematisch sind ausbleibende Regulierungen auf nationaler Ebene auch deshalb, weil Redaktionen sich ohne solche Vorgaben unter Umständen supranationalen Regulierungen fügen müssen, die nicht spezifisch für den Journalismus oder nationale Mediensysteme entwickelt wurden.

⚠️ Limitationen

Die Studie zeigt Lücken in der Regulierung von Automatisierung im Journalismus auf, vor allem wenn es um nationale (Selbst-)Regulierungsinstitutionen wie Presseräte geht. Spannend wäre hier ein Vergleich von Vorgaben auf der Ebene einzelner Medienunternehmen, z. B. bei privaten und öffentlich-rechtlichen Medien, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu identifizieren.

💡 Implikationen für die Praxis

Die Studie zeigt, dass Regulierungsbehörden sowie Medienunternehmen eine aktivere Rolle bei der Gestaltung von Richtlinien für die Implementierung von Automatisierung im Journalismus einnehmen sollten. Angesichts der steigenden Relevanz von Daten und Algorithmen im Journalismus ist dies unerlässlich. Andernfalls besteht die Gefahr, dass entsprechende Vorgaben maßgeblich durch supranationale Behörden oder ohne Rücksicht auf die spezielle Rolle von KI im Journalismus erfolgen.

8 [Europäisches Parlament \(2023\). EU AI Act: First Regulation on Artificial Intelligence.](#)

9 [Committee of Experts on Increasing Resilience of the Media \(MSI-RES\) \(2023\). 3rd meeting, 30–31 March 2023.](#)

STUDIE 8: ZUR INTERNATIONALEN REGULIERUNG VON AUTOMATISIERTEM JOURNALISMUS – AI ACT

Helberger, N., & Diakopoulos, N. (2022). The European AI Act and How It Matters for Research into AI in Media and Journalism. *Digital Journalism*, 11(9), 1751-1760. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2082505>



? Zentrale Fragestellung

Wie kann der AI Act helfen, Automatisierung im Journalismus zu regulieren?

🔍 Methode

Konzeptioneller Artikel, d. h. keine empirische Analyse.

📊 Ergebnisse

Der AI Act ist eine Regulierungsinitiative der Europäischen Kommission, die 2021 als konkreter Verordnungsvorschlag¹⁰ eingebracht wurde. Der AI Act soll die Regulierung von KI in den EU-Mitgliedsstaaten regeln und hätte damit Auswirkungen für Automatisierung im Journalismus. So soll der AI Act auch für Unternehmen außerhalb der EU gelten, sofern Nutzerinnen und Nutzer aus der EU mit Technologien dieser Unternehmen interagieren. Zudem ergeben sich aus der geplanten Regulierung konkrete Konsequenzen für Medienunternehmen, etwa im Hinblick auf Transparenz: So müssen Unternehmen Nutzenden offenlegen, wenn diese mit KI-basierten Systemen interagieren. Dies könnte für Chat-Bots, Empfehlungssysteme oder virtuelle Avatars gelten. Der AI Act kann dabei als risikozentriert beschrieben werden: Ob und wie KI reguliert wird, ergibt sich anhand der Klassifizierung von Technologien als Hoch-Risiko-KI-Systeme, für welche strengere Maßgaben gelten.

Helberger und Diakopoulos kritisieren u. a. zwei Aspekte des AI Acts: Einerseits ist unklar, wie die bereits erwähnte Risikoklassifizierung von KI-Systemen vorgenommen wird. Hier liegt es auch an der Wissenschaft, die Risiken von Automatisierung im Journalismus im Hinblick auf gesellschaftliche Konsequenzen stärker empirisch zu belegen. Andererseits ist zweifelhaft, ob Transparenz über KI-Systeme ausreicht, um Nutzende vor nachteiligen Konsequenzen zu schützen (s. auch *Studie 5*). Insgesamt liegt der Fokus des AI Acts laut Helberger und Diakopoulos zu stark auf einer risikobasierten Regulierung von KI-Systemen und weniger auf der Stärkung der Rechte von Bürgerinnen und Bürgern, die diese Systeme nutzen.

