

# MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

## Zukunftsszenario zum algorithmischen Journalismus in Österreich

Eine Delphi-Analyse zu Risiken und Chancen textgenerierender Algorithmen im Onlinebereich und Auswirkungen auf journalistische Arbeitsbereiche

verfasst von / submitted by

Victoria Ertelthalner, Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2019 / Vienna 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt /  
degree programme code as it appears on  
the student record sheet:

A066841

Studienrichtung lt. Studienblatt /  
degree programme as it appears on  
the student record sheet:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Assoc.-Prof. Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker



## Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>Zukunft der Arbeit</b> .....	<b>4</b>
2.1.	Automatisierung und Computerisierung von Arbeitsbereichen .....	4
2.2.	Algorithmen, künstliche Intelligenz und Big Data .....	6
2.3.	Algorithmen und ihre Folgen für die Arbeitswelt .....	7
<b>3.</b>	<b>Neue Technologien im Journalismus und aktuelle Herausforderungen</b> .....	<b>10</b>
3.1.	Roboter- und Datenjournalismus .....	11
3.2.	Journalismus zwischen öffentlicher Aufgabe und ökonomischer Herausforderung .....	13
3.3.	Marktdominierende AkteurInnen in der österreichischen Medienlandschaft .....	16
3.4.	JournalistInnen am Arbeitsmarkt .....	17
<b>4.</b>	<b>Artificial Intelligence im Journalismus</b> .....	<b>20</b>
4.1.	Automatisierte Textverarbeitung und -Generierung .....	22
4.2.	Grenzen des Einsatzes von Algorithmen und algorithmische Verantwortung.....	26
4.3.	Objektivität und Transparenz im Einsatz von Algorithmen.....	27
4.4.	Neue berufliche Bereiche durch Algorithmen in der Nachrichtenproduktion .....	30
<b>5.</b>	<b>Theoretische Einbettung der Forschungsthematik: Diffusion und Adoption von Technologie</b> .....	<b>32</b>
5.1.	Diffusion von Technologie .....	32
5.2.	Gartner Hype Cycle und Prognosen zur künstlichen Intelligenz .....	34
5.3.	Domestication Theory .....	36
5.4.	SCOT- Social Construction of Technology .....	37
5.4.1.	Sozial relevante Gruppen und die interpretative Flexibilität der Technologie .....	39
5.4.2.	Schließung und Stabilisierung.....	41
5.4.3.	The Technological Frame .....	42
5.5.	Handlungsträgerschaft von Maschinen: Eine anthropomorphe Technik ....	44
5.6.	Entwicklung der Forschungsfragen .....	47
<b>6.</b>	<b>Einschätzungen einer definierten ExpertInnengruppe mittels Delphi-Methode</b> .....	<b>50</b>
6.1.	Die Bedeutung der Rückkoppelung in der Delphi-Methode .....	51
6.2.	ExpertInnen und ihr Wissen .....	52

6.3.	Auswahl der ExpertInnen und Rekrutierung.....	54
6.4.	Welle 1: Qualitatives ExpertInneninterview .....	57
<b>7.</b>	<b>Auswertung: Dokumentarische Methode .....</b>	<b>61</b>
7.1.	Formulierende Interpretation und Feedback .....	63
7.1.1.	Template-basierte Lösungen.....	64
7.1.2.	Algorithmen als Tool.....	66
7.1.3.	(Deep) Neural Networks .....	68
7.2.	Reflektierende Interpretation.....	69
7.3.	Ablauf und Ergebnisse der reflektierenden Interpretation .....	71
7.3.1.	Gruppe J: JournalistInnen .....	72
7.3.2.	Gruppe C: EntscheidungsträgerInnen in Medienunternehmen .....	77
7.4.	Onlinebefragung des Panels.....	80
7.5.	Ergebnisse der Welle 2 und Interpretation .....	82
7.6.	Beantwortung der Forschungsfragen und Zukunftsszenario zum algorithmischen Journalismus .....	84
<b>8.</b>	<b>Methodenkritik.....</b>	<b>94</b>
<b>9.</b>	<b>Fazit .....</b>	<b>95</b>
<b>10.</b>	<b>Ausblick .....</b>	<b>97</b>
<b>11.</b>	<b>Quellenverzeichnis.....</b>	<b>98</b>
<b>12.</b>	<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>114</b>
<b>Anhang A1. Welle 1 .....</b>		<b>115</b>
A1.1.	Auswahl der InterviewteilnehmerInnen .....	115
<b>Anhang A2. Einverständniserklärung .....</b>		<b>116</b>
<b>Anhang A3. Interviewleitfäden.....</b>		<b>117</b>
A3.1.	Leitfäden Medienbereich (JournalistInnen und ChefredakteurInnen) .....	117
A3.2.	Leifaden für EntwicklerInnen (E).....	118
A3.3.	Leifaden für WissensvermittlerInnen (E) .....	119
A3.4.	Ablauf der Gespräche.....	120
A3.5.	Thematischer Verlauf und formulierende Interpretation .....	122
A3.6.	Zusammenfassung der Formulierenden Interpretation und Basis des Feedbacks.....	180
<b>Anhang A4. Feedbackaussendung .....</b>		<b>196</b>
<b>Anhang A5. Begriffsinventar der dokumentarischen Methode .....</b>		<b>199</b>
<b>Anhang A6. Reflektierende Interpretation Gruppe C .....</b>		<b>200</b>
<b>Anhang A7. Reflektierende Interpretation Gruppe J.....</b>		<b>228</b>
A7.2.	Detaillierte Fallbeschreibung (C1/C2/J5/J6).....	254
<b>Anhang A8. Orientierungsmuster .....</b>		<b>272</b>

A8.1. Gruppe J.....	272
A8.2. Gruppe C.....	276
<b>Anhang A9. Codeliste.....</b>	<b>280</b>
<b>Anhang A10. Hypothesenentwicklung.....</b>	<b>311</b>
A10.1. Gruppe: J.....	311
A10.2. Gruppe: C.....	316
<b>Anhang A11. Hypothesenreflexion zur vorläufigen Beantwortung                   der Forschungsfragen.....</b>	<b>321</b>
<b>Anhang A12. Welle 2 – Onlinebefragung.....</b>	<b>328</b>
A12.1. Fragebogenentwicklung.....	328
A12.2. Online Fragebogen.....	330
A12.3. Ergebnisse (n=10): Standardabweichung und Varianz.....	334
A12.4. Ergebnisse (n=10): Häufigkeiten.....	337
A12.5. Kreuztabellen Gruppe*Einschätzungen.....	346
<b>Anhang A13. Transkribierte Interviews.....</b>	<b>363</b>
A13.1. J1.....	363
A13.2. J2.....	379
A13.3. J3.....	401
A13.4. J4.....	425
A13.5. J5.....	437
A13.6. J5 Reaktion (F).....	460
A13.7. C1.....	462
A13.8. C1 Reaktion (F).....	480
A13.9. C2.....	481
A13.10. C2 Reaktion (F).....	502
A13.11. C3.....	503
A13.12. C4.....	513
A13.13. C4 Reaktion (F).....	531
A13.14. C5.....	533
A13.15. C6.....	544
A13.16. E1.....	550
A13.17. E2.....	564
A13.18. E3.....	579
A13.19. E4.....	601
A13.20. E4 Reaktion (F).....	629
A13.21. E5.....	630
A13.22. E6.....	642

<b>Kurzfassung</b>	.....	<b>662</b>
<b>Abstract</b>	.....	<b>663</b>







## 1. Einleitung

Technologische Veränderungen, wie die Digitalisierung und auch das Internet, führen zu einem digitalen Strukturwandel, in dem bisherige Arbeitspraxen, Denkweisen und Unternehmensstrategien im Journalismus überdacht werden müssen (Novy; Schwickert 2012). Der Algorithmische Journalismus ergänzt nun diese tiefgreifenden Veränderungen. Algorithmen ermöglichen die automatisierte Produktion und Distribution von Texten, die besonders im Onlinebereich zum Tragen kommen. Der Algorithmische Journalismus unterscheidet sich daher von datenjournalistischen Bereichen, in denen Algorithmen vorrangig als Analysentool, Recherchewerkzeuge oder der Entdeckung u.a. von Zusammenhängen in Big Data dienen (Dörr 2015).

Die aktuellen Forschungsergebnisse zu den Leistungen von Algorithmen im Journalismus (Graefe 2016) werfen einige Fragen auf. Welche Risiken, aber auch Möglichkeiten würden textgenerierende Algorithmen im Journalismus für den österreichischen Onlinebereich bedeuten? Welche Auswirkungen hat dies wiederum auf die Arbeitsbereiche von JournalistInnen?

Die Automatisierung dringt in Zukunft möglicherweise in Bereiche ein, die bisher der Deutungshoheit des Menschen vorbehalten waren, wie jene der kreativen Arbeit. Studien zu Algorithmen und ihre Folgen für die Arbeitswelt (Frey und Osborne 2013) prognostizieren zumindest eine weitere Automatisierung einfacher Tätigkeiten, sehen aber auch kreative Arbeit in Zukunft im Fokus. Werden JournalistInnen also in Zukunft von Algorithmen ersetzt oder gibt es Potentiale für Arbeitspraxis und hinzukommende Tätigkeiten?

Zur Adoption des Algorithmischen Journalismus in Österreich liegen, im Jahr 2018, noch keine expliziten Forschungsergebnisse, in veröffentlichter Form, vor. Im Jahr 2018 befand sich der erste Prototyp eines *Textroboters* der österreichischen Presseagentur APA, in der Testphase (APA 2018).

Das vorliegenden Forschungsvorhaben, fokussiert Einschätzungen, Erwartungen und Ängste gegenüber der Technologie und erste Erfahrungen damit. Diese Faktoren zeigen sich für das Forschungsinteresse als relevant, da sie über mögliche Adoptionsbereitschaft der Technologie des Algorithmischen Journalismus Aufschluss geben können. Der Aspekt möglicher Einsparungsversuche durch Algorithmen im Journalismus und Ängste vor Jobverlust seitens der JournalistInnen, werden in der vorliegenden Arbeit ebenfalls berücksichtigt. Bereits durch die Digitalisierung kam es zu massiven Umwälzungen am Arbeitsmarkt für JournalistInnen. Die Nachfrage nach JournalistInnen wird in Zukunft weiter sinken (Lachmayr; Dornmayr 2015). Algorithmen als Lösung um Ressourcen wie Zeit und Arbeit einzusparen (Haim; Graefe 2017), würde bedeuten, dass immer mehr JournalistInnen ihre Jobs verlieren könnten (Carlson, 2015).

Dabei liegt die Leistung vom Algorithmischen Journalismus in quantitativen Aspekten der Textproduktion, wie Geschwindigkeit und Anzahl der Texte (Haim; Grafe 2017) sowie datenbasierten Inhalten, wie u.a. Wetterdaten, Sportberichterstattung und Immobiliennachrichten (Thurman et al., 2017).

Die vorliegende Arbeit wird sich zunächst, neben den Spezifika der österreichischen Medien, mit der Zukunft der Arbeit im Zeitalter von Computerisierung und Digitalisierung, dem Einsatz von Robotern in der, *Second Machine Age* (Brynjolfsson und McAfee (2014) und Arbeit 4.0. auseinandersetzen (Matuschek 2016:72). Die aktuelle Studienlage zum Einsatz von Algorithmen im Journalismus ermöglicht die Präzisierung des Forschungsinteresses und eine weitere Eingrenzung. Die veränderten Anforderungen durch Digitalisierung und Automatisierung verlangen zusätzliche Tätigkeiten und Fähigkeiten (Arnold et al. 2016), die für die vorliegende Forschungsarbeit von Interesse sind. Der Einfluss von Algorithmen und u.a. neuronaler Netzwerke auf den Journalismus zeigt sich, laut internationaler Studienlage, in der Veränderung journalistischer Kultur (Newman, 2018:46), der Unterstützung in der Recherche (Marconi et al. 2017), als inhaltliche Inspiration für JournalistInnen (Pavlik 2000), als mögliche Reduktion von Bias in der Berichterstattung (Thurman et al., 2017) und in der besseren Abdeckung von Nischenprodukten (Dörr 2015). Zusätzlich kommen ethische Aspekte wie die der Verantwortung bezüglich algorithmisch produzierten Journalismus hinzu (Dörr, Hollbuchner 2017) sowie Risiken, die sich durch Daten selbst ergeben können (Kent 2015). Dass Algorithmen per se objektiver sind, wird in der vorliegenden Arbeit kritisch vor dem Hintergrund der Wissenslogik (Zweig et al. 2017) und der Einschreibung von Deutungsmustern in Algorithmen (Diakopoulos 2015) sowie der Rolle von Transparenz diskutiert.

Der Fokus dieser Arbeit liegt auf Nutzen und Risiken der automatisierten Textgenerierung sowie die Veränderung der Arbeitspraxis und Adoption dieser Technologie, im Kontext der journalistischen Aufgabe für die Gesellschaft. Dies soll aus Sicht von JournalistInnen und EntscheidungsträgerInnen in Medienunternehmen beleuchtet werden. Im Fokus stehen Tageszeitungen und der dazugehörige Onlinebereich, die durch die tägliche Contentproduktion und nötiger Geschwindigkeit (Haim; Grafe 2017), dem Einsatzgebiet des Algorithmischen Journalismus entsprechen.

Zusätzlich werden im Rahmen der vorliegenden Arbeiten Einschätzungen und Sichtweisen von fach einschlägigen EntwicklerInnen herangezogen. Rechtliche Aspekte, die eine gesonderte Betrachtung benötigen würden, sind kein Gegenstand der vorliegenden Forschungsarbeit. Ökonomische Aspekte können nur beschränkt, mit der ressourceneinsparenden Leistung von Algorithmen angeführt, berücksichtigt werden.

Die Ansichten von RezipientInnen und ihre Reaktion auf automatisierte Texte, sind ebenfalls kein Gegenstand der vorliegenden Untersuchung.

Der theoretische Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit basiert auf der Social Construction of Technology SCOT als multidirektionales Theoriekonzept, das die Technologie als sozial konstruiert betrachtet (Pinch; Bijker 1987 / Bijker, 2009). Die Weiterentwicklungen des Konzeptes (Humphreys 2005) werden mitintegriert sowie wie der *technological frame* (Bijker 2012 / Olsen; Engen 2007) diskutiert. Das theoretische Konzept von SCOT wird mit dem Domesticationsansatz (Silverstone 1994) verbunden und bietet eine breite Möglichkeit von Interpretationsaspekten. Ansätze wie der Diffusionsansatz (Rogers 2003), Prognosen des Gartner Hype Cycle, das verteilte Handeln von Maschinen (Rammert; Schulz-Schaeffer (2002) und das Verhältnis zwischen Mensch und Technologie (Lindemann 2002) werden berücksichtigt. Aus dem bereits genannten Einblick in die aktuelle Forschungslage und dem theoretischen Hintergrund, ergibt sich folgendes Forschungsinteresse:

*Fi: Die Einschätzungen von JournalistInnen, EntscheidungsträgerInnen und EntwicklerInnen bezüglich der Möglichkeiten und Grenzen von Arbeit mit Algorithmen im österreichischen Onlinejournalismus, mit dem Fokus auf Grenzen automatisierter Textgenerierung im Kontext von Arbeitspraxis, journalistischem Selbstverständnis und ethische Grenzziehungen im Übertragen von Handlungsmacht an Maschinen.*

Das Forschungsvorhaben wird mittels einer Delphi-Studie realisiert. Dabei wird der Fokus auf die Ermittlung der Ansichten einer definierten ExpertInnengruppe gelegt (Ammon 2009 / Häder; Häder 2000 / Häder 2009). Die Delphi-Studie wird in zwei Wellen durchgeführt. In der ersten Welle sollen leitfadengestützte qualitative Interviews die Breite der Thematik, Einschätzungen, Adoptionsbedingungen und die umgebende interpretative Flexibilität (SCOT) der sozialen Konstruktion der Technologie erfassen. Die Auswertung erfolgt rekonstruktiv anhand der dokumentarischen Methode (Bohnsack 2014 / Nohl 2009 / Przyborski 2004). Die zusammengefassten Inhalte werden den Teilnehmenden als Feedback rückgespielt, das diese wiederum beurteilen können. Die aus diesen Prozessen ermöglichten Schlüsse werden zur Entwicklung von Aussagen eines Zukunftsszenarios genutzt, das die Teilnehmenden in der zweiten Welle online und quantitativ beurteilen sollen.

Ziel ist es ein konsensuelles Zukunftsszenario zu Risiken und Chancen sowie zu künftigen Arbeitspraxen- und Bereichen im Algorithmischen Journalismus zu entwerfen. Die Ergebnisse sollen, explizit den österreichischen Journalismus betreffend, Handlungsmöglichkeiten ableitbar machen und die Zusammenhänge der einzelnen Dimensionen vom algorithmischen Journalismus in Form eines schlüssigen Modells erklären.

## 2. Zukunft der Arbeit

Die sich verändernden technologischen Möglichkeiten und sich verändernden Berufspraxen werfen die Frage auf, in welche Richtung journalistische Tätigkeit in Zukunft zusteuert. Um sich dieser Fragen anzunähern und um sie detailliert zu formulieren, sollen an dieser Stelle zunächst die Begrifflichkeiten und der inhaltlichen Rahmen von der industriellen Revolution bis zur Industrie 4.0. erwähnt werden.

Die Definition von Technologie ist abhängig vom Kontext des Einsatzes. Das explizite und implizite Verständnis in der Lebenswelt von Technik ist unterschiedlich und daher keine allgemein generalisierende Begrifflichkeit möglich. Im Kontext vom Begriff *Technik* steht nicht nur die Diskussion über spezifische technologische Probleme im Vordergrund, sondern vor allem die gesellschaftliche Diskussion über die Technisierung des Menschen, die dadurch resultierenden Folgen, die Möglichkeiten und der Umgang der Gesellschaft mit diesen (Grunwald 2008: 41). Ein weiterer Punkt, der die allgemeine Begriffsdimension von Technik erschwert, ist seine Dichotomie. Technik ist ein prozesshaftes Verfahren, dass sich somit *prozedural* begreifen lässt (Grunwald 2008: 43). Ein weiterer Aspekt, der hier von Relevanz ist, ist die Reflexion über das Handeln selbst. Damit ist das Handeln mit und von Technik, im Kontext ihrer Praxis, gemeint. Man versteht darunter die Entwicklung, Nutzung und Entfernung von Technik in der Lebenswelt. Den Vorteil dieses Ansatzes von Technik zu begreifen liegt in der Nähe zu gesellschaftlicher Praxis. Technik gilt in der Technikforschung als Ansammlung menschlicher Erzeugnisse, die das *Dinghafte* um das menschliche Handeln darstellen.

### 2.1. Automatisierung und Computerisierung von Arbeitsbereichen

Im Zuge der industriellen Revolution, als Summe nahezu gleichzeitig auftretender Entwicklungssprünge in technischen Disziplinen, fand entwicklungshistorisch eine bedeutende Veränderung in der menschlichen Arbeitstätigkeit statt. Brynjolfsson und McAfee (2014) beschreiben diese Entwicklungswelle als *First Machine Age*. Durch Technologie, wie Dampfmaschinen, wurden die Grenzen muskulärer organischer Leistungsfähigkeit überwunden und mehr Energie stand zur Arbeitsleistung bereit. Die Massenproduktion und die Distribution von erzeugten Waren, wurden durch einen Dominanzwechsel von Muskelkraft zu anorganischer Energie im großen Stil möglich, der schließlich zu weitreichenden Transformationsprozessen in der Gesellschaft führte (Brynjolfsson; McAfee 2014:9f).

Die mechanische Automatisierung von Arbeit, im Sinne der selbsttätigen Verrichtung von Arbeit durch *Roboter* ohne menschliches Zutun, wurde nach und nach durch informationstechnische Einrichtungen ergänzt (Schnieder 1999:1ff). Decker (2013) verweist auf die Begriffsgeschichte in einer literarischen Anbindung an den tschechischen Schriftsteller Karel

Čapeks (1920). In dessen Stück *R. U. R.* dienen Maschinen als Sklaven, die Arbeit abnehmen. In diesem soll der Begriff *Roboter* zuerst aufgetreten sein und in *работа [rabota- die Arbeit]* seinen sprachlichen Ursprung haben (Decker 2013:354). Auch in weiteren Auseinandersetzungen mit dem Begriff, wie beispielsweise bei Schnetter (2016) wird auf die literarische Verknüpfung zu Čapeks Stück *R. U. R.* und auf die slawische Wortherkunft verwiesen. Zusätzlich verweist Schnetter (2016) auf die Übertragung von *unliebsamen oder anstrengender Arbeiten* auf *Roboter* und ihre Stellung als eine Art Knechte für die Menschen (Schnetter 2016:19).

Die *Second Machine Age* ist von einer digitalen Entwicklung gekennzeichnet, die den nächsten Transformationsprozess im Gang setzte (Brynjolfsson; McAfee 2014:9f). Waren noch vor wenigen Jahrzehnten klassische Produktionstätigkeiten von Automatisierung betroffen, so scheinen durch den technologischen Fortschritt Bereiche erschlossen zu werden, die weit über die reine Produktion hinausgehen und Tätigkeiten erfasst, die den Menschen vorbehalten waren. Folgende Aussage von Brynjolfsson und McAfee (2014) macht diese Entwicklung deutlich:

*„Our digital machines have escaped their narrow confines and started to demonstrate broad abilities in pattern recognition, complex communication, and other domains that used to be exclusively human.* (Brynjolfsson; McAfee 2014:54).

Im Rahmen dieser Entwicklungsprozesse der *Second Machine Age* kam es zu einem *Dominanzwechsel* von manueller Nutzung von Maschinen zu programmierten Systemen. Müller (2010:33f) spricht von einer Computerisierung, in der die manuelle Bedienung der Maschine sich zur software-gestützten Arbeit hinwendet, welche die Steuerung und Optimierung als Arbeitstätigkeit im Fokus hat. Die Software nimmt im Produktionsprozess nun eine eigene Position ein, macht Maschinen aber dennoch nicht überflüssig. Die Computerisierung verändert somit die Arbeitstätigkeit und führt zu geänderten Anforderungen an ArbeiterInnen. Müller (2010) führt in diesen Zusammenhang die Notwendigkeit des Wissens um die Produktionsmittel und Arbeitsprozesse an (Müller 2010:35). Im Zusammenhang mit Computerisierung, ist die Digitalisierung als *Digitale Revolution* zu erwähnen. *„Die Digitale Revolution, als eine Revolution der Transformation und des Transfers von Informationen ermöglicht die Effizienzsteigerung von immateriellen Transformationsprozessen* (Lorberg 2018:194). Der Vorteil, der damit im Zusammenhang stehenden Digitalisierung, *das Überführen von analogen Daten in ein diskretes System*, zeigt sich erst dann, wenn technische Systeme damit zum Einsatz kommen. Das Internet ermöglicht die Kommunikation und Vernetzung von Maschinen in der Produktionswirtschaft und deren mobilen Einsatz in privaten Haushalten (Heuermann 2018:9f). Dieses Konglomerat an technischen Entwicklungen, die ineinandergreifend wirken, haben sich unter dem Begriff *Industrie 4.0* etabliert, die das Vorhaben der *Zukunft der Arbeit* abbilden soll. Der Begriff *Industrie 4.0* bedeutet eine vernetzte

Industrie, die sich aus der *substantiellen Verbindung* von Big-Data, Internet der Dinge, Robotik und Automatik konstituiert (Matuschek 2016:6). Die Automatisierung wird oftmals unscharf als Reindustrialisierung verstanden. Eine hohe Flexibilität ist notwendig, die auch negative Kosten für den einzelnen bedeuten können (Matuschek 2016:24). Untersuchungen und Prognosen zur Industrie 4.0 werden, ausgehend von einem linearen Technologieeinsatz, von einer technikaffinen Perspektive geprägt. Hier stellt sich auch das Problem möglicher interessensgeleiteter Daten, wie die von ExpertInnen aus der Managementebene und Entwicklung, die selbst die Entwicklung von Industrie 4.0 im Eigeninteresse vorantreiben wollen (Matuschek 2016:72).

## **2.2. Algorithmen, künstliche Intelligenz und Big Data**

Im Kontext der technischen Entwicklungen sowie des bereits erwähnten Begriffes *Second Machine Age* sollen an dieser Stelle die Bedeutung von künstlicher Intelligenz und Algorithmen geklärt werden.

Künstliche Intelligenz, bzw. Artificial Intelligence (AI) als Bereich der Informatik, beschäftigt sich mit der Entwicklung von Computersystemen, die Operationen durchführen, welche menschliches Lernen und Entscheidungsfindung in gewisser Weise nachahmt, aber keine Intelligenz auf menschlicher Ebene darstellen (Castro; New 2016:2). Algorithmen dienen als zugrundeliegende Rechenvorschrift zur Lösung für spezifische Probleme, die eine *Menge von Größen* als Eingabe verwendet und eine Ausgabe als *einer Menge von Größen* erzeugt (Cormen et al. 2017:5). Algorithmen können mittels einer Anleitung oder selbstlernend zu einer Problemlösung eingesetzt werden, die in unterschiedlichen Programmiersprachen ausgedrückt werden können. Voraussetzung für die meisten Algorithmen sind Daten in strukturierter Form. Damit ist gemeint, dass Daten vor der Berechnung organisiert vorliegen. Diese daraus resultierenden Datenstrukturen sind somit teilweise mit Algorithmen verbunden (Sedgewick; Wayne 2014:20f). Algorithmen als Lösungsverfahren sind *endlich, deterministisch und effektiv*. Die sinnvolle Nutzung und die Bedeutung von Algorithmen besteht darin, Einsparungen aufgrund der Lösungsleistung algorithmischer Abläufe zu schaffen bzw. Lösungen zu ermöglichen, die ohne effizienten Algorithmus nicht zu bewerkstelligen wären, bei welchen eine Vielzahl von Objekten verarbeitet werden. Daraus resultiert die Beschleunigung von Verarbeitungsprozessen (Sedgewick; Wayne 2014:22). In diesem Kontext gilt Big Data, der im Zuge der Computerisierung eine wichtige Bedeutung zukommt, als relevant. Bei Big Data handelt es sich nicht nur um umfangreiche Datensätze, sondern impliziert auch die benötigten Tools zum Erfassen, Verwalten und Verarbeiten dieser Datenmengen in einer bestimmten Zeit (Manovich 2011:1). Die Verbindung von Algorithmen und Big Data lässt sich sehr gut anhand der Verarbeitung großer Datenmengen durch den Einsatz dieser veranschaulichen. Big Data basiert auf folgenden Komponenten

und ihrem Zusammenspiel: *Technologie, Analyse und Mythologie*. Die Rechenleistung soll maximiert werden. Das Erfassen, Analysieren, Verknüpfen und Vergleichen großer Datensätze wird mittels dem Einsatz von Algorithmen erst im geforderten Ausmaß ermöglicht. Die *Analyse* von Datensätzen bezieht sich auf die Fähigkeit von Algorithmen zur Identifikation von Mustern in sozialen, wirtschaftlichen oder technischen Daten. Ein weiterer Aspekt, der hier erwähnt werden soll, ist jener der *Mythologie*. Damit sind der Glaube und Annahmen gemeint, dass Datensätze als höhere Intelligenz und Wissen agieren und neues Wissen und Einsichten anbieten, da Daten angeblich stets wahr, objektiv und genau sind. Dementsprechend fallen auch die Erwartungen gegenüber den Möglichkeiten von Big Data, in Verbindung mit deren Verarbeitung durch Algorithmen, hoch aus (Boyd; Crawford 2012:663).

