

Künstliche Intelligenz und Journalismus

Ethische Überlegungen zur nächsten Runde der Digitalisierung

ALEXANDER FILIPOVIC

Netzwerken hat hohe Priorität im Handwerkszeug des Journalisten. Als Nachwuchs bekommt man das immer wieder eingetrichtert. Netzwerke stellen aber auch Abhängigkeiten her, es drohen Einseitigkeit und Befangenheit. Kann es ein Zuviel an Netzwerk geben, das die eigene Berichterstattung beeinflusst?



Sucht Blickkontakt,
hat aber keinen
Urlaubsanspruch:
Der Computer-
Nachrichtensprecher
der chinesischen
Agentur Xinhua.

Quelle: Xiaowan L., Software Engineer / Xinhua News Agency

Die Digitalisierungs-Diskussion der letzten Jahre im Mediengeschäft hat sich vor allem auf neue mediale Möglichkeiten der Auslieferung von Inhalten bezogen. Die Nachrichten und Geschichten sollten auch „im Internet“ publiziert werden. Anstoß war im Grunde nicht die neue Medientechnologie, sondern die Abwanderung von Werbegeldern in den Online-Bereich, also ein Finanzierungsproblem.

Aber natürlich dreht sich auch das Rad der technologischen Innovationen weiter. Man spricht immer öfter von Digitalität statt von Digitalisierung – um anzuzeigen, dass wir nicht erst auf dem Weg hin zu einer neuen Situation sind, sondern schon längst angekommen. Seit kurzem wird der Digitalitäts-Diskurs unter einem neuen Begriff verhandelt: Künstliche Intelligenz. In der Öffentlichkeit sind die Angst machenden Beispiele dominant. So stellte Anfang November 2018 die staatliche chinesische Nachrichtenagentur *Xinhua* einen Nachrichtensprecher vor, der vollständig mittels Computer generiert wird und selbständig ihm eingegebene Texte vorliest. Die Unterschiede zu menschlichen Nachrichtensprechern sind optisch und akustisch gar nicht groß. Im Verlags- und Medienbusiness dagegen überlegen Verantwortliche recht pragmatisch, wie durch KI-Systeme Kosten gespart und das Angebot verbessert werden kann.

Die Agentur *Xinhua* betonte nach Medienberichten, die Vorteile eines KI-Nachrichtensprechers seien, dass er 24 Stunden ohne Pause durcharbeiten könne. Diese Begründung klingt interessanter Weise so, als ob eine Künstliche Intelligenz sie sich ausgedacht hätte. Da trifft ein Aphorismus, der dem Computer-Erfinder Konrad Zuse nachgesagt wird: Die größere Gefahr geht nicht von Maschinen aus, die wie Menschen denken, sondern von Menschen, die wie Maschinen denken.

Wie bereits Digitalisierung, ist nun auch Künstliche Intelligenz ein unbestimmter Begriff, mit dem alles bezeichnet wird, was uns in Sachen smarter Technologie Angst macht oder auch begeistert – je nach Per-

spektive. Um der Sache in ethischer Absicht auf den Grund zu gehen, muss man aber genauer hinschauen und versuchen einzukreisen, was denn nun eigentlich Künstliche Intelligenz ist und in welchen Bereichen der Journalismus betroffen ist. Es geht dabei eben nicht nur einfach um Digitalisierung, sondern spezieller um intelligente Systeme.

Oft genug ist betont worden, dass der Begriff der Künstlichen Intelligenz gar nicht passt. Intelligenz kann nicht künstlich sein, weil dazu Bewusstsein notwendig ist, so das Argument. Ein alternativer Begriff ist Maschinelle Intelligenz oder Maschinen-Intelligenz, der anzeigt, dass wir es bei dieser Intelligenz mit etwas zu tun haben, was sich kategorial von dem unterscheidet, was wir dem Menschen eigentlich zuweisen.

Maschinen-Intelligenz ist dabei dennoch eine Kategorie, die im Vergleich mit menschlichen Fähigkeiten definiert wird. Wir haben zwar gewisse Schwierigkeiten, zu bestimmen, worin menschliche Intelligenz genau besteht, aber wir wissen ungefähr, was intelligentes menschliches Verhalten ausmacht. Wir schließen in unserem Alltag vor allem dadurch auf die Intelligenz von Menschen, in dem wir ihr Verhalten beurteilen. Das Verhalten einer Maschine können wir in diesem Sinne dann als intelligent beurteilen, wenn die Maschine einige oder gar viele wichtige Elemente menschlicher Intelligenz erfolgreich simulieren kann. KI-Systeme versuchen also Leistungen zu erbringen und Verhaltensweisen zu zeigen, von denen gemeinhin angenommen wird, dass sie auf menschlicher Intelligenz beruhen.