⚠️ Limitationen

Die Studie wirft einen kritischen Blick auf den AI Act in seiner jetzigen Form. Obwohl sie dabei Forschungs- und Regulierungslücken aufzeigt, bleiben konkrete Lösungen, etwa im Hinblick auf den Schutz der Rechte von Bürgerinnen und Bürgern, offen.

💡 Implikationen für die Praxis

Insgesamt zeigt sich, dass die Regulierung von Automatisierung im Journalismus auf der Ebene von Medienunternehmen, nationalen Regulierungsbehörden sowie supranationalen Instanzen vorangetrieben werden muss. Ein blinder Fleck der Regulierung betrifft dabei mögliche Konsequenzen für das Publikum – und inwiefern Regulierung über eine reine „Transparenzpflicht“ hinausgehen muss.

¹⁰ Europäische Kommission (2021). Vorschlag für eine Verordnung des europäischen Parlaments und des Rates zur Festlegung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz (Gesetz über künstliche Intelligenz) und zur Änderung bestimmter Rechtsakte der Union.

II. WAS SAGT DIE FORSCHUNG? INTERVIEW MIT JUN.-PROF. JESSICA KUNERT



„Zum Einsatz von KI im Journalismus gibt es mehr offene Fragen als Antworten“ – Eine Einschätzung zur Zukunft der Automatisierung im Journalismus

Interview mit Jessica Kunert, Juniorprofessorin für Innovationen im Journalismus an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Der Einsatz von KI im Journalismus wird unter vielen Schlagworten wie „automatisierter Journalismus“ oder „Robo-Journalismus“ diskutiert. Können Sie uns sagen, was damit gemeint ist?

Bei diesen Begrifflichkeiten zeigen sich schon die Schwierigkeiten in der Definition. Denn: was ist genau gemeint, wenn man von „Automatisierung“ oder sogar „KI“ spricht? Die genannten Begriffe werden oftmals synonym verwendet, ich möchte sie in aller Kürze trennen. „Automatisierter Journalismus“ beschreibt die regelbasierte Automatisierung von Text- oder Videoerzeugung durch Algorithmen, d. h. es wird eine Art Lückentext programmiert und es werden Regeln festgelegt, nach denen ein Algorithmus den Text oder das Video zusammensetzt. Mit KI hat das noch nichts zu tun – hier wird rein nach einer Vorlage gearbeitet. Das heißt, dass oft von „KI“ gesprochen wird, obwohl diese Technologie nicht zur Anwendung kommt. „Robo-Journalismus“ ist ein Begriff, der eher in der Frühzeit der Forschung gebraucht wurde, nun sieht man eher davon ab – denn Roboter sind nicht mit von der Partie. Man sieht also, dass die Begrifflichkeiten vielfältig sind – auch von einem „hybriden Journalismus“ ist die Rede – aber eines haben sie gemeinsam: mittels Technik werden journalistische Erzeugnisse generiert. Hierbei steht aber auf einem anderen Blatt, wie diese weiterverwendet werden, also z. B. ohne Bearbeitung online gestellt oder als Basis für eine weitere menschliche Bearbeitung genommen werden.

In den letzten Jahren gab es im Bereich künstlicher Intelligenz einige große Entwicklungsmeilensteine. Wie haben diese den Journalismus verändert?

Erste Ansätze für Automatisierung im Journalismus gab es schon vor über zehn Jahren, das aber im regelbasierten Bereich, d. h. mittels Algorithmen, die nach einem von einem Menschen festgelegten Schema Texte zusammensetzen. Dann kam der große Knall mit der sogenannten „generativen KI“, bei der vorher nicht da gewesene Inhalte erzeugt werden. Seitdem vollzieht sich die Entwicklung auch für den Journalismus rasant. Im Bereich Texte lassen sich nun sehr schnell Produkte erstellen, z. B. mit der KI-Anwendung ChatGPT. Ebenso rasant geht es im Bereich Bilder voran. Es gehen immer wieder KI-generierte Bilder um die Welt, die täuschend echt aussehen. Wie soll das Publikum dies bewerten? Was ist noch „wahr“? Das hat große Folgen für den Journalismus, denn es wird noch mehr als zuvor dessen Aufgabe, die Geschehnisse und alle Materialien zu prüfen und für das Publikum einzuordnen.