### **2.3. Algorithmen und ihre Folgen für die Arbeitswelt**

In welche Richtung sich die Tätigkeiten im Rahmen einer Computerisierung und der Einsatz von Algorithmen in Arbeitswelt entwickeln können - und welche Bereiche besonders betroffen sind - veranschaulichen die nachfolgenden Studien. Besonders die vielzitierte Studie von Frey und Osborne (2013) zeigt bedeutende Ergebnisse, die im Zusammenhang der Forschungsthematik als relevant erscheinen. Frey und Osborne (2013) führen diese Sachverhalte anhand eines Beispiels an: Für einen Witz bräuchte ein Rechner eine Datenbasis mit hohem Wissensvorrat, der mit dem menschlichen vergleichbar wäre und zusätzlich noch Vergleichswerte, bzw. Schwellenwerte bezüglich der spezifischen Qualität der Inhalte. An sich könnten Algorithmen kreative Arbeit leisten, wenn Kreativleistung ausreichend decodiert und beschrieben werden könnte (Frey; Osborne 2013:26). Algorithmen reproduzieren Aspekte menschlicher Interaktionen. Zeitnahe Erkennung von menschlichen Emotionen inklusive der passenden Reaktion auf emotionale Inhalte, war bisher ein Problem. Dies gilt auch für Kommunikation, die nur auf reinem Text basiert. Sogar die am meisten durchdachten Algorithmen überzeugen bezüglich ihrer *versuchten Menschlichkeit* nicht. Frey und Osborne (2013) führen dieses Problem hauptsächlich auf die menschlichen *Common Sense-Informationen* zurück, die schwierig zu beschreiben oder auszudrücken sind, die aber Algorithmen brauchen würden, um in sozialen Kontexten zur agieren (Frey; Osborne 2013:27). Komplexe Wahrnehmung, Bearbeitungsaufgaben, kreative Aufgaben, wofür wiederum soziale Kompetenz gefragt ist, werden auch in den nächsten ein bis zwei Jahrzehnten nicht durch Algorithmen vollständig ersetzt werden können (Frey; Osborne 2013:27). Um das Risiko für die Tätigkeiten, die durch die Computerisierung ersetzt werden können, zu veranschaulichen, führten Frey und Osborne (2013) eine Kategorisierung in *High-, Medium-, und Low-Risk-Tätigkeitsfelder* an. Im *Low-Risk-Bereich* befinden sich, neben dem

Medien- und Bildungsbereich, Kunst, soziale Arbeit, Management, Forschung und Entwicklung. Diese Bereiche sind von Computerisierung derzeit am wenigsten betroffen (Frey; Osborne 2013:36f).

Frey und Osborne (2013) kamen auf Basis ihrer Studienergebnisse zum Schluss, dass der Prozess der Computerisierung in zwei Wellen verstanden werden kann, die durch ein *technologisches Plateau* voneinander getrennt werden. Zum einen zeigte sich in der ersten Welle die Automatisierung von Routinetätigkeiten in Produktion, Verwaltung und Logistik. Das betrifft unter anderem selbstfahrende Transportmittel, die sensorisch ausgestattet werden. Die Übernahme der Tätigkeiten von *Computer-Capital* auf den US-Amerikanischen Arbeitsmarkt bezogen - betreffen fast 50% der ArbeiterInnen und Angestellte und sind somit im *High-Risk-Bereich* zu verorten (Frey; Osborne 2013:38). Die bisherige Erfahrung von Digitalisierung und Automatisierung in deutschen Betrieben zeigt, dass Routinearbeiten immer stärker an Bedeutung verlieren und abstrakte Tätigkeiten in den Vordergrund rücken (Arntz et al. 2016:23). Der *Low- Risk- Bereich* kann an dieser Stelle mit der *abstrakten Arbeit* nach Arntz (et al.) ergänzt werden, die zurzeit am wenigsten vom Ersetzen durch Automatisierungsprozesse betroffen ist. Diese Einteilung geht auf die Forschungsergebnisse bezüglich Automatisierung von Tätigkeiten nach Rohrbach-Schmidt und Tiemann (2013) zurück. Abstrakte Arbeit ist als *Non-Routine-Tätigkeit* klassifiziert und betrifft Arbeiten der Entwicklung, Organisation, Programmierung, Beratung, Anwendung von Gesetzen, Lehre, Verhandlungen, etc. Der *High- Risk- Bereich* stellt sich hier analog zu den Routinetätigkeiten wie Transport, Kalkulation, Messen, Schriftverkehr und Warenproduktion dar (Arntz et al. 2016:22).

Die zweite Welle dieser Entwicklung ist abhängig von der Überwindung der technologischen Entwicklungsengpässe, bezüglich der Kreativität und Imitation sozialer Fähigkeiten von Algorithmen. Die Tätigkeiten, die diese Skills erfordern, sind laut Studie noch im *Low-Risk-Bereich* zu finden (Frey; Osborne 2013:39f). Durch die Weiterentwicklung von Robotern, die mit Sensoren für ihre erweiterte Wahrnehmung und Fertigkeiten ausgestattet sind, könnten in Zukunft auch *Non-Routine-Tätigkeiten* automatisiert werden (Frey; Osborne 2013:38).

Abseits von Zukunftsprognosen, die den Wegfall von Routinetätigkeiten vorhersagen, sollen an dieser Stelle kurz die Möglichkeiten und Veränderungen bestehender Arbeitsprozesse umrissen werden. Hier ist zunächst anzumerken, dass Automatisierungsprozesse und Digitalisierung hier nicht voneinander isoliert betrachtet werden sollen. Nach dem Beitrag von Arnold et al. (2016) zu *Herausforderungen der Digitalisierung für die Zukunft der Arbeitswelt*, verändert die Digitalisierung in erster Linie Arbeit ohne sie unbedingt zu ersetzen. Zusätzlich können sogar mehr Arbeitsplätze geschaffen werden als verdrängt werden.



Durch neue oder veränderte Tätigkeitsfelder werden vielfach Qualifikations- und Kompetenzanforderungen an MitarbeiterInnen angehoben. Kritisch anzumerken ist, dass es gleichzeitig auch zu einem Anpassungsdruck kommt. Geringqualifizierte sind davon am stärksten betroffen. Weiterbildung und eine Berufssicherung werden somit auch politisch im Vordergrund stehen müssen (Arnold et al. 2016:1). Übergreifende Kompetenzen wie Prozesswissen, interdisziplinäre Arbeitsweise oder überfachliche Fähigkeiten gelten als Anforderungen der digitalisiert–automatisierten Arbeitsfelder der Zukunft, wobei das kontinuierliche Erlernen neuer Fähigkeiten ebenso an Bedeutung gewinnt. (Arntz et al. 2016:27). Automatisierung und Digitalisierung leiten den Menschen stärker in die Rolle des Überwachens, anstatt des Ausführens. Daten lesen und interpretieren können gilt dabei als eine der künftigen Schlüsselkompetenzen. Nicht-lineares Denken wird im menschlichen Bereich bleiben. Ein besonders sensibler Aspekt der künftigen Arbeitswelten zeigt sich in der Möglichkeit der sensorischen Aufzeichnung von Arbeit und Arbeitenden. Diese dadurch möglichen Optimierungsmaßnahmen werfen ethische Problemstellungen auf. Maschinen werden über KollegInnen hinaus zu Kontrollinstanzen (Matuschek 2016:9f).

### 3. Neue Technologien im Journalismus und aktuelle Herausforderungen

Das Verständnis für die Entwicklung von Technologien, die in ihrer Nutzung kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen aufwerfen, ist nicht nur für Prognosen, sondern auch für das Verständnis der Dynamik dieser Entwicklungsprozesse wichtig (Von Pape 2008:16ff). Durch die Digitalisierung, die im Journalismus vor ca. 40 Jahren begann, kam es zu einer Modifizierung von Struktur und journalistischen Methoden, wie beispielsweise die stärkere Auflösung der Grenzen des Berufsfeldes von Journalismus von anderen HerstellerInnen öffentlicher Inhalte (Weischenberg 2018:77ff).

In Bezug auf die vorliegende Forschungsthematik zur automatisch erstellten Textgenerierung, zeigen die Leistungen des Journalismus für die Gesellschaft einen weiteren Aspekt der Forschungsrelevanz auf, wie folgende Positionen aus der Literatur zeigen: Der journalistischen Tätigkeit kommt neben einer Informations- und Artikulationsfunktion von Sachverhalten eine Integrationsfunktion zu. Ebenso ist es eine Funktion des Journalismus die Wahrnehmung seiner Rolle als gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und politischer Kontrollinstanz zu verstehen (Ruß-Mohl 2010: 17ff). Journalismus ist somit ein Funktionssystem der Gesellschaft und seine Hauptleistung liegt in der Herstellung von Öffentlichkeit. Der Journalismus selbst ist strukturell an seine Umwelt gekoppelt und somit haben Umweltweinflüsse Einfluss auf die Autonomie journalistischer Arbeit wie zum Beispiel Technik oder Politik (Blöbaum 2016: 151f).

Zur Zukunft des Journalismus sollen hier die *Acht-Thesen* von Siebert (2014) zum sogenannten *Roboterjournalismus* erwähnt werden. Ein Ausschnitt der Thesen besagt, dass voraussichtlich 2020 große Mengen von generiertem *Unique Content* bereitgestellt wird. Werden mehr Texte produziert, führe das größere Angebot zu mehr Wettbewerb. Die knappe Zeit der LeserInnen steht aber dieser Entwicklung gegenüber. Dem wird Abhilfe geschafft, denn 2020 sollen Artikel den LeserInnenpräferenzen angepasst und regelmäßig neu zusammengestellt werden. Suchmaschinen können zwar durch große Datenmengen Texte generieren, aber inwieweit ein Algorithmus eine sinnvolle Auswahl der Themenfokussierungen treffen wird, ist nicht gewiss. JournalistInnen müssten diese Technologie für sich nutzen, um hochwertigen Journalismus - auch aus kommerziellen Gründen - bieten zu können (Siebert 2014). Inwieweit diese Thesen die tatsächliche Entwicklung prognostizieren können, kann an dieser Stelle nur unzureichend beantwortet werden. Aufschluss über den heutigen Stand des Einsatzes bietet der im Jahr 2017 herausgegebene Report der AP- Associated Press *The Future of Augmented Journalism*. 2014 begann die AP- Associated Press, in Kooperation mit dem Unternehmen *Automated Insight* ihre Nachrichtenproduktion mittels Algorithmen zu erweitern und stieß dabei die Adoption von Algorithmen zur Nachrichtenproduktion auch in weiteren Newsrooms an (Marconi 2017:1).

Zu den marktführenden AnbieterInnen der Software von automatisierter Textgenerierung zählen AX-Semantics und Retresco in Deutschland sowie Narrative Science und das bereits erwähnte Unternehmen Automated Insights in den USA (Graefe 2016:19). Der Begriff *Augmented Journalism*, greift an dieser Stelle weiter vor und integriert den Einsatz von Robotern wie Drohnen, die Informationen liefern und deren Daten für die automatisierte Textgenerierung verwendet werden (Marconi et al. 2017:16).

Technologische Veränderungen haben Einfluss auf den Journalismus auf mehreren Ebenen. Davon sind die journalistische Arbeitspraxis, die Art der Nachrichteninhalte, die Organisationsstruktur der Nachrichtenindustrie und die Beziehung zwischen den einzelnen AkteurInnen wie Medienorganisationen, JournalistInnen, Publikum, Konkurrenz, und Regulierungsmaßnahmen für die Presse sowie Nachrichtenquellen betroffen (Pavlik 2000:229). Auf die Entwicklung von Algorithmen für den Journalismus, beziehungsweise die Entwicklung von *Computer Journalism* haben kulturelle, politische und ökonomische, institutionelle und organisatorische Faktoren, Einfluss und zeigen so den wechselseitigen Prozess von Ursache und Wirkung von Technologieentwicklung und –Einsatz. Sie werden zur *eingebetteten Materialitäten* in die Technologie (Anderson 2013: 1015f). Um den Einfluss und Einsatz des Algorithmischen Journalismus aus einer soziologischen Perspektive heraus zu erfassen, gibt die Berücksichtigung einer (1) politischen, (2) wirtschaftlichen Ebene sowie (3) dem institutionellen Feld des Journalismus, einer (4) organisatorischen, (5) kulturellen und (6) technologischen Ebene jeweils Einblick in mögliche Folgen (Anderson 2013:1017). Im Rahmen der vorliegenden Forschungsthematik, soll der Argumentation von Anderson (2013:1017) gefolgt werden. Dabei soll der organisatorische Aspekt der Arbeitspraxis und strukturelle Aspekte, in dem Unternehmensentscheidungen zum Einsatz kommen, wie Ablehnung und die Modifikation der Technologie sowie der kulturelle Aspekt in Bezug auf die Mensch-Maschine-Interaktion und die Beeinflussung von journalistischen Normen, berücksichtigt werden (Anderson 2013:1017).

### **3.1. Roboter- und Datenjournalismus**

Die einzelnen Teilbereiche im Journalismus scheinen vielschichtig, ebenso wie die Begrifflichkeiten von *Computer Journalism* (Anderson 2013), *Automated Journalism* (Graefe 2016 / Carlson 2015) und die Thematisierung des Begriffs *Robot Journalism* (van Dalen 2012). Der Datenjournalismus als benachbartes Phänomen kommt einer trennscharfen Definition hier ebenfalls nicht entgegen. Wie bereits in diesem Kapitel erwähnt, bezieht sich der Begriff des *Roboters* auf die Delegierung mühsamer Tätigkeit an eine Maschine (Schnetter 2016:19). In diesen Fall entspricht diese Perspektive einer analogen Auffassung. Perspektiven hochkomplexer Datenverarbeitungskapazität werden nicht berücksichtigt. Auch *Auto-*

*mated journalism* stellt sich als Begriff schwierig heraus. Die Automatisierung wird, bezugnehmend auf die automatische Textproduktion und Einsatz von Algorithmen, dem Wirkungsspektrum des Algorithmischen Journalismus nicht gerecht, da es sich hierbei nicht um eine selbsttätige Verrichtung von Arbeit ohne menschliches Zutun handelt, wenn hier der Erklärung Schnieders (1999) zur Automatisierung gefolgt werden würde. Der Begriff *Computer Journalism*, der bereits vorweggenommen wurde, fokussiert das vorliegende Phänomen treffender. Er beschreibt die Formen der algorithmischen, sozialwissenschaftlichen und mathematischen Aspekte von Nachrichtenarbeit, die in Arbeitsprozessen eingeführt werden und wurden. Diese lassen sich unter dem Begriff *The Future of News* subsumieren (Anderson 2013:1007).

Die Verwendung des Begriffes *Algorithmischer Journalismus* (Dörr 2015) erweist sich hier aber als passender, denn Algorithmen produzieren den Output in Form von automatisch erstellten Texten. Sensorisch erhobene Daten in strukturierter Form werden in templatebasierte Textlösungen<sup>1</sup>, deren Logiken algorithmisch organisiert sind, integriert (Graefe; Haim 2016).

Der Datenjournalismus, unterscheidet sich vom Algorithmischer Journalismus durch seinen Schwerpunkt auf die der Recherche und somit komplexeren Output.

*„Der Kern des Datenjournalismus besteht aus der Sammlung, Analyse und Aufbereitung von digitalisierten Informationen mit dem Ziel einer journalistischen Veröffentlichung* (Weinacht; Spiller 2014: 418)

Diese Definition impliziert den Kern von Datenjournalismus, das *Lesen von Geschichten in Datensätzen*, das sich an dieser Stelle nachweislich von der Tätigkeit des Algorithmischen Journalismus abgrenzt. Das Entdecken von Zusammenhängen und die investigative Recherche, Nutzung öffentlicher Daten und Schnittstellen zur Entnahme von Daten, macht den Kern dieser Tätigkeit aus (Matzat; Langer 2014: 333f). Daten müssten teilweise geerntet (scraping) und in eine strukturierte Form gebracht werden (Matzat; Langer 2014: 342f). Die Datenherkunft ist häufig in Bezug auf Open Data sehr wichtig. (Weinacht; Spiller 2014: 417f). Die Notwendigkeit der strukturierten Daten und die Datenverfügbarkeit zeigt hier eine Querverbindung zwischen Datenjournalismus und dem algorithmischen Journalismus. Mögliche Hybridformen der Tätigkeiten von Datenrecherche und Weiterverarbeitung zur Textgenerierung sind nicht auszuschließen und sollten hier im Vorfeld nicht übersehen werden. Weinacht und Spiller (2014) konnten darlegen, dass trotz der technologisierten Tätigkeit, die Nachfrage nach datenspezifischem Wissen der DatenjournalistInnen stärker ist als

---

<sup>1</sup> Templates dienen als narrativer Rahmen oder Muster, in welche datenbasierte Textteile eingefüllt werden (Marconi et al. 2017)

Programmierkenntnisse. Hier zeigt sich, dass eine Abgrenzung traditionell getrennter Bereiche wie Programmierung, Grafik und Journalismus nicht aufgehoben wird (Weinacht; Spiller 2014:130f). Dieses Ergebnis könnte für den Algorithmischen Journalismus möglicherweise von Nutzen sein, da auch in dessen Bereich ein Umgang mit Daten wichtig ist (Graefe 2016).

### **3.2. Journalismus zwischen öffentlicher Aufgabe und ökonomischer Herausforderung**

Durch den Einsatz von Technologien erhält der Journalismus Anreize Veränderungen vorzunehmen, deren Realisierungspotential wiederum von journalistischen Strukturen abhängig ist. Das Tätigkeitsfeld wird bezüglich der *Selektion und Vermittlung von Information* spezifischer (Blöbaum 2016: 158f). Ein weiterer Aspekt, der in diesem Kontext als wichtig erachtet wird, ist die Perspektive von JournalistInnen auf ihre Tätigkeit, im Sinne einer journalistischen Kultur. Ein wesentlicher Aspekt journalistischer Leistung liegt, wie bereits erwähnt, in der Herstellung von Öffentlichkeit, die aus demokratiepolitischer Sicht wichtig für komplexe Gesellschaften ist (Fürst et al. 2014). In der Studie zu *Journalismuswelten* von Hanitzsch und Seethaler, (2009) zeigte sich, dass im journalistischen Selbstverständnis Aspekte wie Unvoreingenommenheit, beziehungsweise Neutralität wichtig sind und dadurch eine Grundbasis zur Kontrolle von Eliten, Politik und Wirtschaft geschaffen wird. Machtdistanz wird hier als wichtiges Element erkannt, das für JournalistInnen gegeben sein muss, um ihre Aufgaben gemäß ihrem Selbstverständnis leisten zu können. Die Verlässlichkeit und Faktizität der Inhalte stellen ebenfalls eine grundlegende Basis dar. Diese genannten Bereiche der sogenannten *westlich traditionellen Rollen* des Journalismus, wie sie Hanitzsch und Seethaler (2009) bezeichnen, zeigen sich weltweit (470ff).

Der Journalismus wird, unter anderem auch von JournalistInnen selbst sowie von politischen AkteurInnen, als politische Rolle definiert. Daraus können sich Rollenkonflikte bezüglich Normen und Werte und spezifischer Interessen anderer ergeben. Durch die weitere Differenzierung im Berufsfeld Journalismus und durch die vielfältige Praxis der Tätigkeit selbst sowie durch den offenen Berufszugang, bleibt die Entwicklung von allgemein bindenden Berufsregeln, im Sinne der *Formulierung und Durchsetzung von Qualitätsstandards* eine Herausforderung (Saxer 2012:214). Die Studie *Journalisten-Report* (2013) zeigt, dass für den Großteil des Managements in Medienunternehmen und Redaktionen *komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln im Journalismus* mit ca. 90% wichtig ist. Ebenso ist das Kritik an Missständen üben für über 90% wichtig, aber nur ca. die Hälfte sehen es als eine Aufgabe Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren (Kraus 2013:31).

Der Journalismus befindet sich in einem stetigen Spannungsverhältnis zwischen seinem gesellschaftlichen Auftrag und den wirtschaftlichen Herausforderungen, die er überwinden soll (Weischenberg 2018:29). Der Eindruck einer Medienkrise stamme nicht zuletzt aus dem Eindruck der durch Einsparungen und Personalabbau in großen Verlagen entsteht (Lachmayr; Dornmayr 2015:55). In Hinblick auf den Absatz, zeigen sich durch den Vergleich von Jahresberichten der Auflagenkontrolle (ÖAK 2014:11 / ÖAK 2016:10 / ÖAK 2018:9), in der österreichischen Presselandschaft zeigen sich beispielweise bei Tageszeitungen, wie *Der Standard, Die Presse, Die Krone*, sinkende Zahlen.

Der ökonomische Druck in der Medienbranche würde kontinuierlich weiter steigen. Sich verändernde soziale, technische und politische Strukturen führen zu einer Erwartungsunsicherheit von AkteurlInnen in der Medienbranche. Bereits 2012 wurde eine stärkere Verlagerung der Rezeption in den Onlinebereiche erwartet. Dabei stand aber noch die Unsicherheit bezüglich der Finanzierung der Onlineinhalte im Raum (Puppis et al 2012:13f).

Bezogen auf die eben beschriebenen Entwicklungen sind die Erkenntnisse von Haim und Graefe (2017) bezüglich softwaregestützter Textgenerierung von Interesse. So erscheint die Automatisierung von journalistischen Textproduktion als mögliche Problemlösung der Finanzierungsherausforderungen für Verlage:

*„Das Potential der automatisierten Textgenerierung ist in erster Linie ein ökonomisches [sic]. Ist ein funktionierender Algorithmus für ein Thema einmal entwickelt und konfiguriert, so lassen sich große Mengen von Texten in kürzester Zeit (...) erstellen. Aus ökonomischer Sicht gehen die Grenzkosten eines einzelnen Artikels also gegen Null (...). (Haim; Grafe 2017:17)*

Rationalisierungsinstrumente in Medienunternehmen geraten in nahenden Krisenzeiten - vorsichtig formuliert- in Verwendungszusammenhang, dass sich an Outsourcing oder Leiharbeit zeigen kann. Altmeppen (2012) verweist hier auf einen wichtigen Sachverhalt. Maßnahmen zur Kostenreduktion beginnen in der Regel mit dem Auftreten von sinkenden Einnahmen. Die dazu nötigen Gegenmaßnahmen zur Umstrukturierung, oder Restrukturierung gehen von Medienunternehmen/-organisationen selbst und nicht vom Journalismus aus (Altmeppen 2012:37). Hier wird sichtbar, wie notwendig es ist, ökonomische Sachverhalte in erster Linie als Maßnahmen durch Medienorganisationen zur begreifen.

Ein weiterer Aspekt, der sich auf die Finanzierung bezieht, ist die Bereitschaft zur Bezahlung von Mediengütern seitens der RezipientInnen. Seufert (2012) stellt dazu zwei Arten von Gütern vor, die folgende Merkmale aufweisen und auch bezüglich der Betrachtung aktueller Studien zur Mediennutzung in Österreich erwähnt werden sollten.

Seufert (2012) sieht einen engen Zusammenhang zwischen subjektiven Nutzen und objektiven Produkteigenschaften. Dadurch komme eine höhere Qualitätsbewertung durch auf-

wendigere Produktion zustande und diese höhere Produktqualität führe zu höherer Zahlungsbereitschaft. Als zweiten Aspekt sieht Seufert (2012) das Auseinanderklaffen von Qualitätsurteilen von RezipientInnen. Der Nutzen von Gütern ist nicht nur funktional, sondern auch kulturell gebunden und wird individuell erlebt. Damit sind der persönlich erwartete Nutzen und die Motivation zur Rezeption gemeint. Diese individuelle Komponente führe, aus mikroökonomischer Perspektive, zu *divergierender Zahlungsbereitschaft* (Seufert 2012:148).

Die Bereitschaft zur Zahlung für Online-Nachrichten ist in Österreich eher gering (Jahr 2016). Nur für 148 von 2000 Online-Nachrichten wird freiwillig bezahlt (Gadringer et al. 2017:77). Die Nachrichtenaffinität der Österreicherinnen und Österreicher ist gleichzeitig mit über 70 % sehr hoch (Gadringer et al. 2017:19). Über 40% der Befragten gaben an, traditionelle Offline-Nachrichten als Hauptnachrichtenquelle in einer Woche genutzt zu haben. Die digitale Nachrichtennutzung beläuft sich demgegenüber auf etwa ein Fünftel der Befragten (19,1 %). In der Gesamtbetrachtung fällt auch der relativ hohe Wert der gemischten Nachrichtennutzung auf (39,5 %). In den jüngeren Altersgruppen 18-24 beziehungsweise 25-34 Jahre überwiegt die digitale Nutzung von Nachrichten gegenüber der analogen (Gadringer et al. 2017:19f).