Ziel ist es, damit Menschen weitergehende physische, strukturierende oder kognitive Assistenzfunktionen anbieten zu können, als sie bisher schon durch Autos, Online-Lexikon oder Taschenrechner bekommen. Von Algorithmen gesteuerte Systeme werden zur Zeit als intelligent eingeschätzt, wenn sie Daten richtig interpretieren, von Daten lernen und diesen Lernerfolg dazu nutzen können, spezifische Ziele und Aufgaben zu erledigen. Man spricht von „schwacher KI“, wenn ein →

Unterschiede zu menschlichen Nachrichtensprechern sind optisch und akustisch nicht groß.

ANZEIGE

Herzlichen Glückwunsch zum 70-jährigen Bestehen des Versorgungswerks der Presse GmbH! **Neu: Zum Jubiläum können sich alle erwachsenen Kinder von Presse-Versicherten bei uns versichern.***

Als Partner des Presseversorgungswerks und der Nachwuchsjournalisten in Bayern e.V. biete ich Ihnen darüber hinaus maßgeschneiderte Lösungen für Ihre finanzielle Absicherung sowie eine fachkompetente Beratung.

Kommen Sie vorbei und überzeugen Sie sich selbst!

* Diese Aktion ist bis zum 31.12.2019 befristet und auf 700 Versicherungen begrenzt.



Andreas Mayr

Allianz Generalvertretung

Wilhelmstraße 41, 80801 München

Telefon 0 89.170 83 26, Fax 0 89.12 16 31 39

andreas.mayr@allianz.de

www.allianz-andreasmayrmuenchen.de



Partner des PresseClubs München e.V. und des Versorgungswerks der Presse

KI-System sich an konkret bestimmbaren Fähigkeiten orientiert und diese abbildet, also etwa das Go-Spielen lernt und Großmeister schlägt. Hingegen würde man von „starker KI“ sprechen, wenn das intelligente System neben einzelnen Fähigkeiten beispielsweise auch (Selbst-)Bewusstsein besitzt und völlig eigenständige neue Ziele für sich definieren und verfolgen kann, es sich also entscheiden kann, neben Go-Spielen auch das Komponieren zu lernen und auszuüben. Es ist hoch umstritten, ob überhaupt und wenn ja, wann es möglich sein wird, Systeme mit „starker KI“ zu entwickeln.

Kehren wir zurück zum Journalismus und richten unseren Blick hier vornehmlich auf das journalistische Handeln im engeren Sinne. Maschinen-Intelligenz im

Daten aus sozialen Netzwerken in Echtzeit analysiert werden. Schließlich der vierte Bereich: Personalisierung. Micklethwait nennt diesen Punkt den Heiligen Gral des Journalismus.

Medienethisch wäre jetzt zu fragen, ob diese Möglichkeiten die gesellschaftliche Aufgabe des Journalismus unterstützen oder verhindern, ob sie moralisch wünschenswerte oder bedenkliche Folgen zeitigen. Eine automatische Erstellung von Inhalten, gerade im Nachrichtenbereich etwa in der Wirtschaft oder im Sport, ist wohl zunächst unproblematisch. Ich würde aber sagen, dass Menschen ein Recht darauf haben zu erfahren, ob sie von den Folgen eines eigenständigen Computer-Handelns betroffen sind und plädiere für eine entsprechende Kennzeichnungspflicht von automatisch erstellten Texten. Ob hier das Kreative menschlichen Handelns dann verschwindet – das mag sein, ist aber im reinen Informationsbereich kein großes Problem. Ähnlich ist das im zweiten Bereich, in dem intelligente Maschinen im Journalismus einen Unterschied machen: Die Arbeitszeiterparnis bei der Transkription oder bei der Übersetzung ist positiv, die Kreativität bei einer Übersetzung allerdings verschwindet bedauerlicher Weise. Auch der Bereich Recherche ist recht unproblematisch: Wo es um Schnelligkeit geht, sind die sozialen Netzwerke eine wichtige Quelle, die man automatisiert auswerten kann. Wenn Redakteure noch entscheiden, zu welchem Thema eine Nachricht geschrieben wird, finde ich das in Ordnung. Diese Systeme eignen sich zudem zur Unterstützung des Fact-Checkings.