Ganz konkret: Wie zeigt sich der Einsatz von KI im Journalismus?

Der Einsatz von KI und Automatisierung im Journalismus zeigt sich auf zwei Ebenen: beim Einsatz zur Erleichterung von Redaktionsprozessen, also bei der internen Arbeit des Journalismus, und bei den journalistischen Produkten wie der Texterzeugung. In der Redaktion können KI und Automatisierung zum Beispiel dabei helfen, große Datenmengen zu durchdringen und diese zu ordnen, kurze Zusammenfassungen zu schreiben oder eine erste Fassung für einen Artikel, der als Basis für weitere Arbeiten genommen werden kann. Also ist die Technologie besonders dort nützlich, wo die Arbeit einen Menschen sehr viel Zeit kosten würde. Außerdem wird die KI für journalistische Produkte eingesetzt wie z. B. die Sport- oder Börsenberichterstattung und das im großen Umfang. Überall da, wo es viele Datenpunkte

gibt, können KI und Automatisierung helfen. Auf der Publikumsseite kann die KI noch mehr: So kann eine umfassende Sprachausgabe angeboten werden, d. h. das Publikum kann sich durch die Hilfe von KI mit einer täuschend echt klingenden Stimme Artikel vorlesen lassen.

Welche journalistischen Aufgaben können in Zukunft von Automatisierungssystemen übernommen werden, und welche bleiben nach wie vor in menschlicher Hand?

Um es vorwegzunehmen: Journalistinnen und Journalisten müssen sich keine Sorgen machen, denn es gibt viele Aufgaben im Journalismus, die nur ein Mensch übernehmen kann. Dazu gehört das Fact Checking, also das Prüfen des Wahrheitsgehalts von Informationen, dazu gehört das Einordnen von Geschehnissen – und natürlich der Austausch mit anderen Menschen wie in einer Interviewsituation. Vertrauen aufbauen kann nur der Mensch, mit einer KI möchte niemand sprechen, und dieser schon gar keine geheimen Informationen anvertrauen. Wo Automatisierungssysteme allerdings helfen können, sind alle Arbeiten, bei denen es um die Aufbereitung von Informationen geht. Hier kann die Automatisierung wichtige Vorarbeiten leisten und so z. B. Informationen aus Statistiken zusammenstellen, die den Journalistinnen und Journalisten dann bei genau den Aufgaben helfen, die nur ein Mensch erledigen kann. Es finden sich zum Beispiel automatisierte Berichte zu Wahlergebnissen – und hier liegt es gerade bei überraschenden Resultaten am Menschen, diese einzuordnen und zu erklären.

Gibt es Risiken im Zusammenhang mit der Verwendung von KI im Journalismus – sowohl für Journalistinnen und Journalisten als auch für Nutzende?

Ein Risiko liegt im Wahrheitsgehalt der erzeugten Produkte – oder das Fehlen desselbigen. ChatGPT und andere KI-Modelle erliegen oft sogenannten „Halluzinationen“, d. h., dass Informationen präsentiert werden, die nicht wahr sind. Das liegt an der Programmierung der Modelle, die nicht nach der „Wahrheit“ suchen, sondern nach statistischen Verfahren Wortbedeutungen zueinander in Beziehung setzen. Also: Wenn etwas für das Modell statistisch Sinn macht, muss es das in der realen Welt noch lange nicht. Wenn die mittels KI erzeugten Produkte nicht überprüft werden, können Fehlinformationen in die Welt kommen, die sich kaum mehr einfangen lassen. Dieses Problem ist dann ein doppeltes: für das Publikum, das nicht mehr zwischen wahrer und falscher Information unterscheiden kann, und für die Journalistinnen und Journalisten, die das Vertrauen des Publikums verlieren, wenn sie Fehlinformationen senden oder schreiben. Außerdem fehlt der KI das journalistische Fingerspitzengefühl. Dies meint z. B., dass bei sensiblen Themen der richtige Ton getroffen wird – etwas, das die KI nur sehr begrenzt kann. Das heißt, dass die KI mit Vorsicht genutzt werden sollte – es braucht viel Wissen zu ihrer Funktionsweise, ihren Potentialen und ihren Grenzen. Ich spreche hier aus der ethischen Warte des Journalismus, der Fehlinformationen vermeiden möchte – das große Manipulationspotential durch die Nutzung von KI, das sich in den falschen Händen ergeben kann, sollte dennoch deutlich geworden sein.