Durch Abhängigkeit der Medien - unter anderem von der Werbefinanzierung, beziehungsweise wenn der Tausender-Kontakt-Preis höher als der Verkaufspreis ist, wird die Angebotsstruktur stärker von Bedürfnissen der LeserInnen abweichen. Interessen von RezipientInnen, die für Werbetreibende weniger interessant sind, werden bei stärkerer Werbefinanzierung weniger berücksichtigt werden können (Seufert 2012:155). Ein weiterer Aspekt ist die Marktgröße und Konkurrenz. Bei Märkten mit höherer Bevölkerungsanzahl, höherem Einkommensniveau oder höheren Werbeumsätzen, kommt es zu stärkeren Markt- und Produktdifferenzierungen. Die Kosten einer Tageszeitung liegen hier deutlich höher als die der Publikumszeitschriften. Qualitativ hochwertige Zeitungen und Zeitschriften benötigen höhere Absatzzahlen oder höhere Stückelöse für ihre Rentabilität (Seufert 2012:155ff). Diese Finanzierungsstrategie, die sich auf die Produktion von Werbe- und PR-Beilagen fokussiert führe langfristig zur Berichterstattungslücken. Hinzukommt die Nutzung der Inhalte von Nachrichtenagenturen als publizistisches Standardangebot. Durch Konjunkturunbrüche verloren traditionelle Medien wie Tageszeitungen an Werbeinnahmen, beziehungsweise auch durch die Konkurrenz *neuer Medien*. Dies hat die Reduktion der Arbeitsressourcen seitens der Verlage zu Folge. Zeitungsfusionen und –Kooperationen führen schließlich zu einer Verkleinerung des journalistischen Arbeitsmarktes (Jarren 2012:166f). Ökonomische Profitmaximierung, Fusionen, Konkurrenz und Privateigentum der Produktionsmittel sowie politische Gründe, sind ursächliche Faktoren für eine Medienkonzentration. Die Folgen die-

ser Übernahmen oder Zusammenschlüsse schlagen sich auf die Medienstruktur, die Produktion und letztendlich auch auf den Arbeitsmarkt der JournalistInnen nieder (Knoche 2005:127f). Nicht nur ökonomisch, sondern auch publizistisch, kann es zu einer Konzentration der redaktionellen Einheiten in Form von Homogenisierung der Inhalte kommen (Knoche 2013:140).

Bezüglich der Finanzierung über Werbung in Österreich liegt der Anteil von Tageszeitungen als Werbeträgergruppe mit 29,6%, nach TV (29,3%) an zweiter Stelle. Insgesamt wurden 2016 mit Magazinen, Illustrierten, Wochenzeitungen und Fachzeitschriften über 50% erreicht (VÖZ 2018a)<sup>2</sup>.

### **3.3. Marktdominierende AkteurInnen in der österreichischen Medienlandschaft**

Die Medienkonzentration in Österreich zeigt sich unter anderem durch Zusammenschlüsse von österreichischen Medienunternehmen zu nationalen Konglomeraten (Trappel 2004:4). Dieser Umstand wird auch von neuen Markteintritten weiterer Medienunternehmen nicht gelockert (Steinmaurer 2012:10). Der *ORF* mit dem höchsten Marktumsatz von über 999 Mio. EUR (davon 594,5 Mio. durch Gebühren) im Jahre 2016, die *Mediaprint* und die *Styria Mediagroup*, sind die drei stärksten marktdominierenden Kräfte in der österreichischen Medienlandschaft (Fidler 2017). Bezüglich ihrer Verwobenheit und gegenseitigen Abhängigkeitsverhältnisse soll hier nur ein grober Überblick gegeben werden.

Die *Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag Ges.m.b.H. & Co KG* ist mit einem Umsatz von 421,4 Mio. EUR im Jahre 2016 (Fidler 2017) zweitstärkste Akteurin. Sie wurde unter der Mitbeteiligung des ehemaligen WAZ-Konzerns (Hüffel 2004:8) als Zusammenschluss der Tageszeitungen *Krone* und *Kurier* (Fidler 2017) gegründet. Die Reichweiten der Tageszeitung *Krone* betragen 30% (Medienanalyse 2017 / Kvicala 2016:2).

Die drittstärkste Position am Medienmarkt belegt die *Styria Media Group* (Umsatz: 313,7 Mio. EUR). Unter ihrem Dach vereint sie *Die Presse* mit der eher geringeren Reichweite von 4% (Medienanalyse 2017), als überregionale Qualitätszeitung und unter anderem die *Kleine Zeitung* mit einer Reichweite von 50 Prozent im Süden Österreichs. Die *Styria Media Group* dominiert den Zeitungsmarkt also in Kärnten und in der Steiermark (Kvicala 2016:2).

Als weitere Gruppe von Interesse ist die *Standard Gruppe* zu nennen. Die Reichweite des *Standard* liegt bei 6%, (Medienanalyse 2017). *Der Standard*, als überregionale Qualitätszeitung, ist mit 85,6 % Eigentum der Bronner Familien-Privatstiftung (Fidler 2017 / Kontrast 2018). Die Fusion der *Verlagsgruppe News*, an der *Mediaprint* beteiligt ist (Kvicala 2016:2),

---

<sup>2</sup> Media FOCUS Research GesmbH im Auftrag von VÖZ



mit dem *Kurier Zeitschriften Verlag ZVB* und Gründungen von Bonner, führte 2001 zu einer weiteren Pressekonzentration (Hüffel 2004:8).

Anzumerken ist, dass es gesetzliche Rahmenbedingungen zu Zusammenschlüssen gibt. Die Medienfusionskontrolle, entstanden durch die Novellierung zum Kartellgesetz 1993, soll verhindern, dass eine marktherrschende Position von Medienunternehmen weiter verstärkt wird. Ausschlaggebend sind unter anderem bestimmte Umsatzhöhen der Unternehmen (Bundeskanzleramt 2018). Maßnahmen wie die Presseförderung, seit 1975, greifen an dieser Stelle als weiterer Mechanismus ein, indem sie direkte finanzielle Unterstützung für Zeitungen leisten können. Hier ist die *Besondere Presseförderung*, seit 1985, hervorzuheben. Ihr Ziel ist es zur Erhaltung der Medienvielfalt beizutragen und Zeitungen, die eine wichtige Stellung bezüglich politische Meinungs- und Willensbildung einnehmen und nicht marktvorherrschend sind, zu unterstützen (VÖZ 2018b).

### **3.4. JournalistInnen am Arbeitsmarkt**

Ein weiterer Aspekt, der die Relevanz des Forschungsthemas untermauert, ist die aktuelle Lage der JournalistInnen am Arbeitsmarkt. Wie bereits erwähnt, haben Pressekonzentration und Reduktionsmaßnahmen personalpolitische Folgen (Knoche 2005:127f). Inwieweit sich die Technologie automatisierter Textgenerierung in den weiteren Jahren weiterentwickelt und ob sie für die Arbeit von JournalistInnen eine Gefahr oder eine Chance darstellt, ist eine wichtige Fragestellung, die zusätzlich auch aus der Perspektive der EntwicklerInnen eingeschätzt werden sollte. Dass automatisierte Textgenerierung in Zukunft auch in den österreichischen Medienhäusern Einzug hält, könnte durchaus als realistisch betrachtet werden. Im Rahmen des APA-medialab, der *Innovations-Hub der APA – Austria Presse Agentur* wurde 2017 der Prototyp eines *Textroboters* entwickelt. *Egon* produziert automatisch datenbasierte Fußballberichte (APA 2018) und ist aufgrund seiner klaren faktenbasierten Aussagen kaum von menschlich generierten zu unterscheiden. Diese Entwicklung könnte den Eindruck erwecken, dass das Wegrationalisieren von JournalistInnen, durch den Einsatz von automatisierter Textgenerierung, zu bewerkstelligen wäre.

In Bezug auf ITK<sup>3</sup>-basierte Arbeitsteilung fallen bestimmte Tätigkeiten weg, aber gleichzeitig entstehen durch die Verbreitung und Anwendung von Technologien neue Berufsfelder. Die wichtigste Auswirkung ist die Beschleunigung des Wertschöpfungsprozesses und die Verkürzung der *Lebenszyklen von Produkten und Dienstleistungen*. Dies führt zu Anpassungsdruck unter den Erwerbstätigen (Eichmann; Saupe 2014:136) Folgende Aspekte zeigen sich in diesem Zusammenhang:

---

<sup>3</sup> Informations- und Kommunikationstechnologien

„(1) Kontinuierliches Lernen, (2) Zeitdruck durch Verdichtung von Arbeit und (3) Bewältigung größerer Arbeits- oder Informationsmenge pro Zeiteinheit.“ (Eichmann; Saupe 2014:136)

In Bezug auf die vorliegende Forschungsthematik, wie sich die journalistische Tätigkeit durch den Einsatz von Algorithmen verändern kann, soll an dieser Stelle die aktuelle Lage der JournalistInnen am Arbeitsmarkt thematisiert werden. Der Argumentation von Eichmann und Saupe (2014) folgend, wird es zu zusätzlichen Tätigkeitsfeldern kommen und dies könnte für JournalistInnen berufliche Entwicklungsmöglichkeiten bieten.

Eine im Auftrag von AMS durchgeführte Studie ergab, dass die Zahl der arbeitssuchenden JournalistInnen, die beim AMS vorgemerkt sind, seit 2007 deutlich gestiegen ist (von n=412 auf n=641 im Jahr 2014). Die Grenzen zwischen Freiberuflichkeit, unselbstständiger Tätigkeit und Arbeitslosigkeit, sind fließend (Lachmayr; Dornmayr 2015:36). JournalistInnen finden sich teilweise, sofern es die wirtschaftliche Lage erfordert, mit zeitlich begrenzter oder dauerhafter Selbständigkeit ab. Ein Anstellungsverhältnis wird aber nach wie vor eher angestrebt (Eichmann; Saupe 2014:52). Am stärksten von Arbeitslosigkeit betroffen sind die 45-49-Jährigen. Dies lässt aufgrund auf ihrer demografischen Überpräsenz in der Bevölkerung erklären (Lachmayr; Dornmayr 2015:41).

Besonders JournalistInnen im Print-Bereich werden in Zukunft weniger nachgefragt. Es herrscht eine skeptische Stimmung bezüglich der Nachfrageentwicklung. In diesem Kontext wird der Weiterbildungsbedarf nach digitalen Skills und darüber hinaus für alle Bereiche des Journalismus festgestellt. Einsparungsmaßnahmen in der Medienbranche haben aber eine negative Auswirkung auf die Weiterbildungsmöglichkeiten, die so im geringeren Umfang angeboten werden können. Weiterbildungsmaßnahmen im Bereich Datenjournalismus und Arbeiten mit komplexen Daten seien aber für die Zukunft besonders wichtig (Lachmayr; Dornmayr 2015:68f).

Förderungen und Unterstützungen bleiben für JournalistInnen am Arbeitsmarkt auch in Zukunft wichtig (Lachmayr; Dornmayr 2015:73). Als Unterstützung für arbeitssuchende JournalistInnen wurde das Projekt AJOUR zur Beratung von JournalistInnen als Initiative von Wirtschaftskammer, Industriellenvereinigung, Presseclub Concordia und Verband Österreichischer Zeitungen VÖZ ins Leben gerufen (Der Standard 2017). Zugang in Österreich um als JournalistIn zu arbeiten ist mit und auch ohne spezifischer Ausbildung möglich. Es existieren Pre-professionelle Studienangebote und berufliches Training für bereits tätige JournalistInnen. Nicht-akademische Institutionen bieten zum einen berufliches Training und zum anderen eine journalismusbezogene Ausbildung innerhalb der Erwachsenenbildung an (Dorer et al. 2009:90).

Bezüglich Ausbildungsmöglichkeiten zeigt sich eine Erweiterung in Richtung Datenjournalismus. Das Thema Algorithmischer Journalismus wird dafür aber nicht explizit angeboten.

Recherche von Datenquellen, das Finden von Geschichten in Datensätzen und das Darstellen von komplexen Sachverhalten sowie das Auslesen von Datenquellen, *das Scraping*, und selbstständiges Erstellen von Datensätzen, sollen interessierte JournalistInnen unterstützen Datenjournalismus zu betreiben (fjum-wien 2018). Auch das Kuratorium für Journalistenausbildung bietet hierfür bereits Module an (kfj 2018). Das Angebot der Ausbildungen im Datenjournalismus hängt mit dem Institutionalisierungsgrad der journalistischen Ausbildung in den jeweiligen europäischen Ländern zusammen. Besonders in Deutschland, den Niederlanden und Großbritannien werden spezifische Angebote auch von Hochschulen und JournalistInnenschulen angeboten (Splendore 2016).

In Bezug auf mögliche Automatisierungsprozesse in Medienunternehmen, gab die Studie zum *Journalisten-Report* (2013) bereits Aufschluss über die Bereitschaft zur Weiterentwicklung von JournalistInnen und des Medienmanagements. 85% des Medienmanagements sehen das Zusammenwachsen traditioneller Produktion mit digitalen Kanälen für den ökonomischen Erfolg wichtig. Die Weiterentwicklungsbereitschaft bezüglich des Einsatzes von neuer Technologie in Medienunternehmen, zeigt sich bei MedienmangerInnen bis 40 Jahren mit 95% am höchsten (Kaltenbrunner 2013:59).

#### 4. Artificial Intelligence im Journalismus

Der Report *The Future of Augmented Journalism* thematisiert bereits den möglichen Umgang mit kognitiven Technologien (Marconi et al. 2017) und prognostiziert den Einsatz von neuronalen Netzwerken als Weiterentwicklung der Automatisationsprozesse in Newsrooms.

*Knowledgeable Machines* als denkende Objekte, fungieren als Lager und Transfermedium für technisches Wissen. Nicht nur die Form der Innovation, sondern auch die Beziehung zwischen Mensch und Maschine ist hier wichtig (Collins 2012:312). Lange dominierte eine dualistische Perspektive, die die funktionierende Technologie und den handelnden Menschen voneinander, vor allem, wenn Technologie in jenen Bereichen genutzt wird in denen redundante Abläufe zuverlässig erledigt wurden, als getrennt betrachtet. Rammert und Schulz-Schaeffer (2002) erwähnen hierzu auch den Begriff des Sachzwanges, für den die Technologie galt. Menschliches Handeln galt der Kreativität, der Reflexion und der *situativen Interaktion* (Rammert; Schulz-Schaeffer 2002:11). Nach der Programmierung und Sprachtechnologie bekommen, durch die Entwicklung von Künstlicher Intelligenz, technische Erzeugnisse und Konzeptionen ein größeres Wirkspektrum (Rammert; Schulz-Schaeffer 2002:12). Technologie, die bewegt werden musste, ist nun selbst aktiv geworden, beziehungsweise sichtbar an der zunehmenden *Selbstständigkeit* von Software. Die Bewegung von Technologie vollzieht sich im Spannungsfeld des aktivieren Funktionierens und des technologisierten Regelwerkes, das zur Inaktivität führt (Rammert; Schulz-Schaeffer 2002:15f). In diesen Kontext stellt sich die Frage, ob künstliche Intelligenz handlungsfähig ist. Verantwortliches Handeln ist intentional, sinnhaft und nicht rein zweckrational (Weiß 2002:70f). Aus dieser Argumentation heraus lässt sich die ausführende Tätigkeit der Maschine erklären und zeigt menschliches Verhalten in komplexeren aufeinander bezogenen Dimensionen. Bestimmte Elemente menschlichen Handelns können von Maschinen besser geleistet werden und ihnen deshalb Handlungselemente übertragen werden. Automatisierung führe zu Entlastung von Menschen bezüglich „*Zeit, Vollständigkeit, Genauigkeit und der Zuverlässigkeit logischer Abläufe*“ (Weiß 2002:72f).

Eine weltweite Onlineumfrage unter MitarbeiterInnen und CEOs in Medienunternehmen ergab, dass 72% von ihnen mit Artificial Intelligence und *Robo-Journalism* zu experimentieren planen, um eine höhere Produktionseffizienz zu erreichen (Newman 2018:5). Artificial Intelligence bietet Potential für Kreativität und Effizienz, aber birgt auch Gefahren durch Fehlinformation und Manipulation. Dazu müssen Unternehmen Strategien im Umgang mit diesen Risiken entwickeln. Auch verändert sich die journalistische Kultur unter den nun beschriebenen Gesichtspunkten (Newman 2018:46). Die Frage stellt sich, warum Effizienz zur Nachrichtenproduktion hier überhaupt einen instrumentellen Wert für die Technologie

darstellt, obwohl Effizienz und Effektivität von technologischer Seite aus ethischen Gründen nicht immer anzustreben ist (Van de Poel 2013:137).

Einen Bereich der Artificial Intelligence, der hier dafür nutzbar ist, sind neuronale Netze. Ein Neuron gilt als die kleinste informationsverarbeitende Einheit im Netzwerk. Darin sind Elemente in verschiedenen Schichten organisiert, die Eingabeschicht und die Ausgabeschicht. Neuronen der Eingabeschicht bekommen externen Input. Ihre Ausgabe geht an die nächste Schicht als Eingabe wiederum weiter. Neuronen der Ausgabenschicht bekommen wiederum die Ausgaben der vorangegangenen Schicht und generieren den Output. In diesen Prozessen kommt es zu unsichtbaren Schritten, die für die Außenwelt nicht erfassbar sind, die auch als *hidden layer* bezeichnet werden (Selle 2018:7f). Diese unsichtbaren Schritte werden mit einer *Black-Box* verglichen, deren innere Struktur verborgen bleiben (Selle 2018:12). Ein tiefes neuronales Netzwerk (Deep Neural Network) hat demnach mehr und tiefere verborgene Schichten (Selle 2018:30).

Auch wenn das Netzwerk durch ihr Verhalten zwischen In- und Output lernt, kann es kausale Zusammenhänge nicht begreifen (Selle 2018:12). In Bezug auf neuronale Netze beschreibt Selle (2018) die unterschiedlichen Lerntypen. Um hier eine angemessene Tiefe für die Beschreibung für den Algorithmischen Journalismus zu erreichen, soll hier auf folgende Lernverfahren eingegangen werden, um den sozialwissenschaftlichen Rahmen der vorliegenden Forschungsthematik nicht zu sprengen. *Machine-Learning* als wichtige Komponente steht in Newsrooms als *supervised* und *unsupervised* als mittlerweile gängige Methoden im Fokus (Marconi et al. 2017:9).

Im Zuge des *supervised* Learning wird der Lernvorgang des Netzwerkes überwacht. Er ist induktiv und assoziativ. Hierfür werden Beispielmuster eingesetzt, die über ein Eingabemuster und zu erreichende Ausgabemuster verfügen, die das korrekte Ergebnis darstellen. Das Netzwerk kann so die selbsterrechnete Ausgabe und das korrekte Ergebnis miteinander vergleichen und so Fehler aufspüren. Diese ermöglichen es dem Netzwerk Parameteranpassungen vorzunehmen um den Fehler und die notwendigen Anpassungen der Gewichtungen auch für nachfolgende Muster zur Fehlervermeidung zu minimieren. Daraus lässt sich der Lerneffekt des jeweiligen Netzwerkes ableiten (Selle 2018:10). Die AP-Associated Press veranschaulicht dies am Beispiel der Aufdeckung von Finanzbetrug, wofür *supervised* Learning eine Unterstützung für Redaktionen darstellte. Finanzdokumente von verdächtigen Unternehmen können automatisch gekennzeichnet werden. Mithilfe einem Set aus Beispielen von unverdächtigen und verdächtigen Unternehmen, mit der die Maschine gefüttert wird, lernt sie verdächtige Dokumente zu erkennen und beispielsweise hervorzuheben. Ein Risiko vom *supervised* Learning liegt in falsch-negativen und falsch-positiven Fehlermeldungen. Je akkurater aber die Daten sind und je mehr Trainingsdaten

zu Verfügung stehen, desto niedriger ist die Fehlerwahrscheinlichkeit im Output (Marconi et al. 2017:9f).

Neben unterschiedlichen Abstufungen der wird eher mit dem unsupervised Learning experimentiert. Unsupervised learning basiert auf Lernen ohne Feedback von außen, ohne Zielmuster. Durch das Entdecken und Übernehmen von strukturierten Eigenschaften lernt das Netzwerk (Selle 2018:10). Das System hat die Möglichkeit Beziehungen zwischen Input und Output abzuleiten und so Muster zu erkennen. Diese Anwendung findet sich zum Beispiel in der Sportberichterstattung, um Korrelationen zwischen auftretenden Merkmalen aus den Datensätzen herauszuarbeiten (Marconi et al. 2017:10). Marconi et al. (2017) bringen die Anwendungsleistung folgendermaßen auf den Punkt:

*„Use supervised learning to find the link between a known input and a known output.*

*„Use unsupervised learning if you're unsure of what you're looking for regarding a correlation between input and output. (Marconi et al. 2017:10)*

Artificial Intelligence vermag zusätzliche Perspektiven zur traditionellen Berichterstattung bieten, die diese erweitern können. Kreative menschliche Arbeit kann reichhaltiger und vielschichtiger gestaltet werden. Hier gilt Artificial Intelligence als Unterstützung in Kreativprozessen (Marconi et al. 2017:8). Mithilfe von Artificial Intelligence kann investigativer Journalismus große Datenmengen aufzuspüren und verarbeiten. Die Nutzung von Online-Tools für Recherche und Berichterstattung kann nicht nur zu Inspiration für JournalistInnen herangezogen werden (Pavlik 2000:230), sondern unterstützt auch bei der Vorarbeit zur Recherche. Adaptierte Expertensysteme auf Basis einer AI helfen Daten besser zu sortieren und aufzubereiten (Broussard 2014:814). Für eine spezifische Thematik werden erwartbare Datenpunkte für die Recherche abgerufen und so können für Geschichten, mittels einer Zieldefinition, passende Quellen vorgeschlagen werden (Broussard 2014:818ff). Das arbeitspraktische Wissen von JournalistInnen ist durch die Einschreibung in Form von Heuristiken und Regeln in die Datensätze eingeschrieben und repräsentiert einen Teil der journalistischen Arbeitsleistung (Broussard 2014:816f). Dies zeigt auch das durch AI ermöglichte Fact-Checking, das eine Überprüfung der Authentizität von Webseiten und deren Verifizierung sowie von Medienplattformen ermöglichen soll. Die französische Tagzeitung Le Monde verwendet geschützte Datenbanken, bei welchen JournalistInnen die Inhalte auf ihre Vertrauenswürdigkeit bewerten. Die Bewertungen werden für das Training der AI verwendet (Goldhammer et al. 2018:100f).

#### **4.1. Automatisierte Textverarbeitung und -Generierung**

Bisher wurde automatisierte Textgenerierung vorrangig bei formalen Inhalten eingesetzt, wie Umsatzberichte von Unternehmen, automatisch erstellte Wetterberichte oder Informationen für lokale Inhalte während der Wahlen in Frankreich 2015 (Kent 2015). Dazu eigenen

sich Inhalte mit verfügbaren Daten, wie es auch bei E-Commerce, Sport und Chronikalem der Fall ist (Dörr 2015 / Fanta 2017 / Krawarik 2017 / Marconi et al. 2017:10f). Automatisierte Textgenerierung wird vor allem für repetitive und faktenbasierte Inhalte verwendet, bei welchen die stilistische Qualität der Inhalte nicht im Vordergrund steht (Graefe 2016:35). Die automatisierte Textgenerierung im Algorithmischen Journalismus ist ein semiautomatischer Prozess und vollzieht sich in den Stufen der Selektion von Daten, die für die weitere Verwertung herangezogen werden, sowie der Gewichtung der Relevanzzuweisungen und der Einbettung der Inhalte in eine semantische Struktur. Die Produktion der Texte muss in Bezug auf die journalistische Tätigkeit im Kontext seiner Werte und Normen und der Herstellung der Öffentlichkeit redaktionellen Leitlinien angepasst werden (Dörr 2015:6).

Zwei der wichtigsten Bereiche der Sprachverarbeitung, die bereits Einfluss auf den Journalismus haben, sind *Natural Language Generation- NLG* und die Sprachverarbeitung *Natural Language Processing- NLP*, welche unterschiedliche Prozesse ermöglichen. *Natural Language Processing* liest und verarbeitet die Inhalte. Damit lassen sich in Texten beispielsweise Personen oder Handlungsstränge erkennen und analysieren. In der Regel basieren Übersetzungssoftwares auf dem *Natural Language Processing* (Marconi et al. 2017:11). Beim *Processing* kommen lineare und nicht lineare-selbstlernende Algorithmen zum Einsatz. Dabei zeigten sich lineare Modelle als überzeugender. Anhand dem Funktionsprinzip von Vektoren werden ähnliche Wörter gruppiert und helfen so gleichzeitig Algorithmen beim Lernen (Mikolov et al. 2013:1). Aufgrund der Analyseleistung stellt sich hier eine wichtige Verbindung zu Big Data, im Sinne von semantischen Kontextanalysen der im Internet verfügbaren Inhalte, her. Ein Beispiel wären Nachrichtenplattformen wie *Liquid News Rooms*, die durch das Untersuchen von Stichwörtern in Inhalten, durch Identifikation von Meinungscluster und Themenkomplexe den Verlauf von politischen Diskussionen und Meinungsbildungsprozesse sichtbar machen (Goldhammer et al.2018:99).

*Natural Language Processing* ermöglicht die Textgenerierung. Hier ist anzumerken, dass die dafür benötigten Daten teilweise mittels *NLP* herausgearbeitet werden und zeigen somit die enge Verbindung beider Funktionsprinzipien. Mittels Algorithmen, die auf statistischen Methoden basieren, können Trends oder auch Ausreißer und außergewöhnliche Geschehnisse identifiziert werden. Eine Software sammelt verfügbare Daten von vordefinierten Datenquellen, Kontextdaten, aktuelle sowie historische Daten (Graefe 2016:17f).

