

KI im Journalismus

Mehrwert oder Jobkiller? VON STEPHANIE HEINECKE

Was antwortet eigentlich ChatGPT auf die Titelfrage dieses Artikels?

Es gleicht einem Drahtseilakt, im Frühjahr 2023 einen Artikel zum Thema „Künstliche Intelligenz“ zu verfassen: Fachportale und soziale Netzwerke sind voll Meldungen über ChatGPT, einen generativen KI-Chatbot, der beeindruckende Ergebnisse produziert. Die aktuellste Version GPT-4 am wurde am 14. März 2023 von OpenAI veröffentlicht und heizt – gemeinsam mit anderen vergleichbaren Anwendungen – die Debatte an, welche Rolle KI künftig in unser aller Leben spielen wird und welche Umbrüche damit zu erwarten sind, sei es in der Berufswelt, in der Bildung oder in unserem Privatleben.

Bei allen Analysen steht fest: Es wäre auch und gerade zum jetzigen Zeitpunkt eine verkürzte Darstellung, die Frage nach KI im Journalismus darauf zu reduzieren. Dennoch drängt sich unweigerlich der Gedanke auf: Was antwortet eigentlich ChatGPT auf die Titelfrage dieses Artikels¹ ?

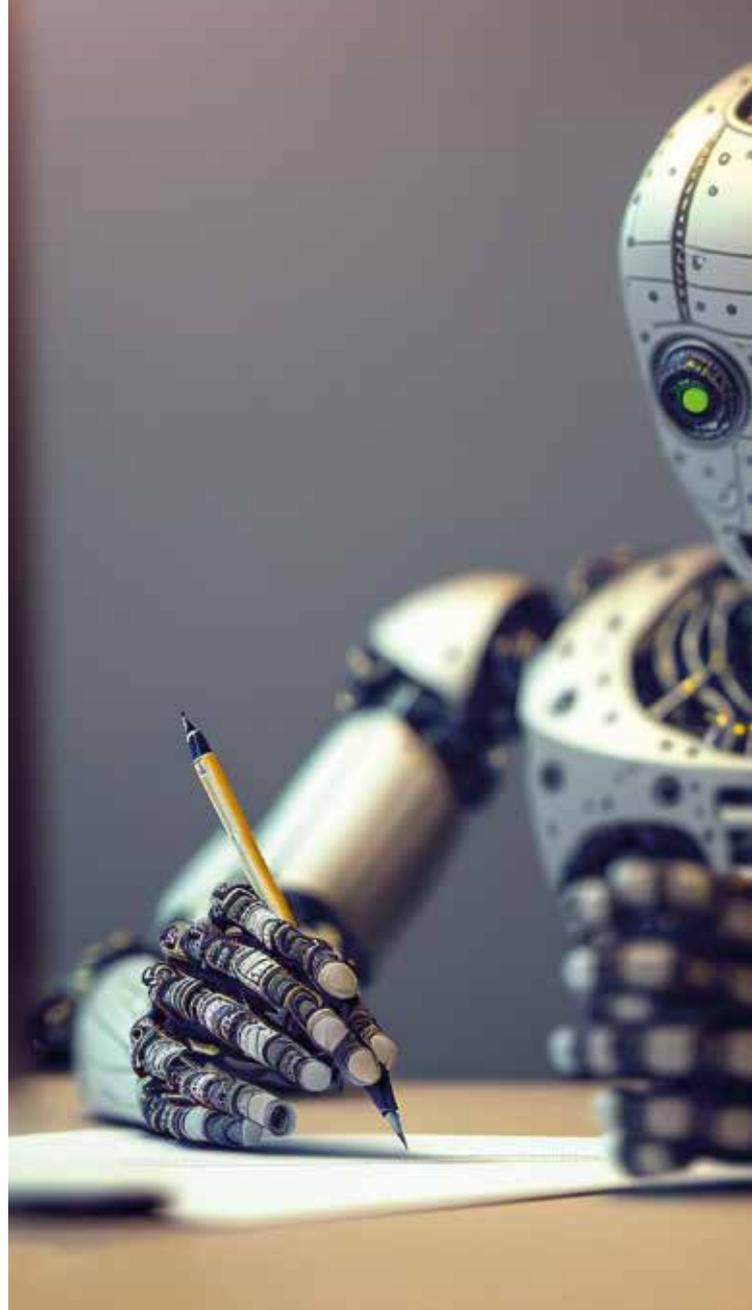
„Die Verwendung von Künstlicher Intelligenz (KI) im Journalismus kann sowohl einen Mehrwert als auch eine Herausforderung für den Beruf bedeuten. Hier sind einige potenzielle Vor- und Nachteile:

Mehrwert:

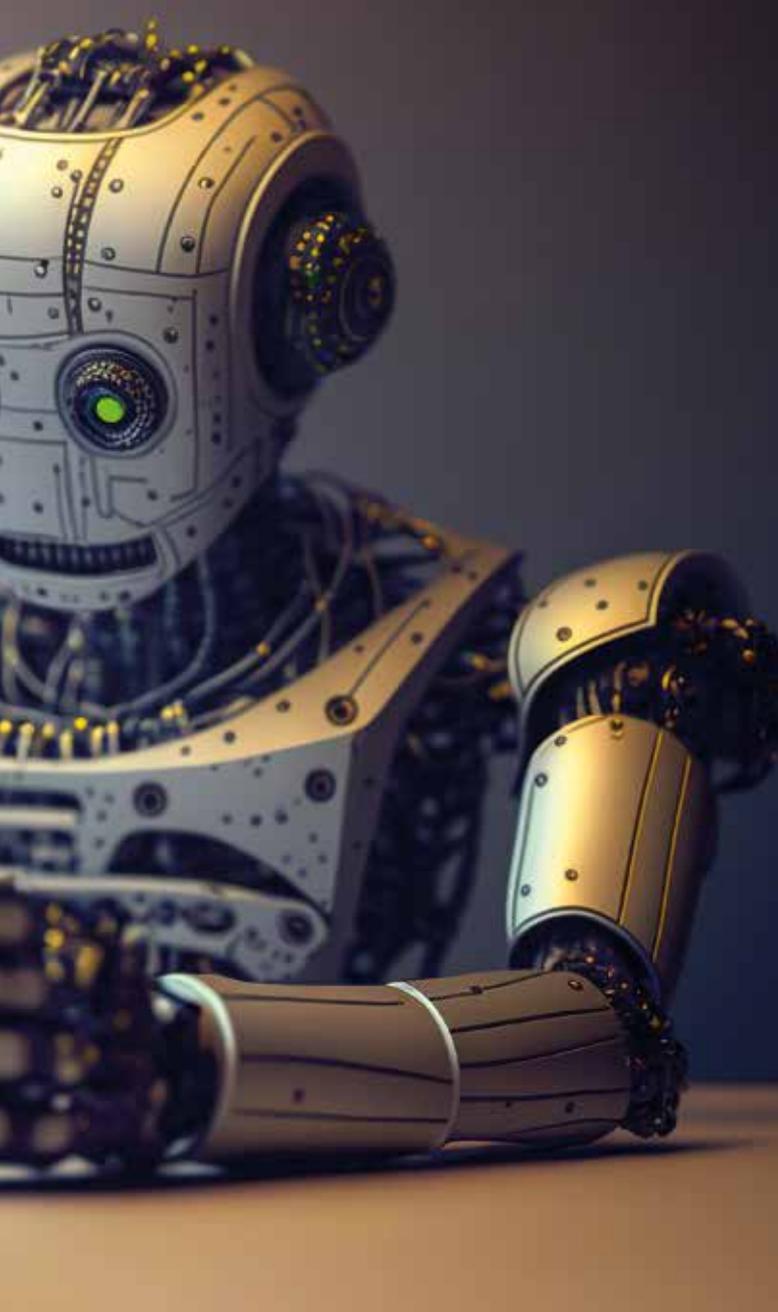
- **Automatisierung:** KI kann dazu beitragen, bestimmte Aspekte der Berichterstattung zu automatisieren, wie zum Beispiel die Überprüfung von Fakten, die Zusammenfassung von Informationen aus verschiedenen Quellen oder die Erstellung von kurzen Nachrichtenmeldungen.
- **Effizienzsteigerung:** Durch die Automatisierung von Routineaufgaben können Journalisten mehr Zeit für anspruchsvollere Recherche und Analysen haben.
- **Personalisierung:** KI kann dabei helfen, die Nachrichteninhalte auf die Interessen und Bedürfnisse der Leser zuzuschneiden und somit eine personalisierte Benutzererfahrung zu bieten.
- **Datenanalyse:** KI kann große Datenmengen verarbeiten und analysieren, um Trends und Muster zu identifizieren, die für Journalisten von Interesse sein könnten.