Welche Auswirkungen kann zunehmende Automatisierung auf die Medienvielfalt haben?

Ein Gedankenspiel: Was passiert, wenn alle Medien dieselbe KI benutzen? Dann kommen überall dieselben oder zumindest sehr ähnliche Artikel heraus. Das ist im Sinne der Medienvielfalt nicht wünschenswert. Das ist das apokalyptische Szenario, aber es gibt auch ein positives: Automatisierung kann auch dabei helfen, mehr Vielfalt in die Medien zu bringen. Berichterstattung über den Amateurfußball ist ein Bereich, in dem dies z. B. bereits passiert, denn nur durch die Automatisierung ist es möglich, zu jedem Amateurspiel, von der Kreisklasse an, einen Bericht zu bringen. Hierbei werden von den Medien die Daten eingekauft, die während der Spiele erfasst werden, und daraus wird automatisiert ein kurzer Text geschrieben. Auch wenn diese Texte mangels Datenmenge nur wenig komplex sein können, steht dort nun ein Bericht. Mag er auch nur ein sehr kleines Publikum interessieren, werden doch so auf einen Schlag viele solcher Publika bedient. Das heißt: Es gibt durch Automatisierung Berichterstattung, wo vorher keine war. Dies kann dann bedeuten, dass neue Zielgruppen angesprochen werden können. Zusammengefasst gibt es auch hier zwei Seiten und es wichtig, das Werkzeug der Automatisierung mit Augenmaß einzusetzen.

Wie sieht die Zukunft der Zusammenarbeit zwischen Journalismus und KI aus? Gibt es Bereiche, in denen Sie einen verstärkten Einsatz von Automatisierungstechnologien erwarten?

Die Arbeit mit KI eignet sich für Ressorts, die mit großen Datenmengen zu tun haben – sei es Sport, Politik oder Finanzen. Hier ist eine Arbeitserleichterung möglich. Aber: Diese Entwicklungen brauchen Technikwissen. Das bedeutet, dass entweder die Journalistinnen und Journalisten sich selbst zu den technologischen Rahmenbedingungen fortbilden oder externe Firmen durch die Medienhäuser engagiert werden, um den Einsatz der Technik zu begleiten.

Welche ethischen und rechtlichen Herausforderungen sind mit der Automatisierung im Journalismus verbunden, insbesondere im Hinblick auf Datenschutz, Urheberrecht und Meinungsfreiheit?

Die ethischen und rechtlichen Herausforderungen sind vielfältig und fast täglich werden es mehr. Es fängt mit einer vermeintlichen Kleinigkeit an: Sollen die mit Automatisierung oder KI erstellten Inhalte für das Publikum gekennzeichnet werden? Viele Medien tun dies, allerdings auf unterschiedliche Weise. Einige geben den bloßen Fakt an, andere geben weitere Erläuterungen. Wie hier die beste Option aussieht, bleibt zu klären. Hier geht es darum, das Vertrauen des Publikums in den Journalismus zu wahren. Das ist auch ein Aspekt beim Thema Datenschutz, denn: wie funktioniert das Modell oder der Algorithmus, das/der hinter der KI oder Automatisierung steht? Wie werden die Daten verarbeitet? Und wer ist am Ende für das Produkt rechtlich verantwortlich – ein Aspekt, der besonders zum Tragen kommt, wenn in diesem Fehler sind. Es gibt wesentlich mehr offene Fragen als Antworten. Ein erster Versuch, den Umgang mit KI zu regulieren, findet sich vor allem in den KI-Leitlinien der großen Redaktionen. Aber diese Leitlinien werden dynamisch sein müssen, um sich den ständig wandelnden Gegebenheiten anzupassen.