Um sprachliche Verläufe und Inhalte zu generieren, werden diese in fassbare Schritte heruntergebrochen und für sprachliche Situationen modelliert (Horacek 2010:436). Zur automatisierten Textgenerierung wird ein semantisches Modell erstellt, das auf die Analyse des Inhaltes des zu produzierenden Textes basiert. Es kommt hier zu einer linguistischen Reproduktion (Bauer, et al. 2015). Um diese zu erzeugen, wird ein Textplan erstellt, der durch

schrittweises Anreichern und Konkretisieren der abstrakten Form die spätere kommunikative Absicht darstellt (Horacek 2010:436). Die geplanten Texte benötigen als Basis strukturierte Daten und eine stringente Logik (Bauer et al. 2015). Die Analyse von Daten mittels NLG kann unterstützen, um zusätzlichen Einblick zu gewinnen und um stringenter Narrative zu entwickeln. Dies zählt zu den anspruchsvolleren Lösungen (Graefe 2016:17f). Die derzeitigen Softwarelösungen zur automatisierten Textgenerierung basieren auf regelgeleitete Algorithmen und einer Textstruktur für faktenbasierte Inhalte. Die Software basiert auf vordefinierte Regeln die speziell auf das Anwendungsproblem zugeschnitten sind. Die Inhalte werden in einen narrativen Rahmen oder Muster eingefügt, also in ein Template gefüllt (Marconi et al. 2017:10f). Verwendet wird zusätzlich eine generative Grammatik, die syntaktische Regeln, wie beispielsweise Fälle und Verbbeugungen, berücksichtigt. Das regelbasierte System muss aber für jeden einzelnen Texttyp entwickelt werden (Bauer et al. 2015). Eine Software kann in weiteren Schritten unterstützend identifizierte *Insights*, in Bezug auf ihre Relevanz anhand vordefinierter Regeln, klassifizieren und priorisieren, um so ein *Arrangement* der berichtenswerten Elemente sowie ein Narrativ zu formulieren. Gerade bei dieser Lösung sind die offiziellen Richtlinien für Verlagshäuser unbedingt zu berücksichtigen (Graefe 2016:17f).

Bereits 1994 war automatisierte Textgenerierung für Wettervorhersagen bekannt. Die Ausgabe war in mehreren Sprachen verfügbar. Die wesentlichen Schritte, die Datenextraktion, und die Notwendigkeit der Textplanung und der Realisierung waren schon damals wesentlich (Goldberg; Driedger 1994:46f / Reiter1996:1f). Das *Lückentext-Prinzip* von templatebasierten Lösungen ermöglichte aber nur eine begrenzte Variation von Output (Reiter 1996:1f). Für templatebasierte Methoden kommen heute u.a. statistische Ansätze für probabilistische Grammatiken zum Einsatz, die Textgenerierung an die Wahrscheinlichkeit in Kombination mit anderen Inhalten koppeln (Gatt; Kraemer 2018:19ff). Am Beispiel von AX Semantics<sup>4</sup>, basiert die trainierbare Software zur Textgenerierung auf einem Algorithmus, der Daten von unterschiedlichen Datensets miteinander verbindet und dort Beziehungen, Korrelationen und mögliche Einflüsse identifizieren kann. Die Parameter, welche die produzierten Inhalte erfüllen sollen, sind auch abhängig von Suchmaschinen zu sehen. Sie setzen indirekt Standards für die Textqualität. Nur jene Texte, die den Anforderungen von *Keyword-Applikationen* der Suchmaschinen entsprechen würden, erreichen eine hohe Möglichkeit auf der Rangliste dieser. Gleichzeitig können die produzierten Inhalte für die LeserInnen optimiert werden (Bauer et al. 2015)<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> AX Semantics: Marktführendes Unternehmen in Deutschland bez. automatisierter Textgenerierung

<sup>5</sup> AX Semantics- ATML3



Um die bereits erläuterten Schritte der Textgenerierung zu realisieren, ist die Zusammenarbeit zwischen EntwicklerInnen, JournalistInnen und LinguistInnen notwendig. FachexpertInnen sind nötig, um Kriterien für die Nachrichtenwürdigkeit zu definieren, nach dem der Algorithmus Ereignisse nach ihrer Relevanz reihen kann. ComputerlinguistInnen verwenden Textsamples, um die zugrundeliegende semantische Logik zu identifizieren und diese in ein regelbasiertes System zu übersetzen, das fähig ist Sätze zu konstruieren. Alternativ können journalistische Textmodule und Probestorys, mit geeigneten Frames und geeigneter Sprache, an die Blattlinie und Verlagsrichtlinien angepasst werden (Graefe 2016:18f). Der Upload der endgültigen Texte wird in der Regel mittels CMS- System ermöglicht, die die automatische Veröffentlichung beziehungsweise die Veröffentlichung nach Freigabe der HerausgeberInnen ermöglicht (Graefe 2016:17f).

Der Nutzen der automatisierten Textgenerierung zeigt sich in erster Linie durch die Möglichkeit Routinetätigkeiten zu automatisieren und somit auf lange Sicht Möglichkeiten journalistischer Qualität zu erhöhen, da JournalistInnen von Routinetätigkeiten befreit werden und so mehr Zeit haben sich auf Bereiche fokussieren, die in Zukunft weiter an Relevanz gewinnen werden, wie etwa ausführliche Analysen, tiefere Recherchen, investigative Arbeit oder das Verfassen von Kommentaren (Grafe 2016:34). Der Algorithmus unterstützt die redaktionelle Arbeit, ein höheres Datenvolumen zu verarbeiten und ermöglicht somit ein schnelleres Umsetzen journalistischer Arbeit (Thurman et al. 2017:10f). Diese genannten Faktoren, verhelfen zu einer höheren Arbeitsgeschwindigkeit. In der Nachrichtenproduktion geht es sehr stark um Geschwindigkeit, anhand derer unter anderem auch journalistische Arbeit bewertet wird. Journalistische Arbeitspraxen haben sich etabliert, um den Geschwindigkeitsanspruch gerecht zu werden und erfolgreich gegenüber der Konkurrenz zu sein (Örnebring 2010:65)

Zusätzlich zeigt sich aus der journalistischen Sicht die Möglichkeit, dass durch den Einsatz von Algorithmen zur Textgenerierung, inklusive der Datenerfassung, die Bias in der Berichterstattung<sup>6</sup> reduziert werden könnte. Zusätzlich könnten Social- Media- Daten oder - Inhalte, aufgrund der Datenverarbeitung mittels Algorithmen für die Berichterstattung genutzt werden (Thurman et al. 2017:13f).

Neben den inhaltlichen Aspekten von möglicher Biasreduktion oder der Verschiebung von der Routinearbeit zur möglicherweise qualitativeren Arbeit, sind die ökonomischen Aspekte, welche den Einsatz von Algorithmen verlangen, nicht zu unterschätzen.

Zunächst ermöglicht die automatisierte Textgenerierung die Erhöhung der Geschwindigkeit der Textproduktion und den Umfang der Berichterstattung nahezu unbegrenzt (Graefe

---

<sup>6</sup> Damit ist ein manipulierender Aspekt durch u.a. die Subjektivität von JournalistInnen gemeint

2016:22). Sie sind in der Regel fehlerfrei und würden so eine Einsparungsmöglichkeit für Medienunternehmen in der Content-Produktion bieten (Graefe; Haim 2016).

Zusätzlich verbessern Feedbackschleifen den Output. Die Frage ist, ob JournalistInnen in Zukunft mehr Informatikkenntnisse benötigen, um selbst die Software besser zu nutzen (Dörr 2015:9).

Die Kosten der Textproduktion hängen vom Texttyp, Textlänge, der Kosten der Vorarbeit wie etwa Nachforschungen und der Textqualität ab. Die Erhöhung der Produktionsgeschwindigkeit ist analog schwierig zu bewerkstelligen. Für eine hohe Menge an Content würden schließlich viele AutorInnen gebraucht, die unterschiedliche Skills aufweisen und somit höhere Kosten damit verbunden wären (Bauer et al. 2015).

Eine weitere Chance von Algorithmen für den Journalismus könnte sich für Nischenprodukte ergeben (Dörr 2015:11). Gerade ein kleines Publikum kann berücksichtigt werden (Van Dalen, 2012:655). Lokale und personalisierte Inhalte sowie tiefergehende Informationen können personalisiert angeboten werden. Das könnte dazu führen, dass RezipientInnen eher gewillt sind für Content zu bezahlen (Bauer et al. 2015).

#### **4.2. Grenzen des Einsatzes von Algorithmen und algorithmische Verantwortung**

Der Einsatz von Technologie beinhaltet immer eine politische und ökonomische Komponente, denn durch Technologien werden spezifische Formen von Macht und Autorität vergegenständlicht (Winner 1986:20f.). Die soziale und die ökonomische Einbettung von Technologie ist für ihre politische Dimension entscheidend sowie für die sozialen Umstände ihres Einsatzes und ihre Verwendung in der Praxis (Winner 1986:20f).

Dem steht die Wertneutralität von Technologie gegenüber die besagt, dass technologische Entwicklungen einen instrumentellen Wert haben um ein bestimmtes Ziel zu erreichen. Mögliche negative Folgen wie die Gefährdung oder Schaden, würden den Menschen selbst zugeschrieben werden (Van de Poel 2013:133f).

Prognostiziert wird eine signifikante Verschiebung der Verantwortung in der Nachrichtenproduktion für die Zukunft. Mit dem algorithmischen Journalismus sind JournalistInnen nicht mehr die alleinigen moralischen Instanzen der Nachrichtenproduktion. Medienorganisationen und Mediensysteme werden als moralische AkteurInnen hingegen wichtiger. Für den Einsatz von Algorithmischem Journalismus - und das weiterhin journalistischer Aufgaben erfüllt werden können - müssen Guidelines entwickelt werden und diese müssen als Codes in die Software eingelagert werden (Dörr; Hollnbuchner 2017:11f).

Aber es ist derzeit nicht möglich, dass es in absehbarer Zukunft formale Modelle der natürlichen Sprache geben wird, die die inhaltlichen Ansprüche von hochwertigem Journalismus

erfüllen könnten und daher auch keinen automatischen Journalismus, der sich in Abwesenheit von rechnerisch verfügbarer Grammatik, die die komplett automatische Generation von journalistischen Texten erlaubt, weiter zu entwickeln (Caswell; Dörr 2017:16f). Zusätzlich kommt hier ein demokratiepolitischer Aspekt hinzu. Medienunternehmen sollen gefördert werden, um sich *auch ökonomisch am Leben zu erhalten*. Algorithmen würden *keine Zeitung machen und auch keine Demokratie* (Bundeskanzleramt 2016). Demokratie und menschliche Instinkte können nicht durch Algorithmen ersetzt werden (Bucher 2017:929). Der Einsatz von Algorithmen im Journalismus soll - im Kontext einer notwendigen Qualitätskontrolle - mit Bedacht gewählt werden und geprüft werden, ob der Gegenstand für eine Automatisierung überhaupt geeignet ist, welche Daten hierfür herangezogen werden und ob die Auswahl der hervorzuhebenden Daten durch Algorithmen angemessen ist (Kent 2015). Aus der Sicht von JournalistInnen zeigen sich weitere Qualitätseinschränkungen im fehlenden Kontextverständnis von künstlicher Intelligenz und der geringeren Komplexität des Outputs, die sogar bei typischen Einsatzgebieten der automatisierten Textgenerierung zu Nachteilen führt. Eine weitere Einschränkung sei das Fehlen eines *human angle* als menschlichen Aspekt in der Berichterstattung, der für RezipientInnen wichtig ist (Thurman et al. 2017:7f). Ein weiterer Punkt beim Qualitätsaspekt zeigt sich im Auftreten von unvorhergesehenen Geschehnissen. Geschultes Personal ist notwendig, wenn analog weitergearbeitet oder korrigiert werden muss. Außerdem stellt sich die Frage, wer die Software kontrolliert, die von JournalistInnen genutzt werden soll, oder ob dies in Zukunft automatisch passieren wird. Der beste Schutz vor inkorrektem Output bietet eine umfassende Textplanung, die Überprüfung und die Anwendung der redaktionellen Standards (Kent 2016). Die möglichen Einsparungen in Zeit und Ressourcen (Haim; Grafe 2017) widersprechen sich mit der Notwendigkeit des geschulten Personals und den nötigen Maßnahmen zum Einsatz von Algorithmen. Um einen stabilen Algorithmischen Journalismus zu realisieren sind die Formalisierung und Entwicklung von Datenmodellen, Workflows, und redaktionellen Fähigkeiten, im Umgang mit Automatisierung im Journalismus, notwendig (Caswell; Dörr 2017:16f).

#### **4.3. Objektivität und Transparenz im Einsatz von Algorithmen**

Die Wissenslogik von Algorithmen scheint objektiver. Das bedeutet, sie gelten als vertrauenswürdige Instrumente, was teilweise dem Umstand geschuldet ist, dass in einer arbeitsteiligen Gesellschaft ein inhärentes Misstrauen gegenüber dem menschlichen Versagen existiert. Algorithmische Verfahren sind aber selektiv und es besteht die Möglichkeit von Fehlern, Manipulation, politische und ökonomische Einflüsse sowie mögliche Systemfehler (Gillespie 2014:191). Zwar meinen BefürworterInnen, dass es durch Algorithmen potentiell

zu einer Verbesserung der *Accuracy*, der Richtigkeit, und Objektivität der Berichterstattung kommen kann (Graefe 2016:22), aber die vermeintliche Objektivität der Algorithmen beinhaltet auch subjektive Annahmen (Zweig et al. 2017:320). In Algorithmen manifestieren sich sozial konstruierte und institutionelle Mechanismen, die ein gesamtgesellschaftliches Geflecht dieser Faktoren widerspiegeln. Dies ergibt eine neue Wissenslogik im Gegensatz zur *editorialen Logik*. Das könnte aber auch einen Vorteil darstellen, denn die subjektiven Entscheidungen von EntscheidungsträgerInnen als die *editorialen Logik*, die durch Institutionen im Zuge einer Ausbildung und Zertifizierung autorisiert sind und durch Marktmechanismen beeinflusst werden, untergraben die Steigerung der Objektivität. Gillespie (2014) identifiziert als Hauptargument für den möglichen Vorteil von Algorithmen, dass sie nach fehlerfreien, vorurteilsfreien und manipulationssicheren Inhalten, welche menschliches Wissen und relevante Informationen vermitteln, streben (Gillespie 2014:192). Allerdings sind gesellschaftliche Problemstellungen komplexer um sie in mathematisch berechenbare Kategorien zu begreifen. Deshalb ist die Überwachung der Systeme und das Wissen der Gesellschaft über die Leitungen von Algorithmen wichtig (Zweig et al. 2017:325f).

Ein Risikofaktor für den Algorithmischen Journalismus stellt die *Absence of Data*, die Vollständigkeit und Richtigkeit der Daten, dar (Caswell; Dörr 2017). Die Reliabilität und Validität der Datensätze hängt u.a. wesentlich mit ihren Quellen zusammen. Daten müssen in Bezug auf ihre Bias, wie zum Beispiel Daten von Parteien, berücksichtigt, beziehungsweise auf die inhaltliche Formung des jeweiligen Daten-Providers geprüft werden. Daten, die durch Regierung oder Unternehmen bereitgestellt werden, sind möglicherweise zuverlässiger und weniger fehleranfällig als usergenerierte Daten. Aber auch staatliche Daten können Fehler enthalten (Kent 2015). Zusätzlich ist relevant, wie Daten ausgewählt, transformiert und aufbereitet wurden. Kritisch zu betrachten, aber durchaus auch verwertbar, sind Informationen darüber, welche Daten von RezipientInnen genutzt wurden, die vor allem für Nachrichtenorganisationen, in Bezug auf die Bereitstellung von Informationen relevant sind (Graefe 2016:41). Langfristig ist zu prüfen, ob die rechtlichen Rahmenbedingungen die Datennutzung zulassen. Zusätzlich müssen strategische Überlegungen zur notwendigen Aktualisierung von Daten und der Entscheidungen von Algorithmen getätigt werden (Kent 2015).

Bei *Absence of Methods* stehen Entcodierungs-Problematiken von Datenmodellen oder ihr Fehlen im Vordergrund, wie es bei der Enkodierung von journalistischen Events, die für das automatisierte Storytelling gebraucht werden, der Fall ist (Caswell; Dörr 2017: 2).

*„Events are the central semantic feature of news, and therefore the lack of data models suitable for encoding journalistic events and stories as data prevents the adoption of automated journalism beyond routine descriptive reporting. (Caswell; Dörr 2017:2)*

Außerdem können sich Datenprobleme verstärken, wenn die Struktur der Quelle die Daten selbst verändern, wie bei Daten die bei Webseiten geerntet wurden (Kent 2015).

Wenn die zugrundeliegenden Daten, der Algorithmus oder das Datenmodell zu Fehler führen, kann für Medienunternehmen enormer Imageschaden entstehen, da durch die Möglichkeit der schnellen Generierung und der hohen Zahl an Output sich Fehler summieren (Graefe 2016:43).

Diese Problemstellungen von Objektivität und der möglichen Risiken durch Datensets, führt zur Frage welches Machtpotential in Algorithmen steckt. Diakopoulos (2015) sieht in der autonomen Entscheidungsfindung die Entfaltung der intrinsischen Macht von Algorithmen. Die algorithmische Einflusskraft, wird von Diakopoulos (2015) anhand folgender Parameter bewertet: (1) Priorisierung, (2) Klassifizierung, (3) Zuordnung und (4) Filterung (Diakopoulos 2015:399ff). Der Begriff *Algorithmic Accountability* verdeutlicht die Position von Algorithmen als menschliche Erzeugnisse. Durch ihre Entwicklung, die verwendeten Kriterien, herangezogene Trainingsdaten, die Semantik und Interpretationen, werden menschliche Annahmen und Deutungsmuster in Algorithmen eingeschrieben (Diakopoulos 2015:402). Diese eingeschriebenen Deutungsmuster zeigen sich bei beispielsweise bei algorithmischen Empfehlungssystemen, welche manipulative Kräfte haben könnten, indem beispielsweise politische Ausrichtungen einfließen (Zweig et al. 2017:325). Algorithmen lernen durch NutzerInnen Daten und durch Klickverhalten bessere inhaltliche Angebote zu ermöglichen. Personalisierung und die menschliche Neigung zu homogenen Freundeskreisen wird demokratiepolitisch dann zur Gefahr (Zweig et al. 2017:321ff). Gerade im Bereich der Intermediäre, führten Algorithmen bereits in der Vergangenheit zur Manipulation öffentlicher Meinung, insbesondere politischen Wahlverhaltens und erleichterten die Verfestigung von Abschottung von Gruppen durch spezifische politische Einstellungen, wie sich in Echochambers und Filterbubbles zeigte. Demokratiepolitisch ist es wichtig darüber zu wachen wer die öffentliche Meinung beeinflusst (Zweig et al. 2017:318f).

Es ist daher notwendig die Wahrung der Meinungsvielfalt im Kontext vom Grad der Automatisierung von Medieninhalten zu beobachten. Der Algorithmische Journalismus birgt aber auch ein ökonomisches Risiko, dass ebenfalls die Wahrung der Meinungsvielfalt betrifft. Durch die Auslagerung von Textproduktion hin zu automatisierter, könnte dies zu einer Beförderung der Medienkonzentration führen und die Gefahr der Entstehung weniger großer Player, mit hoher Einflussmöglichkeit (Goldhammer et al. 2018:108).

Möglichkeiten um die bereits dargelegten Risiken zur reduzieren, bzw. Verantwortung zu ermöglichen, liegt in der Herstellung von Transparenz. Sie bildet ein Kernelement der bereits erwähnten *Algorithmic Accountability* als *Algorithmic Presence*. Ein Kennzeichnungsgebot des automatisch produzierten Textes gilt hier als Lösung und die Ausweisung des Automatisierungsgrads (Goldhammer et al. 2018:108). Die AP- Associated Press kennzeichnet automatisierte Texte als diese und fügt einen Link mit erklärenden Inhalten zur

automatisierten Textgenerierung und Informationen über das Zustandekommen des Contents hinzu (Kent 2015). Die Herkunft und Objektivität der Daten stellt sich auch als ethische Notwendigkeit dar und steht im engen Zusammenhang mit der Reflexion der Aufgaben journalistischer Leistungen für die Gesellschaft (Dörr 2015:11). Hinzu kommt die Frage nach dem Verständnis von Copyright im Kontext von automatisierter Textproduktion und der verwendeten Quellen (Van Dalen 2012:655). Wichtig wäre auch, welche Informationen nicht mitaufgenommen wurde. Hier wäre eine Regulierung notwendig, denn Offenlegungen könnten in manchen Fällen negative Folgen für die Reputation von Medienunternehmen haben. Deshalb wird nicht von einer prinzipiellen Freiwilligkeit ausgegangen (Diakopoulos 2016:60f). Ein weiterer Aspekt, der hierfür sich als wichtig erweist, ist die Offenlegung der dahinterliegenden Motive. Transparenz trifft hierbei auch auf Grenzen, denn Regierungsdaten und jene der nationalen Sicherheit sind schwer zugänglich. Die effiziente Überprüfung durch Transparenz bleibt eine Herausforderung (Diakopoulos 2015:403). Für die Umsetzung algorithmischer Transparenz müssen journalistische Standards entwickelt werden. Dazu wurden von Diakopoulos (2016) die Dimensionen von Begleitungs politik von Algorithmen, in Zusammenarbeit mit Personen, die im Journalismus tätig sind, erarbeitet. Zu den wesentlichen Elementen zählen die Transparenz über (1) den menschlichen Anteil, (2) Daten, ihre Qualität, Validität und Integrität und Personalisierungsdaten, (3) das Modell, die Auswahl der Inputs und Features, Tools für die Modellierung, (4) Vorhersagen, und als Lösungsvorschlag die Weitergabe von *Key-Statistics* (Diakopoulos 2016:60f).

#### **4.4. Neue berufliche Bereiche durch Algorithmen in der Nachrichtenproduktion**

Journalistische Arbeit ist arbeitsteilig und in einer Struktur, die ein historisch gewachsenes Ergebnis ist (Örnebring 2010:61). Automatisierter Journalismus wird vom Designen der Datenmodelle bis hin zum Verfassen von *NLG-Vorlagen*, eine redaktionelle Tätigkeit bleiben, jedoch auf einen abstrakteren Level als in traditionellen redaktionellen Tätigkeiten. Es werden *meta-redaktionelle* Fähigkeiten gebraucht, die die Fähigkeit haben, Sprache abstrakt zu nutzen und diese an sprachbasierten redaktionellen Produkten anwenden können. Aus ökonomischer Perspektive ist ein automatisierter Journalismus möglicherweise hilfreich den gesellschaftlichen Auftrag des Journalismus zu realisieren und wird wahrscheinlich deshalb in Zukunft zu einer üblichen Praxis in Redaktionen werden (Caswell; Dörr 2017:16f).

Kritische Positionen prognostizieren vermehrte Entlassungen und eine Befeurung der Kommerzialisierung von Nachrichtenproduktion (Carlson 2015:429). Grafe (2016) geht einen Schritt weiter und beschreibt ein Konkurrenz Verhältnis zwischen Mensch und Maschine. Algorithmen gelten als Weg Kosten zu sparen sowie JournalistInnen zu ersetzen,

die Routinearbeit leisten (Grafe 2016:34). Diese Aussagen sind kritisch zu bewerten, denn es steht nicht fest wie viele JournalistInnen tatsächlich reine Routinearbeit leisten.

Wenn ein steigender Anteil von Nachrichten automatisiert produziert wird, müssen sich JournalistInnen entweder auf Bereiche fokussieren, die Algorithmen nicht übernehmen können oder versuchen ein besseres Produkt zu erzeugen (Grafe 2016:34). JournalistInnen haben Bedenken, der Geschwindigkeit des algorithmischen Journalismus nicht nachzukommen und dass die mögliche Austauschbarkeit ihrer Tätigkeit und Position nun stärker von ihren *Skills* abhängt (Graefe, 2016:30f). Andererseits pusht diese Entwicklung den Willen von JournalistInnen sich weiterzuentwickeln (Van Dalen 2012:655).

Der Einsatz von Artificial Intelligence und anderer neuer Technologien hat disruptive Kräfte und somit Auswirkungen auf die Arbeitspraxis von JournalistInnen. Es kommt zur Verschiebung von manuellen Routinetätigkeiten hin zu Bereichen, die noch nicht automatisiert werden können (Marconi et al. 2017:4). Die Adoption von Technologie de Algorithmischen Journalismus, und das damit einhergehende algorithmische Denken, verlaufen nicht kontinuierlich. Die Technologie steht in Abhängigkeit von der Beziehung mit anderen Technologien im Journalismus sowie dem Entwickeln einer neuen journalistischen Identität (Young; Hermida 2015:386ff).


Multidisziplinäre Rollen etablieren sich und Tätigkeiten wie *Algorithmic risk modeling* oder *Transparency Modeling* werden an Bedeutung gewinnen (Diakopoulos 2016:61). JournalistInnen werden stärker Rollen innerhalb der Automatisierungsprozesse von Nachrichten übernehmen. Die AP- Associated Press stellte einen *Automation Editor* ein, die/der interne Prozesse identifiziert, die automatisiert werden können. Die Hauptaufgabe für die Entwicklung von *News-Generating Algorithms* ist es Regeln und Kriterien zu definieren, denen Algorithmen folgen. Dazu ist das Erfahrungswissen von JournalistInnen und analytisches Denken, Kreativität und ein gewisses Verständnis für Statistik notwendig. In weiteren Schritt trainieren *Meta-writers* den Algorithmus, indem sie definieren, welche Wörter gebraucht werden, um ein bestimmtes Geschehnis zu beschreiben oder die generelle Struktur einer Story bestimmen (Graefe 2016:35f). Wichtig ist eine Kollaborationsbereitschaft, um eine Zusammenarbeit zwischen *Data Scientists* und *Computer JournalistInnen* zu ermöglichen. Darunter verstehen Marconi et al. (2017) JournalistInnen die bereits über fachspezifisches Wissen bezüglich Artificial Intelligence verfügen und die die notwendige Kommunikationsfähigkeit besitzen um mit Data Scientists zu kommunizieren (Marconi et al. 2017:5).