Nachteile:

- **Arbeitsplatzabbau:** KI könnte dazu führen, dass bestimmte Aufgaben von Journalisten automatisiert werden und somit Arbeitsplätze gefährden.
- **Qualitätssicherung:** Die Verwendung von KI zur Erstellung von Inhalten könnte die Qualität der Berichterstattung beeinträchtigen, insbesondere wenn die Algorithmen nicht in der Lage sind, komplexe Themen oder Nuancen angemessen zu erfassen.
- **Datenschutz:** Die Personalisierung von Inhalten durch KI erfordert eine umfangreiche Datenverarbeitung, was potenzielle Datenschutzbedenken aufwerfen könnte.
- **Verlust von Vielfalt:** Wenn die Nachrichteninhalte von KI generiert werden, könnte es schwieriger werden, die Vielfalt der Meinungen und Perspektiven sicherzustellen.



¹Der Titel wurde auf Deutsch in die Anwendung eingegeben, die verwendete Version war GPT-3.5, Abruf am 06.03.2023.



te Kameraführung, Schnittsysteme oder Untertitelung. Es mag ignorant erscheinen, diese Aufgaben als Routinetätigkeiten zu bezeichnen, schließlich hat der Mensch in der Vergangenheit auch hier viel Liebe in seinen Beruf gesteckt und tut das auch heute noch oft. Dennoch hat der Mensch an dieser Stelle einen Makel: Er ist teuer.

Auch die in den vergangenen Jahren oftmals bemühte Annahme, der Mensch habe das Monopol auf kreative Arbeiten, wird durch die heute auf dem Markt vorhandenen Systeme herausgefordert. Menschliche Arbeitskraft wird im Journalismus künftig in die Aufgaben fließen, bei denen der Mensch einen Unterschied macht und Mehrwert generiert, wo also die Ergebnisqualität sichtbar von seinem Zutun profitiert. Natürlich sind die KI-unterstützten Ergebnisse heute noch nicht an jeder Stelle optimal. Und natürlich wird nicht jede Redaktion morgen auf einen Schlag massive Veränderungsmaßnahmen ergreifen. Und dennoch: Die Entwicklung wird nicht aufzuhalten sein. Es gilt daher, sich die notwendigen Kompetenzen im Umgang mit der Technologie anzueignen, um nicht vom „Jobkiller“ aufgefressen zu werden, sondern KI gewinnbringend im Sinne des Journalismus einzusetzen.

Effizienz und Qualität: Widerspruch oder „winning team“?

Insgesamt hängt der Nutzen oder Nachteil von KI im Journalismus von der Art der Anwendung und der Art der Aufgaben ab, die von KI übernommen werden. KI kann sowohl eine wertvolle Ergänzung als auch eine Bedrohung für den Journalismus darstellen, und es ist wichtig, die Auswirkungen dieser Technologie sorgfältig zu bewerten und zu berücksichtigen.“ Ende.

Das Ende? Der Anfang!

Den obenstehenden Text antwortet ChatGPT also, wenn man den Titel dieses Artikels in die Suchmaske des Chatbots eingibt. Eine Eingabe von wenigen Sekunden, eine Antwort nur wenig Augenblicke später. Und die Antwort ist so strukturiert, dass man diesen Artikel mit der angeforderten Zeichenzahl problemlos um die genannten Punkte herum hätte formulieren können.

Dass KI enorme Auswirkungen auf den Journalismus hat, ist per se jedoch keine neue Nachricht. Automatisierte Berichterstattung bei standardisierten Texten (z.B. Wetter, Börse, Ergebnisberichterstattung im Sport) ist bereits im Einsatz. Das kann man gutheißen oder nicht – technisch möglich ist es, ebenso wie etwa automatisier-