III. FAZIT & AUSBLICK

Fazit: Was wissen wir aus der aktuellen Forschung (noch) nicht?

Erstens bleibt die Entwicklung einer standardisierten Terminologie für verschiedene Arten und Grade von Automatisierung im Journalismus eine Herausforderung für die Wissenschaft wie Praxis – „Robo-Journalismus“, das scheint klar, ist keinesfalls der richtige Begriff. Zweitens besteht Forschungsbedarf im Hinblick auf die Wahrnehmung von automatisiertem Journalismus durch Rezipierende. Es ist zum Beispiel unklar, welche Effekte häufig geforderte Regulierungsmaßnahmen wie die Transparenzschaffung über KI-generierte Inhalte durch Medienunternehmen auf Rezipierende hätten (s. auch *Studie 8*). Drittens ist die Integration von Automatisierung in journalistische Arbeitsabläufe ein relevantes, aber untererforschtes Thema. Zukünftige Forschung sollte untersuchen, wie Redaktionen automatisierte Systeme integrieren (können), auch weil die Selbsteinschätzung von Journalistinnen und Journalisten im Hinblick darauf, wie ihre Arbeit idealerweise aussehen sollte, häufig von ihrer tatsächlichen Arbeitspraxis, z. B. inwiefern KI im Arbeitsalltag eingesetzt wird, divergiert. Schließlich muss geklärt werden, welche ethischen Risiken KI-Anwendungen mit unterschiedlichen Graden von Automatisierung (z. B. virtuelle Avatare, generative KI) mit sich bringen. Die Forschung kann und muss hier die Gesetzgebung und regulatorische Instanzen stärker unterstützen.

Ausblick

Auf Basis dieser Forschungsdesiderate – welche Aspekte könnte die Forschung, aber auch die Medienpraxis zukünftig adressieren?

Ausblick 1: Bei der Regulierung sollten Medienorganisationen und (supra-)nationale Instanzen verzahnt werden

Medienorganisationen und (supra-)nationale Instanzen wie Presseräte oder die Europäische Kommission sollten KI im Journalismus nicht nur stärker adressieren, sondern auch miteinander in einen offenen Austausch treten, um Rahmenbedingungen für eine aktuell bereits voranschreitende Automatisierung im Journalismus zu schaffen. Das betrifft die Frage nach korrekten Terminologien (*Studie 1*), aber auch Fragen nach dem Urheberrecht, Datenschutz, der ethischen Verantwortung, Haftung und technischen Standards sowie den Rechten von Rezipierenden, die mit durch KI selektierten oder generierten Inhalten konfrontiert werden (*Studie 6, 7, 8*).

Ausblick 2: Kompetenzen von Redaktionen und Rezipierenden sollten gefördert werden

Parallel dazu sollten technische Kompetenzen von Journalistinnen und Journalisten durch Weiterbildungsmaßnahmen gestärkt werden, um sicherzustellen, dass diese effektiv, kompetent und verantwortungsbewusst mit automatisierten Systemen arbeiten können (*Studie 2, 3*). Gleiches gilt für Rezipierende, die zwischen manuell und automatisiert erstellten Inhalten nur bedingt unterscheiden können oder wollen (*Studie 4, 5*) – und, laut aktueller Forschung, den Einsatz von KI bislang eher ablehnen.¹¹

¹¹ Meinungsmonitor Künstliche Intelligenz (2021). Künstliche Intelligenz im Journalismus. Wie nimmt die Bevölkerung den Einfluss von Künstlicher Intelligenz auf die journalistische Arbeit wahr? Factsheet Nr. 4 des Meinungsmonitor Künstliche Intelligenz.