## 5. Theoretische Einbettung der Forschungsthematik: Diffusion und Adoption von Technologie

Wie bereits im vorangegangenen Kapitel erläutert wurde, konnte auf den Ebenen der Technologieadoption und der sich verändernden Berufspraxen, für die vorliegende Forschungsthematik ein wichtiger Aspekt identifiziert werden, die der wissenschaftlichen Betrachtung unterzogen werden sollte. Im Kontext der Automatisierungsprozesse im Journalismus stellen der diskutierte Einsatz von künstlicher Intelligenz und regelgeleiteter Algorithmen zur Datenverarbeitung und Textproduktion besonders für den österreichischen Medienbereich ein interessantes Forschungsvorhaben dar. Zur Verbreitung von Technologie und ihrer Adoption stehen eine Reihe theoretischer Ansätze zu Verfügung. In diesem Kapitel soll eine theoretische Auswahl getroffen und eine stringente theoretische Linie aufgebaut werden. Die Sozialwissenschaftliche Auseinandersetzung mit Technologie und ihrer Entwicklung kann nicht unabhängig von gesellschaftlichen Bedingungen begriffen werden, da diese Komponenten eng ineinander verzahnt sind und zum anderen die Folgen von Technologie nicht deterministisch, sondern als ein von unterschiedlichen Faktoren abhängiger Prozess verstanden werden müssen (Katzenbach 2016:150f). Ansätze wie der Diffusionsansatz nach Rogers (2003) bieten trotz ihrer Linearität einen lesenswerten Beitrag zum Verständnis von der Verbreitung von Technologie, die im folgenden Abschnitt erläutert werden.

### 5.1. Diffusion von Technologie

Wichtige Schritte vor der Aneignung der Technologie bilden die Information und Kommunikation über die Technologie, womit sie den Eingang erst überhaupt in die gesellschaftliche Wahrnehmung findet. Der Diffusionsansatz von Rogers (2003) bietet hier zwar ein lineares und deterministischeres Modell von der Verbreitung und Adoptionsrate in der Gesellschaft von Technologie, aber damit lassen sich grob die wesentlichen Schritte bis hin zur Adoption oder Ablehnung von Technologie nachskizzieren. Die Diffusion von Technologie gilt als Prozess, in dem eine Innovation durch unterschiedliche Kanäle unter anderem massenmedial und durch Werbemaßnahmen, kommuniziert wird. Dieser Prozess vollzieht sich über einen bestimmten Zeitraum innerhalb eines sozialen Systems und setzt Innovationsentscheidungsprozesse in Gang (Rogers 2003:11f). Vereinfacht dargestellt sieht der Ablauf der Innovationsentscheidungen folgendermaßen aus (siehe Abb. 1), wobei aufgrund des Forschungsinteresses eher die Phasen des Wissens und der Entscheidung hier näher ausgeführt wird.



*Phase des Wissens / Erkenntnis – Persuasion – Entscheidung – Implementierung – Bestätigung*

Abb. 1: Ablauf der Innovationsentscheidungen.



Soziale Strukturen, Hierarchien und interpersonelle Netzwerke, ihre Kommunikationsstrukturen und ihre Kommunikationsmuster haben Einfluss darauf, welche Mitglieder miteinander agieren und sich zum Beispiel bezüglich einer Technologie austauschen (Rogers 2003:24). Innovationsentscheidungen werden auf unterschiedlichen Ebenen vollzogen. Individuelle Entscheidungen werden auf der optionalen Ebene der Innovations-Entscheidungen getroffen. Kollektive Innovations-Entscheidungen vollziehen sich durch Organisationen und Institutionen, die längere Entscheidungsprozesse nach sich ziehen und konsensuell getroffen werden. Die schnellsten Diffusionsraten ermöglichen autoritäre Innovationsentscheidungen durch Organisationen und Institutionen, die mit dementsprechender Entscheidungs- und Durchsetzungsgewalt ausgestattet sind (Rogers 2003:28f). Im Entscheidungsprozess der Adaption von Technologie stehen spezifische Wissensformen in den Vordergrund, sie folgendermaßen unterscheiden: (1) Die *Awareness Knowledge* beschreibt das Bewusstsein der Existenz einer Technologie und motiviert Individuen mehr Information zu suchen, dass sich in *selective exposure* äußern kann. (2) Das *How-to-Knowledge* bezieht sich auf die Nutzung der Technologie und Arbeitspraxen. (3) Das *Principle-Knowledge* bezieht sich auf das Wissen bezüglich der Funktion und den zugrundeliegenden Mechanismen der Technologie (Rogers 2003:172f). Opinion Leaders und Chance Agents erfüllen im Innovationsentscheidungsprozess eine wichtige Rolle in der Adoption von Technologie. Die innovativsten Mitglieder einer Gruppe werden eher als abweichend und gelten als weniger vertrauenswürdig (Rogers 2003:26). Opinion Leader beziehen eine zentrale Position in den interpersonellen Kommunikationsnetzwerken und verfügen über einen bestimmten Grad an Einflussmöglichkeit auf die Haltung und Verhalten der Individuen gegenüber einer Innovation und ob sich diese durchsetzt oder abgelehnt wird. Diese Position basiert zum einen auf die technische Kompetenz der Opinion Leader und zum anderen auf ihre Zugänglichkeit und ihre Systemkonformität, die sie für anderen vertrauenswürdiger macht. Tendiert ein soziales System zur Veränderung, verhalten sich Opinion Leader innovativ. Chance Agents verfügen meist über eine Profession im technologischen Bereich und über einen akademischen Abschluss. Sie beeinflussen ebenfalls Innovationsentscheidungen ihrer Zielgruppe und versuchen die Adoption von Innovation zu erreichen, die erstrebenswerte Effekte erwirken sollte, beziehungsweise versuchen sie jene mit negativen Effekten zu unterbinden (Rogers 2003:27f).

Eine technologische Innovation hat einen bestimmten Grad an Vorteilen für mögliche *Adopter*. Beispielsweise verringert das Erlangen von Wissen um die Technologie selbst die Unsicherheit darüber ob die Innovation eine überlegene Alternative zur vorherigen Praxis darstellt (Rogers 2003:1). Innovationen können problematischen Einfluss auf die Gesellschaft und ihre Individuen haben, auch wenn einzelne *Adopter* sehr wohl aus der Innovation Mehrwert schöpfen (Rogers 2003:12).

Adoptionsentscheidungen basieren auf unterschiedlichen Faktoren. Der relative Vorteil bezieht sich auf den Grad inwieweit die Innovation besser ist. Das bedeutet, dass die, die sie verdrängt, in ökonomischen Faktoren gemessen werden kann. Je größer der wahrgenommene relative Vorteil - wie die Befriedigung von *Needs* oder sozialem Prestige - desto schneller wird Technologie adoptiert (Rogers 2003:15f). Anzumerken ist natürlich, dass Werbung eine wesentliche Rolle beim Auslösen von *Needs* bezüglich der Technologie spielt (Rogers 2003:246). Ist die Technologie mit den Werten, Normen und Erfahrungen des Menschen kompatibel, wird Unsicherheit reduziert, was die Adoption erleichtert. Inkompatibilität verlangsamt hingegen diese (Rogers 2003:240f). Gegebenenfalls müssen Moral- und Wertvorstellungen verändert oder überwunden werden, was die Adoption zusätzlich verlangsamt (Rogers 2003:15f). Der *Grad der Komplexität* hängt mit der Adoptionsgeschwindigkeit zusammen. Sind Technologien verständlich und lesbar, können sie auch schneller adoptiert werden als Technologien die durch ihre Komplexität zusätzliches Wissen und Können voraussetzen. Die *Erprobbarkeit* führt durch die Möglichkeit des Ausprobierens und Experimentierens zur schnelleren Adoption. Je eher die *Sichtbarkeit der Resultate* gegeben ist, desto eher sind Individuen bereit, die Technologie zu adoptieren (Rogers 2003:15f).

Rogers (2003) räumt folgende Schwachpunkte seiner Theorie ein: Die Entwicklung von Innovation verläuft nicht kontinuierlich und relevante Reinnovationen können übersehen werden (Rogers 2003:107). Die Annahme, dass eine Innovation von allen MitgliederInnen einer Gesellschaft angenommen werden muss, um schneller adaptiert zu werden, und die Innovation somit weder neu gedacht noch abgelehnt werden kann, ist kritisch zu betrachten. Der Ansatz könnte ForscherInnen dazu verleiten die Diskontinuität von Innovationen zu unterschätzen und Re-Innovation zu übersehen (Rogers 2003:107). Von Pape (2008) kritisiert zusätzlich die fehlende Komplexität der Theorie, die vor allem bei qualitativen Vorhaben die fehlende Tiefe aufzeigt (Von Pape 2008:53f).

## **5.2. Gartner Hype Cycle und Prognosen zur künstlichen Intelligenz**

Ein aktuelles Analysetool zur Identifikation von Technologieentwicklung, stellt der *Gartner Hype Cycle* als ein prognostisches Modell des Akzeptanz- und Adoptionsverlaufs von Technologie dar. Der Hype Cycle zeigt sich durch die Integration von subjektiven Erwartungshaltungen der Individuen an die Technologie fortschrittlicher als die Diffusionstheorie (Gaude 2009:46). Die Gartner Group bietet jährliche Ergebnisse und Informationen zu aufstrebenden Technologien und das individuelle Risikopotential auf Basis von fünf Phasen des technologischen Lebenszyklus. Der Hype Cycle dient letztlich der Risikoreduktion für

interessierte Unternehmen in Punkto Investitionen in neue Technologien. Der Akzeptanz- und Adoptionsverlauf zeigt sich in folgenden Phasen:

1. *Technology Trigger*: In dieser Phase erfolgt der potentielle Durchbruch der Technologie. Entstandenes Medieninteresse bringt Informationen über die Technologie an die Öffentlichkeit.
2. *Peak of Inflated Expectations*: Hier zeigt sich der Höhepunkt von Erwartungen beziehungsweise der Hype um das Produkt, was in der Öffentlichkeit auch durch PR-Bewerbung der Technologie mittels Erfolgsgeschichten – aber auch Misserfolgen sichtbar wird. Einzelne Unternehmen nehmen die Technologie als Early Adopter bereits an (Gartner 2018a).

Diese beiden Phasen zeigen sich ähnlich der des Wissens und Bewusstsein um die Technologie bei Rogers, bei der die massenmediale Vermittlung und Werbekommunikation die erste Phase der Diffusion der Technologie einleiten (Rogers 2003:11f).

3. *Trough of Disillusionment*: In der Phase der Desillusionierung nimmt das Interesse zunächst ab, da sich die Implementierung in der Praxis als schwieriger erweist oder die Entwicklung verbessert werden muss, damit Early Adopter zufrieden sind.
4. *Slope of Enlightenment*: Dies meint die Phase der Erkenntnis über die zusätzlichen Leistungen von Technologie für das Unternehmen und Einsatzgebiete. TechnologieanbieterInnen bieten nun Produkte der zweiten und dritten Generation an. Weitere Unternehmen finanzieren Piloten.
5. *Plateau of Productivity*: In dieser Phase werden die Kriterien für die Rentabilität definiert. Die Anwendbarkeit und Relevanz wird bestätigt und die breite Markteinführung beginnt (Gartner 2018a).

Die Prognosen des Gartner Hype Cycles zeigen für das Jahr 2018 eine breitere Zugänglichkeit von künstlicher Intelligenz für die Gesellschaft. Besonders *Cloud Computing* und *Open Source Data*, aber auch die breite Masse werden davon profitieren, indem Entwicklungszusammenarbeit zwischen *EntwicklerInnen*, *DatenwissenschaftlerInnen* und *AI-ArchitektInnen* gefördert wird. Auch hier wird die Technologie unter dem Gesichtspunkt der Ersetzbarkeit und Unterstützung von Arbeitskraft verstanden sowie die dadurch mögliche Verschiebung der menschlichen Arbeitsleistung zu hochwertigeren Aufgaben (Gartner 2018b). Die Kurve des Hype Cycles 2018 zeigt hier anhand der vorhin fünf beschriebenen Phasen auf der Zeitachse die Position des Deep Neural Networks. Wie bereits in Kapitel 4 erwähnt, wird mit Neuronalen Netzwerken in Redaktionen bereits experimentiert (Marconi et al. 2017). Deep Learning, wie sich an der folgenden Grafik veranschaulichen lässt, befindet sich am Höhepunkt in Bezug auf Erwartungen, die an diese Technologie gerichtet sind.

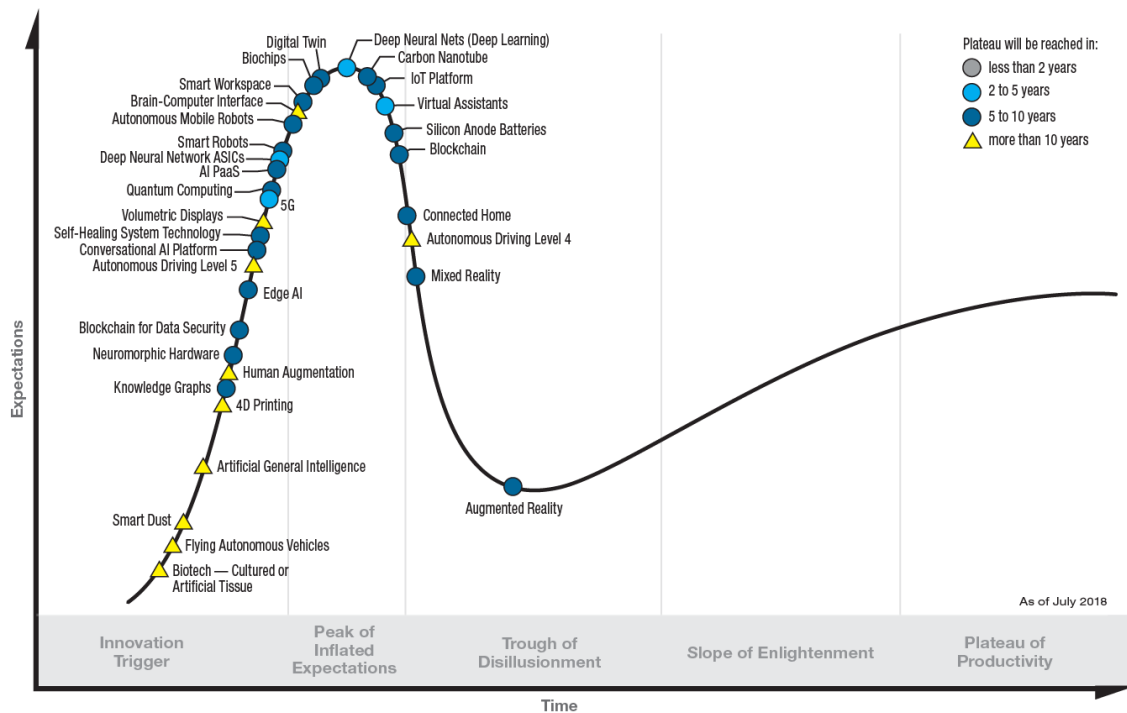


Abb. 2: Hype Cycle for emerging Technologies 2018 (Gartner 2018b)

Einen weiteren Ausblick bietet die Gartner Group bereits für das Jahr 2019. Auch hier spielt künstliche Intelligenz eine wichtige Rolle in der Technologieakzeptanz. Der wichtigste Trend zeigt sich in *Autonomous things* wie Roboter, Fahrzeuge und Drohnen, die mit ihrer Umgebung verstärkt interagieren werden (Gartner 2018c). Dies ist im Kontext von Augmented Journalism, in welchem in Zukunft Drohnen eigenständig Informationen bereitstellen, (Marconi et al. 2017) eine richtungswise Prognose, die das Vorhaben von der AP- Associated Press bezüglich Augmented Journalism bestätigt. Zwar vermögen Ansätze wie die Diffusionstheorie (Rogers 2003) oder der Gartner Hype Cycle Aufschluss über die Akzeptanzkurve und die Adoptionsrate einer Innovation bieten und so kann der Gartner Hype Cycle Aufschluss darüber geben, dass künstliche Intelligenz aktuell mit sehr hohen Erwartungen konfrontiert wird, aber sie sagen kaum etwas über die Veränderung der Arbeitspraxen und die Integration der Technologie in den Alltag aus.

### 5.3. Domestication Theory

Um diese vorgestellte theoretische Lücke zu schließen, soll der Domestikationsansatz (Silverstone et al. 1992) hier erwähnt werden. Der Domestikationsansatz verhält sich oppositionell zur technikdeterministischen Haltung und verfolgt ein völlig anders Paradigma, das die soziale Praxis und die Integration der Technologie in den Vordergrund stellt (Silverstone et al. 1992). Die Technologieadoption wird als Prozess ihrer Domestizierung begriffen, die zunächst wild und fremd erscheint (Berker et.al 2006:2). Die technikdeterministische Perspektive dominierte die Denkweise darüber, wie Technologie soziale Kontexte beeinflusst

(Silverstone 2008:230), doch handelt es sich aber um die Beziehung zwischen Technologie und Kultur, die letztendlich einer sozialen Praxis entspringt (Silverstone et al. 1992:26). Die Domestikation beinhaltet die Aneignung des Neuen in die bekannte soziale Praxis, als Prozess. Die moralische Dimension spielt hier eine Rolle, welche die Regeln des Verhaltens, informelle und formelle Regeln des Zusammenlebens und der Interaktion miteinander ordnet. Neue Technologien regen Praktiken an, die Erwartungen an etablierte Formen der Kommunikation zu verändert (Silverstone 2008:245). Die Adoption erfolgt in Form der Domestizierung, durch die sie in die sozialen Strukturen, der Alltagsroutine, integriert werden soll. Anwendung fand der technologische Ansatz unter anderem für die Nutzung von Haushaltsgegenständen, mit deren Einsatz Alltagsroutinen verändert wurden. (Berker et.al 2006:2). Weitere Anwendungsbereiche finden sich in klein- und mittelständischen Unternehmen. Hier liegt der Fokus auf die Domestizierung von IKT-Technologien (Pierson 2006:205).

Harty und Araujo (2009) sehen die Vorteile des Domestikationsansatzes darin, dass der Ort der technologischen Erzeugnisse in die Anwendungen der NutzerInnen verschoben wird, in die diese NutzerInnen auch selbst eingebettet sind. Erst in der Aneignung von Technologie und Praktiken erfüllt die Technologie einen Sinn (Harty; Araujo 2009: 274).

Neue technische Entwicklungen müssten nahe an *in situ* designed sein, also nahe an der Beziehung der gedachten Nutzung. Idealerweise inkludiert dies die Einbettung bereits bestehende Alltags- und Arbeitspraxen, Arbeitsmaterialien in den Prototypen oder von früheren Entwicklungen, mit denen ein Zyklus von Design, Redesign, Implementierung und Einschätzung ermöglicht wird (Suchman et al. 1999:400).

Der Domestikationsansatz zeigt sich hier schon deshalb als passende Ergänzung, da die Integration der Technologie in die soziale Praxis, eine Veränderung dieser vermuten lässt, beziehungsweise durch den Prozess der Aneignung und des Domestizierens eine Bemächtigung der Technologie beschreibt, da es die NutzerInnen aktiv zeigt. Dieser Aspekt verweist auch an einen fehlenden Aspekt der Diffusionstheorie: Die aktive Gestaltung von Technologie durch die UserInnen selbst. Dies führt sogleich zu SCOT- dem Ansatz der Social Construction of Technology, der sich der folgende Abschnitt intensiv widmet.

#### **5.4. SCOT- Social Construction of Technology**

Die Komplexität des Diffusionsansatzes ist, wie bereits erwähnt, gering. Vor allem bei qualitativen Vorhaben wird die fehlende Tiefe aufgezeigt. Von Pape (2008) empfiehlt deshalb, die fehlende Tiefe mithilfe sozialkonstruktivistischer Einbettung auszugleichen. Die Social Construction of Technology –SCOT stellt eine adäquate Variante dar (Von Pape 2008:53f).

Als übergreifende Dimension kann der Ansatz der Diffusionstheorie unterstützen das Forschungsinteresse einzugrenzen. Die Annahme, dass Technologien die Gesellschaft nachhaltig verändern und nicht die Gesellschaft Technologie gestaltet, steht im Widerspruch der Social Construction of Technology - SCOT, die den Technikdeterminismus aus diesen Gründen kritisiert und Technologie als Innovationen begreift. In diesem Kontext wird der Terminus „Artefakt“ genutzt, das Technologie als sozial konstruiertes Ergebnis versteht. (Pinch; Bijker 1987). SCOT<sup>7</sup> stellt die Entwicklung der Technologie und ihre Beziehung zur Gesellschaft in den Vordergrund (Bijker 2009: 88). Technologie entwickelt sich im Wechsel zwischen ihrer Variation und der Auswahl der NutzerInnen. Das Model von SCOT ist *multidirektional* und schließt, im Vergleich zu linearen Modellen technologischer Entwicklung, mehrere Dimensionen mit ein (Pinch; Bijker 1987: 28). Die Schlüsselbegriffe in der Erforschung von Technologie basieren auf drei Stufen: Die der relevanten sozialen Gruppen, der interpretativen Flexibilität, Schließung und Stabilisierung der Konstruktion der Technologie (Bijker 2009: 89). Diese Stufen werden anhand von Fallstudien illustriert, wie beispielsweise zur Entwicklung und Adoption des Luftreifens für das Fahrrad (Pinch; Bijker 1987) und der Etablierung von Verbund- und Kunststoffen wie Bakelit oder Zelluloid (Bijker 2012). Russel (1986) stimmte der Kritik von Pinch und Bijker, bezüglich linearen Innovationsmodellen zu, identifizierte aber Schwachstellen in ihrem Theoriekonzeptes in der Verteidigung des Technikrelativismus. Eine verfeinerte Definition der relevanten sozialen Gruppen und ihre Einflussmöglichkeiten auf Technologieentwicklung sowie soziale Prozesse, die durch Technologie ausgelöst werden, müssen berücksichtigt werden (Russel 1986:331). Katzenbach (2016) warnt indes vor der Gefahr des Sozialdeterminismus. Die Folgen von Technologie für die Gesellschaft wären nach SCOT Elemente von Schließungs- und Stabilisierungsprozessen. Die Materialität und Dynamik von Technik spielt hierfür keine Rolle (Katzenbach 2016:165f). Winner (1993) kritisierte, dass die Konstruktion von Technologie näher betrachtet werden müsse und die Varietät technischen Wissens sowie die sozialen AkteurInnen, deren Aktivitäten die Technologieentwicklung beeinflussen. Winner (1993) bezog sich dabei auf die Technologieentwicklung als angebliche *Black Box*, deren Perspektive dem Sozial-Konstruktivismus angelastet wurde (Winner 1993:364f). Den größten Schwachpunkt sieht er darin, dass in SCOT wenig berücksichtigt wird, dass Technologieentscheidungen soziale Konsequenzen für Einzelne und ihre Lebensumstände haben (Winner 1993:369f).

---

<sup>7</sup> Aufgrund der Länge des Begriffes wird ab hier die Kurzbezeichnung SCOT für die Social Construction of Technology verwendet.

#### 5.4.1. Sozial relevante Gruppen und die interpretative Flexibilität der Technologie

Einer der wesentlichen Schritte in der Konstruktion der Technologie und somit zur Adoption stellt die sozial relevante Gruppe dar. AkteurInnen, die eine Technologie ähnlich betrachten, können als soziale relevante Gruppe zusammengefasst werden, denn sie betrachten technische Erzeugnisse und Konstruktionen vor dem Hintergrund gemeinsamer Zuschreibungen, Werte und Bedeutungen. Diesen Zuschreibungsprozess beschreibt die interpretative Flexibilität der Konstruktion der Technologie und zeigt, dass mehrere dieser Konzeptionen und Interpretationen von Technologie parallel existieren können (Bijker 2009:90). Es zählt nicht nur die Flexibilität wie Menschen Technologie interpretieren, sondern auch die Flexibilität des Designs der Technologie selbst (Pinch; Bijker 1987: 40).

Bijker unterscheidet drei unterschiedliche Entwicklungsstadien einer sozialen Konstruktion von Technologie:

1. Keine sozial relevante Gruppe
2. Dominanz einer sozial relevanten Gruppe
3. Mehrere soziale Gruppen mit klar entwickelten *technologischen Frames* streben nach Dominanz. (Bijker 2012:176ff).

Nicht-UserInnen und UserInnen stellen ebenfalls eine relevante soziale Gruppe dar. Auch sie schreiben Technologie eine Bedeutung zu, indem sie die jeweilige Konstruktion für sich ablehnen. Die Eingrenzung der sozialen Gruppen kann durch eine homogene Gruppe vorgenommen werden, in welcher die Mitglieder der Technologie ähnliche Bedeutungen zuschreiben, oder durch eine heterogene Gruppe, die im gesellschaftliche Kontext als soziale relevante Gruppe verstanden werden kann (Pinch; Bijker 1987:33f).

In den nächsten Schritten verringert sich die Flexibilität der Technologie, denn einige soziale Konstruktionen von Technologie dominieren nun. Hier kommt es zur Stabilisierung und später zur Schließung der sozialen Konstruktion, und zeichnet den Endpunkt, in welcher mehrere voneinander abweichende Konstruktionen der Technologie parallel existieren (Bijker 2009:91).

Kritisiert wird die Beliebigkeit oder die geringe Nachvollziehbarkeit der Einteilung sozialer Gruppen (Clayton 2002:359f). Bijker und Pinch (2002) argumentieren mit der notwendigen Breite der Definition der sozial relevanten Gruppen und plädieren für die interpretative Leistung Forschender im Verständnis ihrer Ergebnisse (Bijker; Pinch 2002:363). Sie beschreiben eine Möglichkeit sozial relevante Gruppen zu identifizieren: *Following the Actor*. Diese geben Hinweise darauf welche Gruppen relevant sein könnten. Bijker und Pinch (2002) räumen ein, dass die Einteilung der sozial relevanten Gruppen und mögliche Subgruppen auch differenzierter vorgenommen werden könnte (Bijker; Pinch 2002:364).