ChatGPT gibt im obenstehenden Text zu bedenken, dass der Einsatz von KI zu Abstrichen in der Qualität führen könne. Fest steht: Der Reifegrad von KI-Anwendungen ist aktuell noch sehr unterschiedlich. So wird zum Beispiel schnell offensichtlich, ob bei einem automatisiert transkribierten Text oder bei der automatischen Untertitelung von Videobeiträgen noch ein Mensch eine Endkontrolle vorgenommen hat oder nicht. Maximale Effizienz durch Vollautomatisierung ergibt heute in vielen Use Cases noch kein hochwertiges Endprodukt. Gleichzeitig ist das Potenzial enorm und auch die „Kinderkrankheiten“ vieler Anwendungen werden durch die rasante technologische Entwicklung bald der Vergangenheit angehören. Effizientere, weil KI-unterstützte Arbeitsprozesse sollen den Journalisten mehr Zeit für die wirklich wichtigen Dinge geben, so heißt es immer wieder.

Doch was sind die wirklich wichtigen Dinge bzw.: Wie lässt sich vielleicht gerade durch KI der Journalismus qualitativ verbessern? Künstliche Intelligenz bezieht ihre Annahmen aus Daten. Der Begriff „Annahmen“ ist dabei bewusst gewählt, im Grunde geht es um Wahrscheinlichkeiten, dass eine Antwort eine richtige Antwort im Sinne der Datenlage ist. Unsere Welt ge-

Dennoch hat der Mensch an dieser Stelle einen Makel: Er ist teuer.

Leseempfehlung:

Heesen et al. (2023): Künstliche Intelligenz im Journalismus. Potenziale und Herausforderungen für Medienschaffende. Abruf unter <https://www.plattform-lernende-systeme.de/aktuelles-newsreader/ki-im-journalismus-chancen-und-grenzen-fuer-den-einsatz-in-medienhaeusern.html>.



Mit einer ordnenden KI an der Hand lassen sich neue Arten von Geschichten erzählen.

neriert enorme Datenmengen und künftig werden es noch viel mehr werden.

In Bezug auf den Journalismus ergeben sich daraus (mindestens) zwei Schlussfolgerungen: Mit einer ordnenden KI an der Hand lassen sich neue Arten von Geschichten erzählen: Geschichten, die nicht allein von Menschen erzählt werden, sondern die sich aus Daten ergeben. Das passiert bereits heute, etwa im investigativen Datenjournalismus.

Gleichzeitig wird es künftig jedoch auch und gerade von enormer Relevanz sein, die Geschichten zu erzählen, die sich eben nicht in Daten abbilden, beispielsweise in der tagesaktuellen Berichterstattung. Die KI-gestützte Recherche zu Hintergründen oder dem Kontext von Material (z.B. Rückwärtssuche von Bildern oder das Anzeigen von technischen Daten zur Verifikation von Quellen) kann den Arbeitsprozess vereinfachen und das Endergebnis zugleich zuverlässiger machen. Was Menschen aber konkret über eine Situation denken, wie sie diese bewerten, welche „Nebeneffekte“ es als spontane Einschätzung einer Situation gibt – diese Informationen liegen im Moment des Geschehens nicht als Daten vor. Zwar ließe sich auch hier wieder berechnen, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass Aktion X nach Ereignis Y von Person Z in Gang gesetzt wird. Gerade Ereignisse jüngster Vergangenheit (z.B. Corona, Ukraine, ...) zeigen jedoch, dass angesichts von neuartigen Ereignissen alte Muster handelnder Akteure aufgebrochen werden.

Qualität im Journalismus kann also auch künftig trotz KI-Unterstützung keine reine Reproduktion sein. Die menschlichen Fähigkeiten zu hinterfragen, zu analysieren, einzuordnen und nachzuhaken scheinen weiterhin gefragt, gerade in unübersichtlichen Situationen oder im Kontext der investigativen Recherche. Denn auf der Suche nach der wie auch immer gearteten „Wahrheit“ hilft die in Daten abgebildete Wirklichkeit zwar enorm weiter, am Ende ist aber nicht immer das Wahrscheinliche auch das Richtige.

Die dunkle Seite der KI? Abhängigkeiten und Erfordernisse

In Bezug auf die gerade postulierte Suche nach der möglichst wirklichkeitsgetreuen Darstellung von Fakten und beim Aufdecken von Fake News sind KI Tools heute bereits äußerst hilfreich. Jedoch muss an dieser Stelle auch klar erwähnt werden: Wem es gelingt, die Datengrundlage zu verändern, der verändert auch die möglichen Ergebnisse. Das beste Recherche-Tool nutzt nichts, wenn es auf unzureichenden, unbewusst verzerrten oder gar manipulierten Grundlagen ansetzt.