IV. FORSCHUNGSPROJEKTE

Towards Responsible AI in Local Journalism

Zentrale Fragestellung: **Wie kann KI Lokalredaktionen unterstützen?**

Das Projekt widmet sich der Frage, wie KI-Anwendungen dazu beitragen, Herausforderungen im Lokaljournalismus wie rückläufige Verkaufszahlen und die Notwendigkeit der Monetarisierung von Online-Inhalten zu bewältigen. Ferner wird untersucht, wie KI ethisch gestaltet werden kann, um journalistische Standards zu wahren.

Projektteam:

LMU München (Maximilian Eder, Mario Haim, Roxana Portugal, Neil Thurman, Bartosz Wilczek), Macromedia Hochschule (Oliver Szasz), University of Amsterdam (Natali Helberger, Stanislaw Piasecki), University of Stavanger (Helle Sjøvaag), Vrije Universiteit Amsterdam (Antske Fokkens, Reshmi Pillai, Wouter van Atteveldt)

Publikationen:

Wilczek, B., & Haim, M. (2023). Wie kann Künstliche Intelligenz die Effizienz von Medienorganisationen steigern? Eine Systematisierung entlang der Nachrichtenwertkette mit besonderer Berücksichtigung lokaler und regionaler Medien. *MedienWirtschaft*, 4(19), 44–50. <https://doi.org/10.15358/1613-0669-2022-4-44>

JournalismAI

Zentrale Fragestellung: **Wie können Redaktionen KI verantwortungsbewusst nutzen?**

Das Projekt untersucht, wie Nachrichtenorganisationen KI verantwortungsbewusst nutzen können, um eine nachhaltige, inklusive und unabhängige Berichterstattung weltweit zu fördern.

Projektteam:

LSE London (Charlie Beckett, Tshepo Tshabalala, Lakshmi Sivadas, Sabrina Argoub) & Google News Initiative

Publikationen:

Beckett, C. (2023). How Newsrooms around the World Use AI: A JournalismAI 2023 Global Survey. *Polis Blog*. <https://blogs.lse.ac.uk/polis/2023/06/26/how-newsrooms-around-the-world-use-ai-a-journalismai-2023-global-survey>

Impressum

Herausgeberin:

Landesanstalt für Medien NRW

Zollhof 2

40221 Düsseldorf

Tel: 0211 / 77 00 7- 0

Fax: 0211 / 72 71 70

E-Mail: info@medienanstalt-nrw.de

Direktor: Dr. Tobias Schmid

Projektleitung:

Dr. Meike Isenberg

(Leitung Medienpolitik und Forschung)

Sabrina Nennstiel

(Leitung Kommunikation)

Realisierung:

Dr. Valerie Hase

Institut für Kommunikationswissenschaft
und Medienforschung (IfKW)

Ludwig-Maximilians-Universität München

Akademiestr. 7

80799 München

Projektleitung:

Dr. Valerie Hase

(IfKW LMU München)

Autor und Redaktion:

Philipp Knöpfle (M.Sc.)

Gestaltung:

Merten Durth (DISEGNO kommunikation)

Herausgegeben:

Januar 2024

„FYI – der Forschungsmonitor der Landesanstalt für Medien NRW“ wird durch das Team von Dr. Valerie Hase und Prof. Dr. Mario Haim vom Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München erarbeitet.

Ziel dieses Forschungsmonitors ist es, aktuelle Entwicklungen im Themenfeld digitale Informationsintermediäre und öffentliche Meinungsbildung so aufzubereiten, dass das Monitoring einen Überblick über neue wissenschaftliche Publikationen, den Stand aktueller Forschungsprojekte und kommende relevante Veranstaltungen im Themenfeld verschafft.

Philipp Knöpfle und Dr. Valerie Hase sind wissenschaftlicher Mitarbeiter bzw. wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München. Sie arbeiten hier u. a. an Forschungsprojekten zu Forschungsethik, Open Science, digitalem Journalismus sowie automatisierten Methoden.