Personen interpretieren eine Maschine oder das Design eines Instrumentes situativ, in unterschiedlichen Situationen auf unterschiedlicher Weise. Aus dieser Perspektive müssen

ForscherInnen die sozial relevanten Gruppen in den Kontext technologischer Entwicklung von Systemen oder Prozessen einbinden. Sie müssen ihre Aufmerksamkeit auf Varianten der Interpretationen richten, was ein Teil von technologischer Entität in einem Prozess der Entwicklung bedeutet und wie Menschen auf unterschiedliche Art handeln um ihre Ziele innerhalb dieses Prozesses zu erreichen (Winner 1993:365f).

Bezüglich der berechtigten Kritik von Winner (1993) und Clayton (2002) zur Definition der sozial relevanten Gruppen, sollen an dieser Stelle die Weiterentwicklung und ein Lösungsansatz zur nützlichen Einteilung erwähnt werden. Nach Humphreys (2005) können vier soziale Gruppen (siehe Tabelle 1), die sich über die gesamte Technologie legen lassen, identifiziert werden: *Producers, Advocates, Users und Bystanders*. Sie können anhand ihrer Beteiligung beziehungsweise ihren Bezug gegenüber der Technologie abgegrenzt werden. Humphreys empfiehlt Meta-Kategorien und Subkategorien um die Subjektivität der Eingrenzungen von sozial relevanten Gruppen zu reduzieren (Humphreys 2005:234f).

Tabelle 1: Relevante soziale Gruppen (Humphreys 2005:235)

<b>Gruppen</b>	<b>Beziehung zur Technologie</b>	<b>Organisation</b>	<b>Beispiele von Bereichen</b>	<b>Beispiele von Sub-Gruppen</b>
Users	direkt	individuell	Kauf, Verwendung	„Artefakt-Entwicklung
Producers	direkt	Netzwerk	Entwicklung, Produktion, Distribution	EntwicklerInnen, Design, Investition, Marketing
Bystanders	indirekt	Individuell	Urteile über Tech.	Soziales Umfeld
Advocates	indirekt	Individuell	Forschung, Lobbying, Politik	EntscheidungsträgerInnen, Lobbying,

*Producers* haben ökonomische Interessen, unter anderem, dass sich das technologische Erzeugnis profiliert. Sie sind maßgeblich an der Konzeption von Technologie beteiligt und leiten die Investition des Ressourceneinsatzes, beeinflussen den mechanischen Aspekt der Technologieentwicklung und formen das Branding der Technologie. In weiterer Folge haben sich auch Einfluss auf die soziale Konzeption der Technologie (Humphreys 2005:235). *Advocates* haben indirekten und politischen Einfluss auf die Technologie. Sie sind in Gruppen organisiert. Sie haben außerdem Einfluss auf die Legitimierung von technischen Entwicklungen oder ihre Grenzziehungen. Auch ForscherInnen, die durch ihre Einbettung in einer organisierten Community auch einzeln wirkmächtig sind, werden zu den *Advocates* gezählt. Sie sind am Entwicklungsprozess finanziell nicht direkt involviert. *Advocates* nut-



zen unter anderem massenmediale Inhalte. Sie können Menschen dazu bringen eine Technologie nicht zu nutzen oder ihr Verhalten gegenüber der Technologie zu ändern. Sie sind imstande die politischen, sozialen und physischen Auswirkungen von Technologienutzung zu formulieren und verhelfen so zu einem Verständnis möglicher Folgen von Technologie. Beispielsweise kann Technologie als unsicher betrachtet werden. Die Thematisierung der Unsicherheit führt zur Möglichkeit die Technologie auf kollektive Art zu verändern (Humphreys 2005:236f).

*User* konstruieren die Technologie anhand ihres Nutzens beziehungsweise potentiellen Nutzens. Sie haben in die Technologie noch keine Leistungen investiert. Sie sind am Erfolg der Technologie durch die Kommunikation über die Technologie und ihrer Nutzung mitverantwortlich. Sie helfen die Bedeutung der Technologie zu konzeptionieren - ausgehend davon, dass die jeweilige Technologie auf Bedürfnisse stößt - und können *Non-User* durch ihre Rolle beeinflussen (Humphreys 2005:237f).

Die Gruppe der *Bystanders* nutzen unter anderem massenmediale Inhalte, um Informationen über Technologie zu erhalten, sind aber unorganisiert. Sie schreiben der Technologie bestimmte Werte und Bedeutungen zu und können UserInnen in ihrer Haltung gegenüber der Technologie beeinflussen. Sie konstituieren den Zeitgeist der jeweiligen Technologie. All die beschriebenen Gruppen können in Subgruppen unterteilt werden (Humphreys 2005:238f).

Zwischen den Gruppen entstehen Dynamiken und sie können sich durchaus oppositionell zueinander verhalten. Zwischen *Producers* und *Bystanders* besteht ein Spannungsverhältnis in Bezug auf die Bewerbung der Technologie und Bewertung dieser. Zwischen *Users* und *Advocates* besteht das Spannungsfeld bezüglich der Restriktionen im Umgang und der Grenzen der Nutzungsmöglichkeit von Technologie (Humphreys 2005:240).

Die relevanten sozialen Gruppen hängen von der Fragestellung und deren Fokus ab. Sinnvoll ist es Personen zu wählen, die beispielsweise aufgrund ihrer Profession eine spezifische Perspektive auf die Technologie aufweisen (Bijker 2009:91). Für die vorliegende Arbeit soll eine Gruppe gewählt werden, die eben durch ihre jeweilige Tätigkeit und Profession diese Einblicke ermöglichen können.

#### **5.4.2. Schließung und Stabilisierung**

Die Schließung in der Technologieentwicklung beinhaltet die Stabilisierung der sozialen Konstruktion von Technologie und das Verschwinden eines vorher wahrgenommenen *Problems*. Um eine technologische Kontroverse zu schließen braucht es nicht die Lösung des *Problems* im Sinne der allgemeinen Auffassung davon. Relevant ist, ob die jeweilige soziale relevante Gruppe dem von ihr als *Problem* wahrgenommenen Sachverhalt, als ge-

löst betrachtet. Pinch und Bijker (1987) führen beispielsweise Werbemaßnahmen als mögliche Einflussfaktoren, die dabei unterstützen eine Schließung sozialer Konstruktion von Technologie zu erlangen, wie es sich bei der Fallstudie zum Fahrrad, bezüglich den Sicherheitsaspekt von Luftreifen, zeigte (Pinch; Bijker 1987:44). So fungierte die Sicherheit als rhetorischer Schachzug, quasi als *Redefinition* des Problems. Sozial relevante Gruppen versuchen ihre Varianten von Lösung für das *Problem* zu propagieren, indem andere Gruppen involviert werden. Eine *Redefinition* geschieht dann, wenn die Problemdefinition einer sozialen Gruppe von anderen nicht ernst genommen wird. Die stärkere Gruppe setzte eine *Redefinition* durch und somit gelangt ihre Problemsicht in den Vordergrund (Bijker 2012:178). Eine *Redefinition* und damit einhergehende Schließung zeigte sich am Beispiel der bereits erwähnten Fallstudien zur Sicherheit der Luftreifen bei Fahrrädern. Das Problem zeigte sich redefiniert, indem eine höhere Geschwindigkeit durch den Luftreifen erkannt wurde (Pinch; Bijker 1987:44).

Die Stabilisierung und Schließung in der Fallstudie des Kunststoffes Celluloid, zeigt sich in der Nutzung als Material, das sich zwischen günstig, aber unschön von Radiergummi bis zum künstlichen Elfenbein bewegte. Schmuck oder Käämme aus Celluloid konnten sich innerhalb einer sozial relevanten Gruppe, die weder die finanziellen Mittel für Luxusartikel noch die Zeit für deren adäquate Instandhaltung aufbringen konnten, etablieren (Bijker 2012:160). Dies zeigt sehr wohl, dass soziale Rahmenbedingungen berücksichtigt wurden. Humphreys (2005) betont den rhetorischen Prozess und macht damit die Schließung eines Artefaktes reversibel. Es ist deshalb auch von einer temporären Schließung zu sprechen, denn rhetorische Problemdefinitionen können immer wieder auftauchen. Dies macht auch den dynamischen Prozess von SCOT deutlich. Im Grunde beschreiben Schließung und Stabilisierung den gleichen Prozess, wobei sich Schließung auf die Konstruktion der Technologie selbst bezieht und Stabilisierung auf eine Art Konsensfindung in der relevanten sozialen Gruppe (Humphreys 2005:242f). Bezüglich von zeitlichen Komponenten der Schließung und Stabilisierung in der historischen Analyse von Technologie, heben Bijker und Pinch (2002) den prozesshaften Charakter der Innovationsentwicklung hervor und argumentieren somit, dass eine streng zeitliche Einteilung in der Interpretation der Technologieentwicklung nicht zielführend ist (Bijker; Pinch 2002:366).

### **5.4.3. The Technological Frame**

Eine weitere Fallstudie zur Kunststoffen, in diesem Fall Bakelit, ein durch Kondensation hergestelltes Harz, zeigt die interpretative Flexibilität der sozialen Konstruktion von Technologie als nicht brauchbares *resinous condensation product*- ein Kunststoff der zur Nutzung und Formung ungeeignet war. Die Frage die Bijker (2012) beschäftigte war, warum

die Herstellung von *resinous condensation products*. Ende des 19. Jahrhunderts nicht Teil der Agenda in der chemischen Entwicklung war. Um dies zu klären führt Bijker (2012) den Begriff *technological frame* ins Feld, der sich analog zum Ablauf der Konstruktion von Technologie entwickelt (Bijker 2012:164). Im *technological frame* vereinen sich die Kombination von Theorien, unausgesprochenes Wissen, Regeln der Technik, Testvorgehen, Ziel und der Nutzungspraxis. Als wesentliche Gründe warum die Harze nicht zu Phenoplast weiterverarbeitet wurden, wurden folgende Ursachen erkannt: Zu jener Zeit standen andere Ziele der Industrie, wie die Entwicklung synthetischer Farben, auf der Agenda. Die Idee, Kunststoffe durch chemische Synthese zu erzeugen, passte nicht in das damalige Konzept und Kultur der Tätigkeit in die Chemiebranche. Die chemische Theorie kannte keine Praxis mit dieser Substanz. Zwar inkludierte ihre Arbeitspraxis chemische Analysen und Synthese aber nicht die Anwendung von Druck und die Erzeugung formbarer Kunststoffe. Sie waren von *another world*. Der *synthetic frame* existierte noch nicht (Bijker 2012:164). Zusammenfassend kann hier formuliert werden, dass der technologische Frame die Interaktionen unter den Mitgliedern einer sozialen relevanten Gruppe strukturiert und so ihr Denken und Handeln gegenüber der Technologie formt (Bijker 2009: 90). Die Formung geschieht nicht vollständig, denn unterschiedliche AkteurInnen erleben eine unterschiedliche Inklusion in den jeweiligen Frame (Bijker 2012:169).

Der Begriff *technological frame* wird von Orlikowski und Gash (1994) verwendet um das Subset der organisatorischen Frames, die Annahmen, Erwartungen und Wissen, die sie verwenden und die Technology in Organisationen zu verstehen (Orlikowski; Gash 1994:178). *Frames* sind zwar individuell, aber doch Hinweise auf kognitive Elemente, die durch Sozialisation, Interaktion oder Ablehnung gemeinsam geteilt werden. Es sind diese kollektiven Elemente, mit denen Individuen ihre soziale Realität konstruieren und rekonstruieren (Orlikowski; Gash 1994:177f). Olsen und Engen (2007) sehen Veränderungsprozesse von Technologie im Kontext von Motiven, Interessen und Ressourcen der involvierten AkteurInnen. Das Ergebnis der Innovation ist das Resultat von Verhandlungsprozessen innerhalb sozial relevanter Gruppen. Innovationen würden aus der Perspektive von SCOT unvorhersehbar sein (Olsen; Engen 2007:465). Das Konzept des *technological frame* zeigt sich nützlich, um zu untersuchen, wie und warum Menschen sich gegenüber einer Technologie verhalten. Mit diesem Ansatz ist es möglich Ergebnisse zu erklären, die nicht von anderen Perspektiven abgedeckt werden können (Orlikowski; Gash 1994:199). Orlikowski und Gash (1994) identifizierten drei Bereiche, die für die Implementierung von Bedeutung sind und die Interpretationen gegenüber einer Technologie charakterisieren:

*Nature of Technology*: Sie verweist auf die Vorstellungen von der Technologie und ihr Verständnis der Funktionalität und Fähigkeiten der Technologie.

*Technology Strategy*: Sie verweist auf den Blick darauf warum in Organisation eine spezifische Technologie erworben und implementiert wurde sowie Perspektiven möglicher zugrundeliegender Motive und Pläne der Adoption der Technologie.

*Technology in Use*: Sie verweist auf das Verständnis der regelmäßigen Nutzung, als tägliche Arbeitspraxis und deren möglichen Konsequenzen (Orlikowski; Gash 1994:183f).

In bereits durchgeführten IKT-Studien und den Anwendungen von sozialkonstruktivistischen Ansätzen zeigte sich, dass sich die soziale Konstruktion von Technologie innerhalb der Gemeinschaften ständig verändert und rekonfiguriert (Jackson et al. 2001:5). Durch den Fokus auf Prozesse anstatt lediglich auf die soziale Konstruktion von Technologie, wie es konstruktivistische Ansätze forcieren, wäre es möglich den Fokus zu Arbeit und Arbeitsprozessen hinzuwenden (Jackson et al. 2001:5). Die Integration des *technological frames*, so wie es Bijker (2012) beschreibt und Orlikowski und Gash (1994) im Detail ausarbeiteten, bietet die Möglichkeit Prozesse und Strukturen, die in der sozialen Konstruktion von Technologie eingelagert sind, zu beleuchten.

### **5.5. Handlungsträgerschaft von Maschinen: Eine anthropomorphe Technik**

Der SCOT- Ansatz und seine Weiterentwicklungen bieten begrenzten Einblick beim Begreifen von Prozessen während der sozialen Konstruktion von Technologie, im Sinne der Adoption und seiner Stabilisierung. Den Komponenten des aktiven Handelns mit Technologie und der Beziehung zwischen den beiden kam wenig Beachtung zu. Im Kontext von Adoption von Technologie beziehungsweise ihrer Schließung und Stabilisierung, ist der Fokus auf Handeln mit Technologie interessant. Dazu liefern Rammert und Schulz-Schaeffer (2002) nützliche Einblicke in das Verhältnis zwischen Handeln, Mensch und Technologie. Besonders im Kontext von künstlicher Intelligenz stellt sich die Frage nach der Handlungsträgerschaft von Programmen, ihrer Eigenständigkeit und ob sie als handelnde AkteurInnen begriffen werden können. Im Vergleich mit dem Menschen wäre die Technologie nicht so intelligent und reflexiv. Allerdings liegt Intelligenz auch im Kollektiv, im Gemeinsamen. Rammert und Schulz-Schaeffer (2002) postulieren eine Überwindung der strikten Trennung zwischen menschlicher und technischer Intelligenz. Sie plädieren für eine Perspektive der Intelligenz als ein interaktives Konzept vom kollektiven Zusammenspiel zwischen Mensch und Technik. Mensch und Technologie bilden im Zusammenspiel eine Einheit intelligenten Handelns (Rammert; Schulz-Schaeffer 2002:18).

Die Intelligenz ist keine individuelle, auf den einzelnen Menschen konzentrierte, sondern sie entsteht in der Interaktivität, mit den in Programmen verkörperten intentionalen Strukturen und unter wechselseitiger Bezugnahme der menschlichen und nicht-menschlichen Elemente im soziotechnischen System als eine Art *verteilter Intelligenz* (Rammert; Schulz-

Schaeffer 2002:18). Diese Perspektive betrachtet die auf Technik basierende Gesellschaftsbeziehungen miteinander, also wie *menschliche und nicht-menschliche* Elemente miteinander interagieren und sich gegenseitig bedingen. Hier beschreiben Rammert und Schulz-Schaeffer (2002) die Relevanz in der Betrachtung einer *Handlungsträgerschaft*, ob es sich um *avancierte* Techniken handelt, zu denen sie Software oder Roboter zählen (Rammert; Schulz-Schaeffer 2002:22f).

Die konventionelle Perspektive betrachtet Mensch und Technik als getrenntes Konzept und fokussierte ihre Unterschiede. Die Differenzen zwischen Mensch und Technologie würden erst dadurch erfahrbar, wenn die menschliche Spur „*im Getriebe der Strategeme und im Gemenge der Cyborgs verschwinden (...)*“, sich also in dessen Struktur auflöst (Rammert; Schulz-Schaeffer 2002:20).

Zunächst ist zu klären, welche Funktion der menschlichen Verfügungsmacht über den Handlungsablauf in der Nutzung von Technologie zukommt und sich die Beziehung zwischen Mensch und Technik gestaltet. Diese Verfügungsmacht vollzieht sich in einer *verteilten Handlungsträgerschaft*. Besonders im Hinblick auf die Nutzung von Software zeigt sich dies im Programm selbst und beispielsweise im Datenspeicher als unterschiedliche Ebenen. Menschliches Verhalten und die dazugehörige Handlungsplanung werden in maschinellen beziehungsweise automatisierten Prozessen eingelagert und ermöglichen so, in weitere Folge, ein reflexives Reagieren von Software oder der Maschine auf NutzerInnen (Rammert; Schulz-Schaeffer 2002:17).

Eine weitere Perspektive, die an dieser Stelle noch erwähnt werden soll, ist jene der sozialen Ordnung, wofür mindestens zwei Entitäten in einer komplexen Beziehung zueinander notwendig sind. Lindemann erklärt diese Beziehung anhand von *Alter* und *Ego* und ihrer Bedingtheit zueinander. Aus dieser Perspektive heraus erklärt sie in weiterer Folge, wie etwaige Handlungsmacht von Maschinen zu verstehen ist, beziehungsweise inwieweit dabei von Handlungsmacht zu sprechen ist. *Alter*, das Verhalten des Selbst, und *Ego*, das Verhalten des wahrnehmenden Selbst, konstituieren sich aus ihrer Wechselwirksamkeit und ihre Reaktion zueinander. Das Erleben als sich selbst ist zentral um auch außerhalb des Selbst als dieses erfahrbar zu werden, dass das Verhalten des Gegenübers wahrnimmt und darauf sich wiederrum verhält. *Alter* schreibt sich in *Ego* ein und umgekehrt. Einen Schlüssel dazu liefert das Konzept der *Erwartungen*, das *Ego* in Bezug auf Intentionen und Handlungsabfolgen von *Alter* entwickelt. Dies gilt ebenso für *Alter* und eine doppelte Erwartung entsteht auf beiden Seiten. Man spricht von einer *Erwartung-Erwartung*. *Alter* und *Ego* können ihre Verhaltensweisen aufeinander abstimmen und bauen ihr Verhalten einander ein (Lindemann 2002:80f).

Rammert und Schulz-Schaeffer (2002) unterscheiden in Bezug auf Handlungsträgerschaft zwischen einem normativen und deskriptiven Aspekt des Zustandekommens, zum einen

auf der Ebene der *Handlungsträgerschaft*, die sich durch Zuschreibung vollzieht und zum anderen durch die *Handlungsträgerschaft* als beobachtbares Resultat der jeweiligen Technik. Die normative Perspektive erfasst die technische *Handlungsträgerschaft* als Produkt innerhalb von Begriffsstrategien aus Forschung und Konstruktion handlungsfähiger Techniken. Die deskriptive Perspektive ergibt sich aus den beobachteten Zuschreibungsprozessen und die Qualitäten von sozialen Konstruktion von Technologie als AkteurInnen, die über beobachtbare Eigenschaften verfügen (Rammert; Schulz-Schaeffer 2002:24). Den wesentlichen Unterschied zwischen den beiden Perspektiven, der normativen und deskriptiven, erklären Rammert und Schulz-Schaeffer (2002) mit dem *Konzept verteilten Handelns*. Es konzentriert sich auf die Gesamtzusammenhänge von Handlungsströmen, an denen unterschiedliche Instanzen und Aktivitäten beteiligt sind. Technik und Mensch sind darin beteiligt und machen es zu einem hybriden Vorgang (Rammert, Schulz-Schaeffer 2002:43).

Ein schwacher Handlungsbegriff, der davon ausgeht, dass Handeln dadurch definiert wird, dass eine Veränderung bewirkt wird, lasse sich eher breit auf Technologie anwenden. Die Argumentation, dass Technik allgemein Handlungsträgerschaft zugeschrieben wird, sehen Rammert und Schulz-Schaeffer (2002) darin begründet, dass die Wahrnehmung der Umwelt nach den Kategorien des *menschlichen und sozialen Lebens* gedeutet wird und somit auch Technik anthropomorph betrachtet wird. Bei *avancierten* Techniken zeigt sich eine Zuschreibung vor allem bei intentionalen Handlungen. Die Verhaltensweisen erwecken die Illusion des Menschlichen, weil sie eben deren Handlungsabläufe und -Logiken simulieren und somit anthropomorphe Zuschreibungen zustande kommen. Diese Position empfinden Rammert und Schulz-Schaeffer (2002) als zu schwach und postulieren einen Handlungsbegriff, der die Fähigkeit des *anders-handeln-Könnens* mitberücksichtigt (Rammert; Schulz-Schaeffer 2002:27f).

Hier ist eine Verknüpfung zum Domesticationsansatz sinnvoll (Silverstone 1994). Ausgehend von der Idee der zu domestizierenden Technologie, wird eine Lebendigkeit und eine agierende oder reagierende Technologie impliziert.

Technische Entitäten können aber auch ohne soziale AkteurInnen existieren und in spezifischen Situationen eine Erwartungs-Erwartungs-Beziehung entwickeln. Dies zeigt sich zum Beispiel in der Personalisierung von Software (Lindemann 2002:86). Es soll berücksichtigt werden, zu welchem Grad ein Mit-Handeln und Handeln von menschlichen und nicht-menschlichen Elementen in ihrer Wechselwirkung miteinander geschehen. In weiterer Folge kommt die Möglichkeit der Handlungsalternative dazu und somit die Frage ob ein Programm auch einen anderen Weg oder eine andere Lösung wählen kann (Rammert; Schulz-Schaeffer 2002:48f). Dieser Reflexion ist sich in der Frage nach künstlicher Intelligenz zu stellen und in weiterer Folge, welche Grenzen beim Übertagen von Handeln gesetzt werden sollen.

## 5.6. Entwicklung der Forschungsfragen

Da sich in den österreichischen Medien die Technologie des Algorithmischen Journalismus in der Entwicklung, beziehungsweise in der Testphase, in Form von Prototypen befindet (APA 2018), zeigt sich der Aspekt der möglichen Chancen und Risiken der Technologie als relevanter Forschungsaspekt. Wie bereits erwähnt stellen Automatisierungsprozesse eine Möglichkeit dar, Kosten zu reduzieren und Abläufe zu beschleunigen. Das Risiko, dass JournalistInnen ihren Arbeitsplatz möglicherweise verlieren, ist denkbar (Carlson 2015:429). Dem gegenüber stehen Ergebnisse, dass sich neue Arbeitsbereiche (Graefe 2016:35f) auch in Transparenzfragen ergeben (Diakopoulos 2016:61) und das Entwickeln einer neuen journalistischen Identität vorantreiben (Young; Hermida 2015:386ff). Die Ergebnisse selbst stellen unterschiedliche Perspektiven dar und sind international zu verorten.

Für die Spezifika der österreichischen Medienlandschaft, soll ein auf Österreich bezogenes Zukunftsszenario, über den Einsatz der Technologie im Journalismus, deren Möglichkeiten und Risiken, mit Fokus auf den Online-Bereich, entwickelt werden. Dazu bieten die erwähnten theoretischen Bezüge eine Orientierungshilfe in der Strukturierung und Spezifizierung des Forschungsinteresses.

Wie bereits erwähnt, basieren Adoptionsentscheidungen auf unterschiedlichen Faktoren. Je größer der wahrgenommene relative Vorteil, wie beispielsweise die Befriedigung von *Needs* oder sozialen Prestiges, desto schneller wird Technologie adoptiert (Rogers 2003:15f). Ist die Technologie mit den Werten, Normen und Erfahrungen des Menschen kompatibel, wird Unsicherheit reduziert, was wiederum die Adoption erleichtert (Rogers 2003:240f). Sind Technologien verständlich und lesbar, können sie auch schneller adoptiert werden als Technologien, die durch ihre Komplexität zusätzliches Wissen und Können voraussetzen (Rogers 2003:15f).

An dieser Stelle zeigt sich bereits eine relevante Dimension der Fragestellung, wie Zukunftsszenarien aussehen können, beziehungsweise wie Algorithmen den Arbeitsbereich Journalismus nach den Erwartungen an die Technologie und die Kompatibilität mit den persönlichen und gesellschaftlichen Wertvorstellungen verändern. Dadurch werden besonders bei Automatisierungsprozessen Fragen nach menschlicher Verantwortung und der Transparenz bezüglich der Technologie und ihres Einsatzes gestellt werden müssen.

Das lineare Konzept des Diffusionsansatzes stößt hier an seine Grenzen. Zu wenig wird die soziale Konstruktion von Technologie hier berücksichtigt. Der Domesticationsansatz (Silverstone et al. 1992) stellt die Integration der Technologie und die Beziehung zwischen ihr und der Kultur der sozialen Praxis in den Vordergrund (Silverstone et al. 1992).

Dieser Ansatz ermöglicht über die Frage nach der Adoptionsbereitschaft hinauszugehen und danach zu fragen, was Menschen mit Technologie tun können, wie sie diese in Zukunft nutzen und vor allem wie sie sich ihr bemächtigen. Im Kontext des Journalismus zielt diese

Dimension auf die Arbeitspraxis und die sich verändernden Arbeitsbereiche ab. In weiterer Folge stellt sich die Frage nach den notwendigen Kenntnissen, etwa die Frage nach der Art des notwendigen Wissens, um sich dieser Technologie zu bemächtigen. Die Fragen der Kompatibilität und die Möglichkeit der Veränderung von Technologie und Adoption mittels linearen Modellen zu beantworten, ist sehr herausfordernd. Der Spielraum und die nötige Offenheit, um nicht mögliche Dimensionen aufgrund einer theoretischen Verortung auszuschließen, ist zu gering. Der *multidirektionale* Ansatz SCOT (Pinch; Bijker 1987) und seine Weiterentwicklungen stellen hierfür einen nützlichen Beitrag dar. Allerdings muss hier erwähnt werden, dass bezüglich der interpretativen Flexibilität, Schließung und Stabilisierung, vor allem die interpretative Flexibilität der Technologie als soziale Konstruktion von Interesse ist. Dazu soll aber die situative Interpretation der Maschine nicht vernachlässigt werden (Winner 1993:365f). Die Dimensionen und Weiterentwicklungen von Orlikowski und Gash (1994) verbinden mit ihrem Ansatz gekonnt die Dimensionen der Vorstellungen, Erwartungen, Funktionalität, Motive von Organisationen zur Implementierung und der *Technology in Use* (Orlikowski; Gash 1994:183f).