Man kann nun darüber spekulieren, wie groß diese Gefahr wirklich ist, fest steht: Daten und Anwendung müssen auf einem sehr hohen Niveau sein, um den erwünschten Mehrwert zu erzielen und dem Anspruch des Journalismus an sein Schaffen und seine Aufgabe im engsten Sinne zu entsprechen. Natürlich gibt es kostenlose Tools (wobei das Thema „kostenlos“ immer

zu diskutieren ist: einen gewissen Preis zahlt man immer und seien es die eigenen Nutzungsdaten). Doch Speziallösungen haben ihren Preis und nicht jede Redaktion ist in der Lage, jedes Preisniveau mitzugehen oder sogar eigene, maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln. Der Zugang zu KI-Anwendungen könnte also künftig die starken Anbieter weiter stärken und weniger finanzkräftige Anbieter zurückfallen lassen. Diese Problematik ist nicht grundsätzlich neu, wird durch die oben beschriebenen Gründe aber möglicherweise zu einem gewichtigen Hebel auf die journalistische Qualität.

Es ist nicht das erste Mal in der Digitalisierung, dass sich ein solche Schere abzeichnet. Die digitale Welt ist anfällig für Ansammlung von Macht. Bei den großen Plattform-Anbietern wie Amazon, Alphabet, Meta und Co. hat der frühe technologische Vorsprung dazu geführt, dass sich monopolistische Anbieter den digitalen Raum in vielen Bereichen untereinander aufgeteilt haben. Die Folge waren Lock-In Effekte, also Abhängigkeitsbeziehungen der Kunden, bei denen ein Verlassen eines Anbieters zu extrem hohen Kosten oder Nachteilen führt. Auch beim Thema KI zeichnet sich ab, dass Anbieter aus den USA oder China bereits heute einen Wettbewerbsvorsprung haben, der kaum mehr einzuholen sein wird, sei es bei der Datengrundlage oder den darauf ansetzenden Tools. Je stärker KI-Systeme flächendeckend in den Arbeitsalltag jeder Branche – aber in vorliegendem Kontext natürlich auch und gerade des Journalismus – integriert werden, desto unverzichtbarer werden sie.

Um die Fehler der Vergangenheit nicht zu wiederholen gibt es daher durchaus Forderungen, öffentliche Förderungsmodelle zu entwickeln, die eigene Entwicklungs-Aktivitäten in Deutschland oder Europa wettbewerbsfähig machen und Standards etablieren, die den hiesigen Anforderungen an Datenschutz und Gütekriterien entsprechen. Dazu jedoch muss das Bewusstsein geschärft werden, wie wichtig KI-Kompetenz (nicht nur!) für den Journalismus und nicht zuletzt dessen Funktion in der Demokratie in den kommenden Jahren und Jahrzehnten sein wird. Allein darüber ließe sich ein weiterer Artikel, wenn nicht sogar ein ganzes Buch verfassen. Um es kurz zu machen: Hier besteht Handlungsbedarf auf allen Seiten.

Und nun?

Angesichts der Eingangsfrage nach KI als „Mehrwert oder Jobkiller“ muss hier die Antwort zunächst lauten: Beides trifft zu. Man kann sich zwar über die negativen Auswirkungen beklagen, jedoch steht fest: Die Zukunft kommt sowieso. Es gilt, den Umgang mit KI-Tools nicht per se schlecht zu reden, sondern wo sinnvoll in den Arbeitsalltag zu integrieren und wo (noch) nicht sinnvoll, zumindest zu experimentieren. Ein Hinterfragen von Datengrundlagen, Praktiken und Ergebnissen ist aber nach wie vor angebracht – auch und gerade im Journalismus. ■



Foto: Thomas Wieland

Stephanie Heinecke ist Professorin für Kommunikationswissenschaft und Studiendekanin an der Hochschule Fresenius München. Ihre Arbeitsschwerpunkte liegen auf den Themen Medienökonomie und -management, Digitale Transformation und Sportkommunikation. Zuvor war sie von 2007-2017 Head of Research and Knowledge Management bei der Unternehmensberatung Solon Management Consulting.