

Robojournalismus und digitalisierte Medien

Nachrichteninhalte werden zunehmend über soziale Netzwerke und mobile Geräte konsumiert. Das hat zur Folge, dass einige wenige digitale Plattformen die Verteilung der Nachrichten dominieren und von steigenden Werbeeinnahmen zu Lasten der traditionellen Nachrichtenunternehmen profitieren. Diese Nachrichtenunternehmen reagieren oft mit Sparmaßnahmen, wie der Reduktion von Angestellten und Inhalten, die zu weniger Breite und Qualität der Nachrichtenproduktion führen. Das wiederum vermindert die Attraktivität des Mediums für LeserInnen und AnzeigenkundInnen. Zusätzlichen Druck auf den Qualitätsjournalismus erzeugt die Automatisierung der Textproduktion, die bereits in einzelnen Sparten Realität ist, wie beispielsweise bei Börsen-, Wetter- oder Sportnachrichten.

Die Digitalisierung und Automatisierung der Medien hat weitreichende Folgen für das Berufsbild von JournalistInnen und den Zugang zu verlässlichen Informationen für die Bevölkerung. Zunehmend wird der „klassische“ Journalismus, der als Mittler Fakten überprüft und tiefgreifender recherchiert, aber auch Nadelöhr im Nachrichtenfluss ist, durch neue Formen und Akteure in Frage gestellt. Nachdem jede/r BesitzerIn eines Smartphones potenziell über ein Ereignis berichten kann und über soziale Netzwerke oder offene Internetchrichtendienste auch Zugang zu einer beträchtlichen Öffentlichkeit hat, fällt diese traditionelle Kontrollinstanz oftmals weg. Auf der einen Seite bedeutet dies eine Ermächtigung des Einzelnen, auf der anderen Seite leidet der informierte öffentliche Diskurs, wenn sich „Fake-News“ einfach und schnell verbreiten und Algorithmen auf Meinung und Vorlieben einzelner Personen zugeschnittene Nachrichten automatisch produzieren und zustellen. Gleichzeitig ermöglicht der Digitalisierungstrend auch die Veränderung der journalistischen Arbeit hin in Richtung höhere Qualität (Stichwort „Datenjournalismus“ oder „Augmented Journalism“): mithilfe von automatisierten Analysetools, umfassenden, neuen Nachrichten-Datenbanken und künstlicher Intelligenz können zukünftig Inhalte schneller und besser aufbereitet werden.¹ Eine Studie zeigt, dass JournalistInnen durchaus KI-Unterstützung in ihrer Arbeit schätzen, das Hauptargument ist dabei die Arbeitsentlastung (Schapals/Porlezza 2020). Die Bevölkerung steht automatisiertem Journalismus eher skeptisch gegenüber, erwartet wenig Qualitätszugewinn durch KI Einsatz und spricht sich für eine starke Regulierung aus (Kieslich 2021). Ein Metastudie, die die Wahrnehmung von automatisiert mit von Menschen geschriebenen Texten verglich, zeigte keinen Unterschied in der Wahrnehmung der LeserInnen hinsichtlich der Glaubwürdigkeit, einen kleinen Vorteil für von Menschen geschriebene Nachrichten in Bezug auf die Qualität und einen großen Vorteil für von Menschen geschriebene Nachrichten in Bezug auf die Lesbarkeit (Graefe/Bohlken 2020). Soziale Netzwerke filtern Nachrichteninhalte

¹ insights.ap.org/uploads/images/the-future-of-augmented-journalism_ap-report.pdf.

mit intransparenten Mechanismen vor, die beispielsweise auf Likes oder Empfehlungen basieren. Dadurch konsumieren insbesondere Gruppen mit ähnlichen (politischen) Interessen verstärkt ausgewählte Medieninhalte; deren Meinungsbildung und Diskurs findet so vornehmlich unter Gleichgesinnten in ihrer „Filterblase“ statt. Dadurch verändern sich die Wahrnehmung von Sachverhalten und die Einschätzung der Relevanz eines Themas. Ob JournalistInnen in Zukunft vermehrt analysieren und kommentieren oder ob andere Szenarien den medialen Diskurs zu organisieren vorstellbar sind und was gesellschaftlich gefördert werden sollte, wäre Gegenstand einer wichtigen gesellschaftlichen und demokratiepolitischen Debatte.

Zitierte Quellen

- Fanta, A. (2017) Putting Europe's Robots on the Map: Automated journalism in news agencies. Reuters Institute Fellowship Paper, University of Oxford, reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/putting-europes-robots-map-automated-journalism-news-agencies
- Graefe, A. und Bohlken, N., 2020, Automated Journalism: A Meta-Analysis of Readers' Perceptions of Human-Written in Comparison to Automated News, 2020 8(3), 10 %J Media and Communication cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/3019.
- Kieslich, K., 2021, *Künstliche Intelligenz im Journalismus. Wie nimmt die Bevölkerung den Einfluss von Künstlicher Intelligenz auf die journalistische Arbeit wahr? Meinungsmonitor Künstliche Intelligenz Factsheet Nr.4*: Center for advanced internet studies, Heinrich Heine Universität Düsseldorf, cais.nrw/factsheet-4-ki-im-journalismus/.
- Réchar, D. et al. (2017) Global Trendometer: Essays on medium- and long-term global trends. European Parliament, DOI:10.2861/782776, [europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/603253/EPRS_STU\(2017\)603253_EN.pdf](https://europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/603253/EPRS_STU(2017)603253_EN.pdf).
- Schapals, A. K. und Porlezza, C., 2020, Assistance or Resistance? Evaluating the Intersection of Automated Journalism and Journalistic Role Conceptions, 2020 8(3), 11 %J Media and Communication cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/3054.