Ziel der Entwicklung eines Zukunftsszenarios ist es, insbesondere JournalistInnen, die hierbei eher als Betroffene oder auch mögliche UserInnen betrachtet werden sollen, einen Ausblick zu bieten, um für sich selbst Handlungsmöglichkeiten abzuleiten zu können. Das gilt ebenso für EntscheidungsträgerInnen in Medienunternehmen. Gemeinsam werden JournalistInnen und EntscheidungsträgerInnen durch Einschätzungen, im Zuge von ersten Erfahrungswerten und spezifischen Wissens von EntwicklerInnen und ForscherInnen, ein gangbares Szenario für den möglichen Einsatz von algorithmischem Journalismus in den österreichischen Medien entwerfen. Falls kein Zukunftsszenario zum Einsatz entworfen werden kann, müsste die Ablehnung von Technologie stärker beleuchtet werden.

*FI: Die Einschätzungen von JournalistInnen, EntscheidungsträgerInnen und EntwicklerInnen bezüglich der Möglichkeiten und Grenzen von Arbeit mit Algorithmen im österreichischen Onlinejournalismus, mit dem Fokus auf Grenzen automatisierter Textgenerierung im Kontext von Arbeitspraxis, journalistischem Selbstverständnis und ethische Grenzziehungen im Übertragen von Handlungsmacht an Maschinen.*



<b>Soziale Konstruktion von Technologie</b>	<b>Zukunftsszenarien des Journalismus</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konstruktion der Technologie: Interpretative Flexibilität, Existenz mehrerer Konzepte von Algorithmen im Journalismus</li> <li>• Erwartungen: Möglichkeiten und Risiken</li> <li>• Ethische Problemstellungen; Moralische Bedenken als Grenzen der Adoption/ Adoptionsbereitschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Arbeitsbereiche kommen hinzu, bzw. verändern sich</li> <li>• Skills: Notwendige Skills im Umgang mit Technologie</li> </ul>

**FF1: Welche Möglichkeiten und Einsatzbereiche ergeben sich im Journalismus durch den Einsatz von Algorithmen?**

- FF1a.) Welche Risiken könnten sich für den Journalismus durch den Einsatz von regelgeleiteten Algorithmen ergeben?
- FF1b.) Welche Risiken könnten sich für den Journalismus durch den Einsatz von neuronalen Netzwerken ergeben?

**FF2: Welche Grenzen sollen bezüglich des Einsatzes des algorithmischen Journalismus im Sinne von Werten und Normen redaktioneller Tätigkeit gezogen werden?**

**FF3: Welche Rolle wird in der automatisierten Textproduktion den JournalistInnen und EntscheidungsträgerInnen zukommen und welche Fähigkeiten sind dafür notwendig?**

- FF3a.) Welche Rolle kommt der Transparenz bezüglich Quellen und Output zu?
- FF3b.) Welche Rolle kommt der Transparenz bezüglich Informationen über die Technologie algorithmisch automatisierten Arbeitsprozessen im Journalismus zu?

**FF4: Inwiefern werden im Rahmen der Anwendung von AI sich Arbeitsbereiche für JournalistInnen in Zukunft, im Kontext von möglichen Jobverlust, verändern, wegfallen oder hinzukommen und welche Fähigkeiten sind dafür notwendig?**

## 6. Einschätzungen einer definierten ExpertInnengruppe mittels Delphi-Methode

Die ökonomischen und redaktionellen Rahmenbedingungen, wie etwa Berufspraxis und ethische Aspekte und der aktuelle technische Entwicklungsstand des algorithmischen Journalismus, spielen für die vorliegende Fragestellung eine wesentliche Rolle. Um die vorgestellten Fragestellungen zu beantworten, muss ein Zugang zu spezifischen Wissensbeständen eines versierten Personenkreises geschaffen werden. Die Delphi-Analyse stellt hierfür die am besten geeignete Methode dar. Die Meinung einer konkret definierten ExpertInnengruppe kann Schlussfolgerungen zu bestimmten Themenstellungen und zu einer Sensibilisierung gegenüber möglichen Problemen führen (Häder 2009:34).

*„Ganz allgemein kann ein Delphi als ein Verfahren verstanden werden, bei dem in einem iterativen Prozess Expertenurteile zu einer bestimmten Fragestellung ermittelt werden, mit dem Ziel Konsens und Dissens in den Urteilen zu erfassen und zu begründen. (Niederberger; Renn 2018:7)*

Die Delphi-Befragung ist keine statistisch repräsentative Befragung. Im Vordergrund stehen die Erfassungen von Trends, Meinungen, Bewertungen und Faktoren künftiger Entwicklungen. Die prognostische Leistung der Delphi-Methode liegt darin, Bewertungen und Erwartungen von Personen, die mit dem jeweiligen Feld in Verbindung stehen, zu erfassen. So gelingt auch der Zugang zu spezifischem Wissen, im Kontext einer organisationalen und gesellschaftlichen Verflechtung. In Bezug auf Konsensbildung, als wesentlicher Aspekt der Delphi-Methode, ist der Fokus stets auf die Teilnehmenden selbst gerichtet (Ammon 2009:470f). Der Einsatz der Delphi-Methode verlangt eine gewissenhafte Anwendung in Bezug auf die Entwicklung des Forschungsdesigns und der Abweichung von idealtypischem Delphi-Vorgehen sowie der Interpretation der Ergebnisse, da die Schwächen und Möglichkeiten der Delphi-Methoden noch nicht ausreichend erforscht sind (Häder; Häder 2000:27f). Nach Häder gibt es vier unterschiedliche Typen von Delphi-Vorgehensweisen. Neben der Ideenaggregation, Konsens und Bestimmung eines Sachverhaltes, kommt besonders die Ermittlung von Expertenmeinungen in Frage, welche quantitative und qualitative Dimension beinhalten (Häder 2009: 36). Besonders der Konsens und die Ermittlung von Expertenmeinung eignen sich zur Vorhersagen über künftige Entwicklungen (Häder 2009:65).

ExpertInnen haben eine wichtige Rolle in der Vorbereitung und beim Tragen von immer weitreichender und komplexer werdenden Entscheidungen (Häder; Häder 2000: 12). Im Rahmen der vorliegenden Delphi-Studie werden anonymisierte ExpertInnen um ihre Einschätzung zu möglicher Auswirkungen, Problemstellungen und Chancen des algorithmischen Journalismus gebeten. Dies soll unter anderem auch vor dem Hintergrund gesellschaftlich relevanter Aufgaben journalistischer Tätigkeit reflektiert werden. Für die vorliegende Forschungsarbeit wird dann von einem Konsens für mögliche Zukunftsszenarien

ausgegangen, wenn Szenarien schlüssig sind und sich ein inhaltlicher Konsens in Bezug auf die relevanten Aussagen und Zukunftsszenarien des algorithmischen Journalismus bilden lässt. Bei der minimalen Anzahl von zwei Runden (Häder; Häder 2000:17), erscheint die Stufe von Konsens realisierbar und auch zeitlich machbar. Im Sinne einer realistischen Umsetzung und Zeitplanung der Delphi-Studie im Rahmen der vorliegenden Arbeit sind zwei Wellen realistisch.

Die *Welle 1* wird mittels qualitative leitfadengestützte Interviews realisiert. Auf Basis der Ergebnisse dieser Welle wird ein Fragebogen für die *Welle 2* entwickelt, welcher den TeilnehmerInnen online zugeschickt wird, um den Rücklauf zu erhöhen. Der wichtige Vergleich zwischen den Prognosen, basierend auf den Ergebnissen der Delphi-Studie und dem Ist-Zustand, (Häder; Häder 2000:21) könnte mittels den zusammengefassten Ergebnissen ausgewählter internationaler Studien zu Erfahrungswerten im Umgang mit algorithmischem Journalismus, Perspektiven und Problemstellungen (Thurman 2017 / Van Dalen 2012 / Graefe 2016) gelingen. Die Abläufe der *Welle 1* und *Welle 2*, inklusive einer Feedbackrunde als Rückkoppelung sowie die Auswahl der geeigneten ExpertInnen werden im folgenden Kapitel nun genauer vorgestellt.

### **6.1. Die Bedeutung der Rückkoppelung in der Delphi-Methode**

Eine der wesentlichen Besonderheiten der Delphi-Methode zeigt sich in der Rückkoppelung - dem Feedback - der Zwischenergebnisse, oder Ergebnisse der Datenanalyse an die Teilnehmenden. Die Ergebnisse werden von einer Runde zur nächsten an die Teilnehmenden weitervermittelt und es entsteht ein schriftlicher Kommunikationsprozess (Ammon 2009:466).

Zu Beginn hat die forschende Person eher Einfluss auf die Inhalte. Die Zwischenergebnisse müssen für die Teilnehmenden transparent gemacht werden. Durch diese Rückkoppelung wird eine Auseinandersetzung mit den Ergebnissen möglich und Teilnehmende können sich zu Inhalten äußern, oder widersprechen. Der Vorteil der Delphi-Methode liegt zusätzlich in der Möglichkeit den Ablauf, zugunsten der Teilnehmenden, anzupassen (Ammon 2009:470f). Dafür ist die Offenheit der ForscherInnen gegenüber den TeilnehmerInnen sowie die Motivation, dass diese weiterhin am Kommunikationsprozess teilnehmen, auch wenn längere Zeitspannen zwischen den Kommunikationsschritten bestehen, besonders wichtig (Ammon 2009:466).

Durch die wiederholte Auseinandersetzung mit diesem mehrstufigen Verfahren sowie mit den Aussagen anderer anonymisierter TeilnehmerInnen, kommt es zu einer gegenseitigen Beeinflussung die eine Reduktion individueller Mutmaßungen, die eine Entstehung einer Gruppennorm zum Ziel hat (Atteslander 2008:132f).

## 6.2. ExpertInnen und ihr Wissen

Um für das vorliegende Forschungsinteresse die geeigneten ExpertInnen zu identifizieren, muss zunächst geklärt werden, was unter ExpertInnen zu verstehen ist und welches Wissen berücksichtigt werden soll. Die Auswahl der ExpertInnengruppe und EntscheidungsträgerInnen, wird aufgrund des Tätigkeitsbereiches, des Schwerpunktes und der Betroffenheit, vorgenommen. Eine gleich starke Rekrutierung der Gruppen ist zu beachten (Häder 2000:9).

Neben der hohen Fachkompetenz der ExpertInnen, ist bei der Auswahl der Fokus auf weibliche ExpertInnen zu legen. Das ist besonders dann wichtig, wenn diese in ihren jeweiligen Disziplinen unterrepräsent sind (Cuhls; Kimperler 2008:24f). ExpertInnen sind unter anderem als RollenträgerInnen zu verstehen, die über besondere Erfahrungen und den damit verbundenen Handlungskontext verfügen. Die Orientierung an beruflichen Qualifikationen beziehungsweise Personen mit Entscheidungskompetenz, wie in leitenden Rollen, kommen dafür in Frage (Blöbaum et al. 2017:188). Besonders in der Kommunikationswissenschaft soll der ExpertInnenbegriff für spezifische Fragestellungen des Faches offen ein. AkteurInnen in Organisationen mit Medienbezug wie beispielsweise Redaktionen, Agenturen oder Medienunternehmen sind für diese Disziplin von Interesse und gelten im erweiterten Sinne auch als ExpertInnen, da sie über die Funktionsweisen dieser Teilbereiche spezifisches Wissen erlangt haben und weitergeben können (Blöbaum et al. 2017:188).

Wesentlich bei der Frage nach den geeigneten TeilnehmerInnen ist, zur welcher Form des Wissens ein Zugang geschaffen werden soll. Vom sogenannten ExpertInnenwissen grenzt sich das Alltagswissen ab, das allen sozialen Rollen zugrunde liegt. Es beinhaltet Common-Sense-Wissen und die dazugehörigen angenommenen Grundlagen zu kulturellen Codes sowie nicht systematisiertes technisches Wissen (Knoblauch 2014:288). Beim ExpertInnenwissen spielt die Objektivierung der subjektiven Erfahrung eine Rolle. Durch die Loslösung von räumlichen, zeitlichen und sozialen Bedingungen des ursprünglichen Wissenserwerbs, der Anonymisierung und Idealisierung von Wissen, wird es möglich, Wissen zu übertragen (Sprondel 1979:147). Die Glaubwürdigkeit von ExpertInnen ist von deren sozialer Anerkennung abhängig. Diese richtet sich an eine soziale Rolle, die ExpertInnen einnehmen. Ihnen wird zugeschrieben, dass sie das spezifische Relevanzsystem beherrschen und über Lösungswissen verfügen. Die Gründe liegen in den zugeschriebenen Rekrutierungsregeln für den jeweiligen Beruf, beziehungsweise in einer sowohl allgemeinen als auch speziellen Bildung, im Zuge derer relevantes Sonderwissen erworben wurde. Das Wissen, dass in der Ausbildung vermittelt wird, ist institutionalisiert und vermittelt Lösungsvorgehen spezifischer Problemstellungen. Darüber hinaus werden Einstieg und Fortkommen einzelner innerhalb dieses Systems geregelt und so reguliert. Das Vertrauen gegenüber ExpertInnen basiert daher auf das Funktionieren einer Institutionsstruktur in deren Rahmen angenommen oder

vertraut wird, dass dieses Sonderwissen vermittelt wird (Sprondel 1979:151). Das Wissen, das ExpertInnen zugeschrieben wird, bezieht sich also auf Kenntnisse um auf einem Gebiet kompetent handeln und um Problemlösungen anbieten zu können. ExpertInnen verfügen über Wissen, das in ihrer Gesamtheit nicht allen zugänglich ist (Hitzler 1994:25f). Nicht jedes faktische spezielle Wissen ist an eine spezifische Rolle gebunden, wie das bei sogenannten AmateurlInnen, der Fall ist. Sie erwerben Wissen aus biografischen Gründen heraus, die nicht mit dem beruflichen Werdegang direkt in Beziehung stehen. (Sprondel 1979:141f).

Sozial relevantes Wissen bezieht sich auf Definitionen von Problemen und Lösungen, wofür sich Betroffene des Wissens und den Einschätzungen von SpezialistInnen, die mit Kompetenz ausgestattet sind, bedienen. Hier spielt das Verweiswissen, beziehungsweise die Fachexpertise, an welche sich Menschen wenden sollen, eine Rolle. Probleme, die wegen Strukturprinzipien nicht Teil des allgemeinen Alltagsinteresse sind, stellen eine Herausforderung dar, da kein Wissen darüber vorhanden ist und auf welcher Wissensbasis diese Probleme gelöst werden können (Sprondel 1979:150).

Im Gegensatz zum Alltagwissen, von dem Menschen grundsätzlich nicht ausgeschlossen werden können, wird ein Sonderwissen durch bestimmte Rollen, wie etwa von Angehörigen bestimmter Gruppen, die dieses Wissen erwerben, übermittelt. ExpertInnenwissen gilt als Sonderwissen, das sich aus der Unterscheidung zum Allgemeinwissen konstituieren lässt (Sprondel 1979:148). Nach Hitzler ist spezielles Sonderwissen für ExpertInnen nicht zwingend und ExpertInnenwissen damit nicht identisch. Auch identifizierte er unterschiedliche Erscheinungsformen von Wissen, die ExpertInnen von SpezialistInnen und ProfessionalistInnen, die an Eigeninteressen orientiert sind, unterscheiden (Hitzler 1994:25). Das Wissen von SpezialistInnen wird über die Funktion, die SpezialistInnen erfüllen müssen definiert. *„Der Spezialist ist Träger einer besonderen, relativ genau umrissenen und von seinem Auftraggeber typischerweise hinsichtlich ihrer Problemlösung adäquanz kontrollierbaren Kompetenz.“* (Hitzler 1994:25)

Kaiser (2014) bezieht sich bezüglich Wissensformen vor allem auf den Aspekt der Problemlösung im Zuge des ExpertInnenwissens. In Anlehnung an Meuser und Nagel (2009) unterscheidet er die folgenden Wissensarten, die im Rahmen der Klärung des Wissensbegriffes hier erwähnt werden sollen: Das *Betriebswissen* bezieht sich auf Prozesse und Routinen, die vorrangig der Lösung von Konflikten dienen (Kaiser 2014:44). Darunter fällt beispielsweise das Wissen von EntwicklerInnen. ExpertInneninterviews helfen hier beim Zugang zu Wissen über die strukturellen Bedingungen zur Implementierung der Ermöglichung einer Entwicklung von Maßnahmen (Meuser; Nagel 2009:471). Das *Kontextwissen* meint die Rahmenbedingungen zur Lösung von Konflikten (Kaiser 2014:44). Dazu gehören unter

anderem die Lebensbedingungen der ExpertInnen und ihre Teilnahme an aktiven Gestaltungsprozessen. Diese Dimension hilft ein vorhandenes Problem zu strukturieren (Meuser; Nagel 2009:471). Im *Deutungswissen* finden sich Sichtweisen und Interpretationen wieder (Kaiser 2014:44).

Abschließend kann geklärt werden, dass ExpertInnen über ein detailliertes und klares Wissen verfügen, das in einem eingegrenzten Bereich nutzbar ist. Relevante Bereiche und Lösungsstrategien sind meist vordefiniert. Durch ihr Wissen und ihre darauf aufbauenden Einschätzungen, werden begründete Aussagen über Realitätsausschnitte möglich (Sprondel 1979:142f). ExpertInnen wissen über komplexe Relevanzsysteme und auch über das Wissen von SpezialistInnen und den Bedingungen, inklusive Anwendung von Problemlösungen, Bescheid und *wissen* mehr als konkret abfragbares Wissen. Sie verfügen über sogenannte relative Produktions- und Deutungsmonopole für Expertisen und sollen sich als ExpertInnen positionieren um die gesellschaftliche Legitimation zum Einsatz ihres Wissens zu erhalten (Hitzler 1994: 26ff). Letztendlich geschieht die Zuschreibung der Expertenrolle durch die Forschenden selbst, im konkreten Forschungsprozess (Kaiser 2014:39).

### **6.3. Auswahl der ExpertInnen und Rekrutierung**

Bei der Struktur einer ExpertInnengruppe empfiehlt es sich den Tätigkeitsbereich und das Berufsfeld als Entscheidungshilfe heranzuziehen (Häder 2000:3). Das inhaltliche Fachgebiet, die Herkunft aus verschiedenen Bereichen wie beispielsweise aus Universitäten oder der Privatwirtschaft und eine möglichst gleich starke Aufteilung der ExpertInnen auf Gruppen für das Panel sowie unterschiedliche Fachkenntnisse, sind ebenfalls entscheidende Kriterien (Häder 2000:9).

Für das vorliegende Forschungsinteresse kommen daher JournalistInnen, EntscheidungsträgerInnen in Medienunternehmen, wie etwa ChefredakteurInnen und EntwicklerInnen aus der Softwarebranche in Frage.

Um der eben angeführten Argumentation zu folgen und eine geeignete Gruppe zu definieren, soll zusätzlich die Weiterentwicklung der sozial relevanten Gruppen nach Humphreys (2005) herangezogen werden, um die erwünschten Teilnehmenden eingliedern.

Die Rekrutierung von ExpertInnen erfolgte durch telefonische Anfragen, persönlich und per Mail. Das Schneeballsystem kam hierbei nicht zum Tragen, da sonst die Anonymität einzelner nicht gewährleistet werden konnte. Für die Teilnahme konnten insgesamt 17 Personen rekrutiert werden, die die sich wie folgt aufteilen lassen:

*Gruppe J (JournalistInnen) (6)*

Die Gruppe J setzt sich aus sechs JournalistInnen zwischen 25 und 60 Jahren zusammen. Darunter befinden sich DatenjournalistInnen mit entsprechender Erfahrung<sup>8</sup>, bzw. JournalistInnen, die sich als Forschende mit der Thematik Algorithmen im Journalismus auseinandersetzen und an datenspezifischen Projekten im Journalismus mitwirkten<sup>9</sup> (3). Zusätzlich konnten für die Teilnahme ältere JournalistInnen mit jahrzehntelanger Erfahrung, die sich mit technikspezifischen Themen und ihren Folgen für die Gesellschaft und Journalismus auseinandersetzen, gewonnen werden (3). Die Tätigkeitsbereiche der Gruppe J lassen sich, vorrangig in unbefristeter Anstellung, von investigativen Arbeiten in kleineren und alternativen Medienunternehmen bis hin zur Arbeit in großer Tageszeitungen<sup>10</sup> gliedern. Ein Journalist ist selbstständig. Alle Teilnehmenden aus der Gruppe J beschäftigen sich mit Technologie allgemein und Algorithmen sowie mit Automatisierungsprozesse im Journalismus aus jeweils einer unterschiedlichen Perspektive. Diese Gruppe kann Aufschluss über die Zuschreibungen gegenüber den Algorithmischen Journalismus geben. Zusätzlich können sie Einblick in die Erwartungen und Ängste geben sowie eine Expertise zur möglichen Adoptionsbereitschaft dieser Technologie geben. Sie sind als JournalistInnen in ihrem Arbeitsbereich ExpertInnen im erweiterten Sinne. Für Humphreys (2005) könnten sie künftige *User* und unter Umständen *Bystanders*, die die Entwicklung im sozialen und beruflichen Umfeld mitverfolgen, darstellen.

#### *Gruppe C (EntscheidungsträgerInnen) (6)*

Diese Gruppe setzt sich aus sechs TeilnehmerInnen zusammen. Darunter befinden sich größtenteils ChefredakteurInnen (4), eine Person, die die Position der Geschäftsführung innehält sowie eine weitere aus dem Produktmanagement des jeweiligen Medienunternehmens, die unter anderem für den Zukauf von Software und deren Einsatz im Unternehmen sowie für die Entscheidungen technologischer Content- und Distributionslösungen verantwortlich ist.

Drei der EntscheidungsträgerInnen sind als ChefredakteurInnen in Tageszeitungen tätig. Jeweils eine Person arbeitet in einem journalismus- oder technikspezifischen Fachmagazin. Eine Person ist, neben der Chefredaktion, auch in der Entwicklungsabteilung des jeweiligen Medienunternehmens involviert. Die Tätigkeitsfelder der Gruppe C umfassen kleinere Redaktionen, die sich spezifisch mit wirtschaftlichen Themen wie Finanzen oder generell Technologie und Technik beschäftigen, bis hin zu führenden Medienunternehmen, die gleichermaßen IT-DienstleisterInnen für journalistische Produktionslösungen sind. Die

---

<sup>8</sup> Software zum Datenscraping, Nutzung von Recherchertools, Verständnis für Zusammenhänge in Datensätzen

<sup>9</sup> Datenrechercheprojekte im Datenjournalismus und Projekte zur App Entwicklung für algorithmisch erstellte Texte

<sup>10</sup> Aufgrund der Anonymität können die Unternehmen nicht namentlich genannt werden.

Gruppe C erweist sich bezüglich der Auseinandersetzung mit der Thematik von Algorithmischer Journalismus als sehr heterogen. Diese Heterogenität reicht vom Interesse und der kritischen Auseinandersetzung mit Algorithmen in der Textproduktion bis hin zu konkreten Einsatzplänen dieser. Teilnehmende aus dieser Gruppe können aus unterschiedlichen Perspektiven sinnvolle Einsatzgebiete automatisierter Textproduktion für das jeweilige Medienunternehmen einschätzen. Wie auch die JournalistInnen, stellen die Teilnehmenden der Gruppe C ExpertInnen für ihren Arbeitsbereich dar. Nach Humphreys handelt es sich bei einzelnen Teilnehmenden im erweiterten Sinne um eine Subgruppe von *Producers*, die in einem Netzwerk organisiert sind. Die Subgruppe bezüglich Investition und Design passt zu den Vorhaben der meisten TeilnehmerInnen aus der Gruppe C. Sie wirken ebenfalls als *User* im indirekten Sinn bezüglich Kauf und Verwendung von Software. Als Geschäftsführung können Überlegungen der Nutzbarkeit der Technologie von Interesse sein. Als Teil der Chefredaktion und durch die Mitverantwortung in der Entwicklungsabteilung besteht Einfluss auf das Design der textgenerierenden Software. Im Produktmanagement sind Überlegungen und Entscheidung zum Einsatz von Softwarelösungen relevant.

#### *Gruppe E (EntwicklerInnen und WissensvermittlerInnen) (5)*

Für diese Gruppe konnten fünf Teilnehmende aus der Softwareentwicklung gewonnen werden, die in den Bereichen, NLP<sup>11</sup> (Natural Language Processing), NLG<sup>12</sup> (Natural Language Processing) und maschineller Übersetzung tätig sind.

Zusätzlich gehen davon drei einer Lehr- und Forschungstätigkeit in universitären Einrichtungen nach und gelten in diesen Rahmen als WissensvermittlerInnen bezüglich Leistungen und Einsatz von Technologie. Eine weitere Teilnehmende ist vorrangig für die Wissensvermittlung im künstlerischen und kulturellen Auftrag einer öffentlichen Kultureinrichtung, die sich mit dem möglichen Einfluss von Technologie auf die Gesellschaft auseinandersetzt, zuständig. Die Gruppe E zeigt sich hier etwas homogener als die Gruppe C. Fünf Teilnehmende dieser Gruppe sind explizit in der Entwicklung tätig sind und können so Einschätzungen bezüglich Weiterentwicklung und Trends in der Softwarebranche sowie zu Schwächen und Stärken aktueller Softwarelösungen zur automatisierten Textgenerierung abgeben. Sie gelten als ExpertInnen in Technologiefragen bezüglich Entwicklung (5) oder mögliche Technikfolgen (1).