Der vierte Bereich schließlich hat es in sich: Personalisierung. Intelligente Maschinen lernen aus dem Leseverhalten des Publikums oder aus sonstigen Daten, was Leser und Leserinnen interessiert. So können aus einem großen Pool von Inhalten passende ausgesucht und ausgeliefert werden. Die Diskussionen um Filterblasen und Echokammern sind uns allen bekannt. Wenn aber automatisierte Erstellung von Inhalten und Personalisierung zusammenkommen, es im Prinzip also möglich wird, einem Linken, einem Rechten und einem Mitte-Orientierten eine angepasste Version der gleichen Meldung auszuliefern, zerrinnt die gesellschafts-integrierende Kraft des Journalismus in den Fingern der Maschinen-Intelligenz. Jeder wird dann Gefangener seiner eigenen Informationspräferenz, ein gesamtgesellschaftlicher Diskurs zu den Fragen unserer Zeit ist dann illusorisch.

Einen interessanten Ausweg hat Micklewaith gezeigt: Ein journalistisches Produkt seines Hauses, eine Art Morning-Briefing, setzt sich zusammen aus erstens „Was man wissen muss“ (die Nachrichtenlage), zweitens „Was Du wissen musst“ (die stark personalisierten Nachrichten) und drittens dem „Was man noch wissen kann“ (den zufälligen Nachrichten). Eine attraktive Mischung, die wohl auch die Filterblasen zu vermeiden hilft. Maschinen-Intelligenz spielt hier bei der Personalisierung eine wichtige Rolle. Journalisten und Journalistinnen bleiben aber klarer Weise wichtig – freilich nur, wenn sie lernen, die intelligenten Systeme klug einzusetzen und damit attraktive Produkte zu erstellen, für die die Menschen Zeit und Geld einsetzen wollen. ■

Was man wissen muss
Was Du wissen musst
Was man noch wissen kann

Foto: Aleksandra Budzinska/Shutterstock

Tätigkeitsbereich des Journalismus liegt überall da vor, wo intelligentes Verhalten der Journalisten und Journalistinnen durch Computerprogramme simuliert werden kann. Diese Systeme werden entworfen und betrieben, um journalistische Leistungen und die Erledigung von Aufgaben durch Maschinen zu unterstützen oder zu ersetzen. Je simulationsfähiger eine Aufgabe ist, desto besser funktionieren die Systeme, desto eigenständiger können die Systeme agieren. Überall da, wo wiederkehrende Aufgaben nach einem gewissen gleichen Regelsystem zu erledigen sind, egal wie komplex diese Aufgaben für uns aussehen, da werden auch selbstlernende Maschinen einen Weg finden können, diese Aufgaben zu unterstützen oder gar zu übernehmen. Der erwähnte *Xinhua* AI Anchor ist ein gutes Beispiel, auch wenn Nachrichtensprecher nicht unbedingt Journalisten sind (wohl schon gar nicht in China).

John Micklethwait, Editor-in-Chief von Bloomberg News, hat bei der DLD-Conference 2019 in München vier Bereiche unterschieden, in denen Maschinen-Intelligenz in seinem Bereich, also vor allem dem Wirtschaftsjournalismus, zum Einsatz kommt. Der erste Bereich ist die Automatisierung wiederkehrender Aufgaben. 30 Prozent der publizierten Inhalte von *Bloomberg News* werden automatisch publiziert, die meisten davon semi-automatisch, also unter Zutun von Redakteuren. Der zweite Bereich betrifft das einfache journalistische Handwerk. Die Transkription von aufgezeichneten Interviews oder auch automatische Übersetzungen nennt Micklethwait als Beispiele. Im dritten Bereich geht es um Recherche: Maschinen-Intelligenz kann Themenvorschläge machen, in dem



Foto: Privat

Prof. Dr. Alexander Filipovic, 49, ist Inhaber des Lehrstuhls für Medienethik an der Hochschule für Philosophie in München und beschäftigt sich unter anderem mit der Ethik des Journalismus, der Fernsehunterhaltung und der Digitalisierung. Zudem arbeitet er zur Ethik der Künstlichen Intelligenz und ist sachverständiges Mitglied in der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages zur Künstlichen Intelligenz.