Nach der Einteilung von Humphreys (2005) sind sie eindeutig den *Producern* zuzuordnen, die für die Entwicklung und Produktion von Technologie verantwortlich sind. Auch finden sich vereinzelt *Advocates* als ForscherInnen in der Gruppe E, die eine indirekte Beziehung zur jeweiligen Technologie aufweisen.

---

<sup>11</sup> NLP: „Liest und verarbeitet Inhalte (Marconi et al. 2017)

<sup>12</sup> NLG: „Schreibt-Generiert Texte im Sinn einer linguistischen Reproduktion (Bauer et al. 2015)



Die Durchführung der Delphi-Studie lässt sich nun, inkl. der ExpertInnen, als Modell folgendermaßen darstellen:

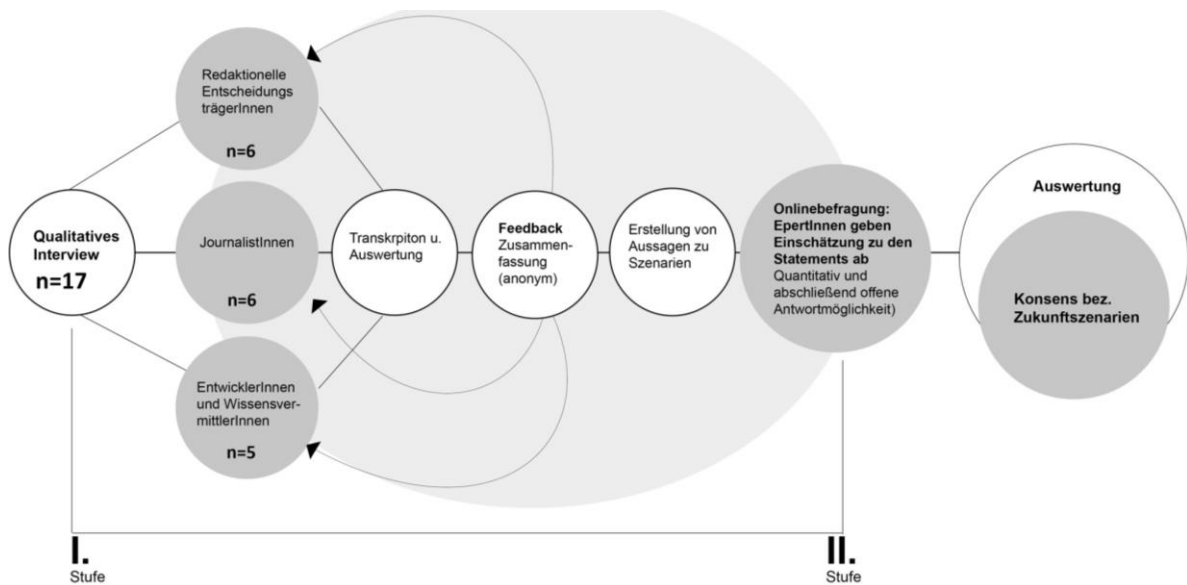


Abb. 3: Delphi-Design

#### 6.4. Welle 1: Qualitatives ExpertInneninterview

Die für das vorliegende Forschungsinteresse geeignete Erhebungsmethode ist das qualitative Interview. Qualitative Forschung lässt Raum für den differenten Sinn einer Äußerung. Das Grundprinzip besteht darin, dass sich der Sinn von Forschenden und der Sinn von Teilnehmenden unterscheidet. Der Sinn, dem die Teilnehmenden den ausgesprochenen Inhalten verleihen, wird Gegenstand qualitativer Forschung, in dem diese untersucht, wie dieser Sinn konstituiert wird. Der Begriff objektiv wird dem Deuten von Sinn daher nicht gerecht. Eher kommt die Deutung in der Interaktion mit Menschen in der sozialen Wirklichkeit, die interpretiert, gedeutet, interaktiv hergestellt und konstruiert ist, zustande. Die sprachliche Äußerung entsteht durch die lebensweltliche Erfahrung und die Interviewsituation selbst (Helfferich 2009:22).

ExpertInneninterviews werden in der Methodenliteratur sehr unterschiedlich verstanden. Die Bandbreite reicht hier von Erfassung subjektiver Betrachtungen und der Gefühlslage Betroffener bis hin zur Beschaffung von Fakten. Blöbaum et al. (2017) schlagen vor, ExpertInneninterviews als leitfadengestützte Gespräche, die mit sogenannten *Leistungsrolle*trägerInnen geführt werden, zu verstehen. Die Methode der ExpertInneninterviews stellt sich als geeignete Methode dar, Prozesse und Phänomene auf der Meso- und Makroebene zu analysieren (Blöbaum et al. 2017:188).

Die Herausforderungen liegen in der notwendigen Offenheit der Leitfragen und der nötigen Orientierung im Untersuchungsfeld. Die Konzeption der Fragen und die inhaltliche

Gliederung soll so gestaltet werden, dass auch mit Nachhaken alle gewünschten Teilbereiche in unterschiedlicher Detailliertheit abgedeckt werden (Brosius et al. 2012:102). Die nötige Offenheit bieten Impulsfragen, die den Erzählfluss anregen sollen. Der passende Leitfaden bewegt sich daher in Richtung eines teilnarrativen Leitfadeninterviews. Dazu gibt es einige Punkte zu beachten. Bei ExpertInneninterviews ist stets ein Abwägen bezüglich erzählauffordernder Fragen wichtig, wenn an dieser Stelle Fakten abgefragt werden sollten. Die Anzahl der Fragen ist weiters gering zu halten, damit genug Zeit für offene Äußerungen und Darstellungen bleibt. Neben der formalen Übersichtlichkeit soll der Leitfaden so konzipiert sein, dass dem natürlichen Erinnerungs- und Erzählfluss gefolgt werden kann. Die Anordnung der Fragen soll nach Fragenart geschehen. Öffnende Fragen, die längere Darstellungen benötigen, sollten am Beginn des Interviews gestellt werden. Abschließende Einstellungs- und Bewertungsfragen werden eher am Ende des Interviews gestellt (Helfferich 2009:179ff). Zur Entwicklung des Leitfadens erklärt Helfferich die Konzeptionsschritte des Leitfadens an folgender Grafik:

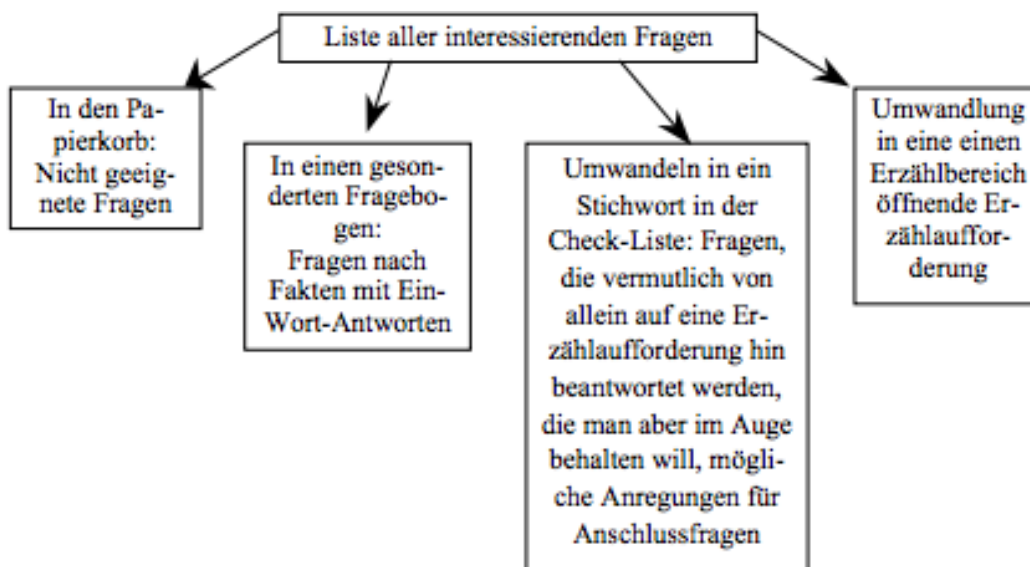


Abb. 4: Bereinigung der Frageliste und Subsumieren (Helfferich 2009:187)

Auf Basis der Dimensionen der Forschungsfragen wurde zunächst eine Fragenliste erstellt und ungeeignete Fragen aussortiert. Erzählauffordernde Fragen und Faktenfragen wurden so konzipiert, dass das Interview möglichst flexibel gestaltet werden konnte. Die vorläufigen Leitfäden wurden an die jeweiligen Gruppen angepasst und es wurde versucht, so eine gemeinsame Schnittmenge zu erhalten. Im nächsten Schritt wurden abzufragende spezifische Aspekte als *Bullet-Points*, als Nachfragehinweise nach der erzählauffordernden Fragestellung, gereiht. Die Fragen der nachfolgend angeführten Dimensionen sind im Detail an die vermuteten Wissensbestände der jeweiligen Gruppe angepasst. Dafür war auch die intensive Auseinandersetzung mit fachspezifischen Themen notwendig, um geeignete Fragen entwickeln zu können wie beispielsweise zu Algorithmen und automatisierter

Textgenerierung. Nach der Pretestphase wurden die Leitfäden entsprechend der Anforderungen und der sich gezeigten Schwächen durch den Pretest weiterentwickelt und verfeinert.

Folgende Dimensionen bestimmen die Leitfäden:

#### *A. Perspektiven, Bedeutungszuweisungen und Wissen über die Innovation*

Durch die offenen Fragestellungen soll zunächst der Zugang zum persönlichen Bezug zur Technologie und darüber hinaus zur Beschäftigung mit der Materie, im beruflichen Kontext, eruiert werden. In diesem Abschnitt sollen die Teilnehmenden frei schildern, wie und unter welchen Umständen sie mit der Thematik in Kontakt stehen. Diese Dimension betrifft Teilnehmende mit Entscheidungskompetenz, die über erste Erfahrungen in ihrer Redaktion, oder Medienunternehmen berichten oder mögliche Vorstellungen von Vor- und Nachteilen deutlich machen könnten. In Bezug auf die Gruppe der EntwicklerInnen wird stärker konkret nach den Vor- und Nachteilen unter anderem von neuronalen Netzwerken oder regelgeleiteten Algorithmen gefragt.

#### *B. Ethische Perspektiven*

Die ethische Perspektive umfasst die Grenzziehungen gegenüber der Technologie. Konkret soll hier die menschliche Rolle im Umgang mit Technologie beleuchtet werden und welche Tätigkeiten aus welchem Grund keiner Maschine überlassen werden dürfen. Diese Dimension gibt ebenso Aufschluss über die Kompatibilität mit den eigenen Werten und Vorstellungen zum Sinn journalistischer Tätigkeit und der Wertigkeit menschlicher Arbeit für die Gesellschaft in Abgrenzung zur automatischer Produktion. Ebenso beinhaltet diese Dimension die Themen Transparenz und die Verantwortung journalistischer Tätigkeit sowie die Übertragung menschlicher Entscheidungsmacht an Maschinen. Diese Dimensionen sollen Artikulationsmöglichkeit für Ängste und Bedenken schaffen, ebenso wie zu Chancen und ethische Fragestellungen.

#### *C. Arbeitspraxis von JournalistInnen (Tätigkeitsbereich und Arbeitsalltag)*

In dieser Dimension wird besonders der Fokus auf die JournalistInnen selbst gelegt und dabei soll die Frage nach den Vorstellungen und Erwartungen der Teilnehmenden für die journalistische Tätigkeit beleuchtet werden. Zu erwartende Veränderungen, wie etwa mögliche Nachteile und Vorteile, Wegfall bestimmter Tätigkeiten sowie die journalistischen Anforderungen an automatisierter Textgenerierung, sollen hier Platz finden. Gleichzeitig wird diese Dimension von der Themenstellung der beruflichen Weiterentwicklung, Veränderung aber auch veränderter Anforderungen durchzogen, wie bereits in der aktuellen Studienlage (u.a. Thurman 2017 / Van Dalen 2012 / Graefe 2016 / Örnebring 2010) festgestellt wurde.

#### *D. Technologische Entwicklung (Fokus auf EntwicklerInnen)*

Die vierte Dimension des Forschungsinteresses bezieht sich auf die EntwicklerInnen, die Expertise bezüglich der aktuellen technologischen Möglichkeiten vorweisen und etwaige Grenzen thematisieren sowie eventuelle überzogene Vorstellungen kritisch durchleuchten können. Sie stellen in Bezug auf das Panel auch eine Rückversicherung dar, da sie über das notwendige Wissen verfügen, Erfahrung in der Entwicklung vorweisen, beziehungsweise sich mit Folgen von Technologie für die Gesellschaft intensiv beschäftigen. Deshalb sind nicht nur EntwicklerInnen aus Forschung und Privatwirtschaft für diese Gruppe interessant, sondern es wird auch eine künstlerisch integrative Perspektive der Kunst- und Kulturvermittlung, bezüglich des Verhältnisses von Mensch und Technologie eingebracht.

Die qualitativen leitfadengestützten Interviews wurden in Einzelsettings durchgeführt und im Zeitraum von acht Wochen geführt, während mit der Transkription der Inhalte begonnen wurde. Ethische Überlegungen und Rahmenbedingungen zur Durchführung wurden von Kaiser (2014) entlehnt und in den Kontext der geplanten Forschung gestellt. Die Anonymisierung der Teilnehmenden für die Auswertung, diente nicht nur zum Schutz der persönlichen Daten, sondern ist auch methodisch für die Durchführung der Delphi-Analyse notwendig. Anforderungen, wie die Aufklärung der TeilnehmerInnen, in der die Forschenden über Ziele und Inhalt der Untersuchung informieren, wie auch die Zustimmung, dass Daten zur Forschungszwecke herangezogen werden, wurden schriftlich von den Teilnehmenden eingeholt. Die Wahrung der Vertraulichkeit wurde im vorliegenden Fall durch die Nichtnennung der Unternehmen zum Schutze der Teilnehmenden, in der vorliegenden Arbeit, realisiert.

## 7. Auswertung: Dokumentarische Methode

Da die Interviewform möglichst offen gehalten und nicht explizit abrufbare Wissensbestände und Zusammenhänge einer spezifischen Gruppe in der sozialen Wirklichkeit eruiert werden sollen, zeigt sich die dokumentarische Methode als rekonstruktives Analyseverfahren, basierend auf einer wissenssoziologischen Grundlogik, nach Bohnsack (2014) als geeignet.

Der Wirklichkeitsbereich ist jener, der als schlicht gegeben vorzufinden ist und als selbstverständlich erlebt wird. Die körperliche Existenz der Menschen, ihre Ausstattung mit Bewusstsein und die Wahrnehmung der gleichen Außenweltdinge, wird als folgerichtig angenommen. Die Außenwelt kann intersubjektiv nachvollziehbar sein, da sie innerhalb des gemeinsamen Interpretationsrahmens existiert. Allerdings besteht die Wirkung einzelner Elemente der Wirklichkeit darin durch *mannigfache Sozialbeziehungen* mit anderen Individuen in Beziehung zu treten. Die wechselseitigen Beziehungen und die daraus resultierenden gegenseitigen Erfahrungen gestalten sich ähnlich. Die sozial erfahrbare Wirklichkeit besteht nicht rein aus einer materiellen Realität, sondern vollzieht sich innerhalb einer sozialen und kulturellen Welt (Schütz; Luckmann 2017:29ff). Zwar existiert kein kollektives Denkgebilde, doch ist das Produkt des individuellen Denkens nicht nur ein Produkt der „*individuellen Genesis* - dies macht nur einen kleinen Teil aus - sondern basiert zum größten Teil auf gruppenspezifischen Denkmustern, gegebenen Sinn und Wahrnehmung einzelner Gegenstände, die von der Gruppensicht geprägt sind (Mannheim 1952:4f).

Der kollektive Erfahrungsraum ist davon charakterisiert, dass vom Gegenüber nur eine Perspektive erfahrbar ist, die in persönliche Dispositionen eingebettet ist. Mannheim (1980) führt ein optisches Gleichnis an um die Perspektive der Erfahrung zu veranschaulichen. Der sachliche Gehalt eines Bildes zeigt zunächst den räumlichen Standort, der für die Forschenden grundlegend ist. Er ist perspektivisch, da nur eine Seite erfahrbar ist, aber doch ist das standortgebundene Bild glaubwürdig, denn bestimmte Gegenstände sind nur perspektivisch erfahrbar. Das Untersuchen der Verhältnisse, *die zwischen den Menschen sind*, bedeutet einen perspektivischen Weg zu suchen, der das Selbsteinnehmen eines Raumes und nicht die Verwendung von künstlichen Projektionen des Untersuchungsgegenstandes vornimmt (Mannheim 1980:211ff). Das Leben im Erfahrungsraum schafft Begriffe *um in ihnen und mit ihnen* weiterzuleben, die funktional bedingt, und im konjunktiven Erfahrungsraum veränderbar sind (Mannheim 1980:220f).

Ausgangspunkt der dokumentarischen Analyse bildet die Unterscheidung zwischen dem immanenten und dem dokumentarischen Sinn. Die dokumentarische Interpretation meint das wörtlich Gesagte, die thematische Entwicklung und Struktur sowie was sich bezüglich

eines untersuchten Falls dokumentieren lässt, wie kollektive Orientierungen und ein kollektiver Habitus. Das heißt, die Differenzierung zwischen dem milieuspezifischen, als konjunktiver und generalisierenden Sinn ist hier wesentlich (Przyborski 2004:47ff).

Der konjunktive Erfahrungsraum spielt für die vorliegende Untersuchung eine bedeutende Rolle. Die Gemeinsamkeiten der Erfahrungen als konjunktiver Erfahrungsraum ist besonders bei strukturähnlichen Erlebnissen, wie es bei einer Berufsgruppe der Fall ist, von Interesse. Diese Erlebnisse verbindet die Personen, die gemeinsame Wissens- und Bedeutungsstrukturen teilen, als soziale Praxis, die in einem spezifischen Erfahrungsraum vorhanden ist. Der Orientierungsgehalt dieser Formen der Bezugnahme, der Diskursmodi und -Stile werden rekonstruiert, um zu den Wissens- und Bedeutungsstrukturen ihres konjunktiven Erfahrungsraumes zu werden (Przyborski 2004:47ff).

Kollektivvorstellungen ragen über das Einzelne hinaus. In einer Gruppe verfügen nicht alle Mitglieder über alle *Wissbarkeiten*, die in Kollektiveinstellungen und im Erfahrungsraum vorhanden sind, da sie nur an einem bestimmten Ausschnitt der Vorstellungen eines kollektiven Erfahrungsraumes teilhaben können. Die gesamten Ausschnitte *schweben* als eine Art großes Ganzes über der Gemeinschaft der Individuen. Weiter führt Mannheim (1980) an, dass es Kollektivvorstellungen gibt, die gar nicht durch ein Individuum realisiert werden können. Sinnzusammenhänge, wie zum Beispiel in einem Kult, in denen TeilnehmerInnen einzelne Rollen übernehmen, vollziehen sich im Zusammenspiel der Individuen (Mannheim 1980:232).

In der Forschungspraxis der dokumentarischen Methode bei leitfadengestützten Interviews, basieren die ersten Schritte in der Rekonstruktion des Sinns zuerst nur auf dem Erfassen und Verstehen der inhaltlichen Dimension (Bohnsack 2014:137). Die Zusammenfassung der Inhalte durch die forschende Person erfolgt reformulierend, mit dem Verzicht auf sozialwissenschaftliche Begriffe (Nohl 2013:70).

Die Auswahl der Interviewabschnitte werden gemäß dem Forschungsinteresse vorgenommen. Im weiteren Schritt wird ein thematischer Verlauf des Interviews herausgearbeitet, der die Textpassagen strukturiert (Nohl 2013:60). So können relevanten Passagen durch den thematischen Verlauf identifiziert werden. Das wiederum erleichtert in späteren Schritten die komparative Analyse um Ähnlichkeiten beziehungsweise Unterschiede der Interviews zu sichten (Nohl 2013:65). Beim thematischen Verlauf werden im Interview aufkommende Themen notiert. Wichtig ist dabei der thematische Wechsel, der einen neuen Abschnitt markiert (Przyborski 2004:50). Formale Gesichtspunkte wie Auffälligkeiten, Dichte und der Ablauf des Interviews spielen für die Auswahl der Abschnitte ebenfalls eine Rolle. Weitere Aspekte die sich herauskristallisieren, können das Forschungsinteresse erweitern (Przyborski 2004:52f).

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wurden die Interviews vollständig transkribiert und einthematischer Verlauf der Gespräche herausgearbeitet. Die Ausschnitte für die formulierende Interpretation wurden anhand der Forschungsfrage ausgewählt. Darüber hinaus wurden Textpassagen, die durch die Teilnehmenden angeregt wurden, mitaufgenommen. Unter- und Oberthemen der relevanten Passagen wurden zusätzlich zur besseren Strukturierung eruiert. Die Einteilung erfolgte nach der Eröffnung neuer Sinneinheiten und Themenwechsel, die auch teilweise durch die InterviewerIn mit erzählgenierenden Fragestellungen induziert wurde.

### **7.1. Formulierende Interpretation und Feedback**

In der formulierenden Interpretation wird die Zusammenfassung und die Reformulierung des Gesagten, des immanenten und generalisierenden Sinngehalts, in die Sprache der Forschenden überführt. Dies soll bereits intersubjektiv nachvollziehbar gemacht werden. Im Fokus steht, was gesagt wurde. Die thematische Struktur des Textes soll sich zeigen und die Ordnung und Ablauf des Gesagten müssen beibehalten werden, da die Teilnehmenden die Ordnung vorgeben (Przyborski 2004:53ff).

Die relevanten Textpassagen wurden zunächst in ihre Sinneinheiten aufgeschlüsselt. Dazu wurden Paraphrasen und einzelne Codes erstellt, die so textlich verarbeitet und zusammengefasst werden konnten. So konnte sichergestellt werden, dass relevante Dimensionen des Textsinnes nicht verloren gehen. Sprachlicher Kolorit wurde in die formulierende Interpretation teilweise mit aufgenommen. Bereits an dieser Stelle erfolgt eine forschungsökonomisch sinnvolle Auswahl zur weiteren Analyse. Die Teile der formulierenden Interpretation, die die größte Schnittmenge bilden, ermöglichten bereits Aussagen der inhaltlichen Dimension, die Inhalte des Panels wiedergibt. Nur in Kombination mit der später vertiefenden reflektierenden Interpretation ausgewählter Interviews von größter metaphorischer und inhaltlicher Dichte, gelingt ein tiefergehender Einblick in die Vorstellung und Wissensbestände bezüglich Algorithmen im Journalismus. Auf Basis der formulierenden Interpretation wurden die Inhalte so zusammengefasst, dass sich die Perspektiven aller Teilnehmenden wiederfinden. Deshalb sind die Inhalte der Aussagen nicht trennscharf einer Gruppe zuzuordnen. Eine detaillierte Unterscheidung und Positionierung der Gruppen J, C und E wird in den weiteren Schritten der Interpretation realisiert.

Die Ergebnisse der formulierenden Interpretation spiegeln die thematische Breite der Thematik wieder und liefern Einblicke in das explizite Wissen, also der greifbaren Wissensbestände bezüglich der Themenstellung, der Chancen und Risiken des Einsatzes von Algorithmen in der Textproduktion sowie der möglichen zusammenhängenden Konzepte des

breiten Einsatzes unterschiedlicher Algorithmen im produktiven Zusammenspiel. Die formulierende Interpretation ermöglicht hier aber nur eine Zusammenfassung der Inhalte und dient hier unter anderem der Identifikation inhaltlicher Cluster. Als Feedback soll es die Teilnehmenden zu einer Auseinandersetzung mit den Inhalten und zur Abgabe einer Einschätzung motivieren. Das bedeutet, dass bereits in dieser Phase die Teilnehmenden im Analyseverlauf eine weitere Mitgestaltungsmöglichkeit haben und so im Meinungsbildungsprozess weiter eingebunden bleiben können, da sie auch die anderen Inhalte der anonymisierten Teilnehmenden begutachten können. Das zurückgespielte Feedback wurde für die Formulierende Interpretation eingebunden.

In den nachfolgenden inhaltlichen Dimensionen zeigt sich die Spannweite von der Produktion von Inhalten, ihrer Distribution, ihrer Kontrollmöglichkeit, bis hin zu Verknüpfungen mit datenjournalistischen Tätigkeiten.

### 7.1.1. Template-basierte Lösungen

*Algorithmischer Journalismus als Innovation?* Textgenerierende Algorithmen werden als Innovation<sup>13</sup> verkauft und gehyped<sup>14</sup>. Sie sind aber eher als Informationsdienst zu verstehen<sup>15</sup>.

*Einsatzbereiche in der Content-Produktion:* Algorithmen zur automatisierten Textgenerierung werden eingesetzt um faktenbasierte Inhalte und redundante Abläufe mittels Templates ressourcensparend, ergänzend<sup>16</sup> und in quantitativ hoher Menge und kurzer Zeit<sup>17</sup>, in den Bereichen Sport, Finanzbereich, E-Commerce, Umwelt und Wetter sowie Katastrophenwarndienste<sup>18</sup> und für regionale Berichterstattung, automatisiert zur erstellen<sup>19</sup>.

*Einsatzbereiche in der Content-Distribution:* Algorithmen können zur Distribution von Content<sup>20</sup> eingesetzt werden, was nun stärker fokussiert wird<sup>21</sup> und mit der automatisierten Content-Generierung, wie Erstellung von Podcasts, Tweets oder Texten verbunden werden<sup>22</sup>. Feedback: In der Auseinandersetzung mit der Thematik identifizierte ein Teilnehmende (C2) einen Diskurs-Shift, indem die Entwicklung nun stärker in integrierte Automatisierungsstrategien geht, die Chancen für interne Workflows und Content-Distribution im Sinne von Algorithmen als dienstleistenden Elemente<sup>23</sup> bieten.

---

<sup>13</sup> J6: 10-37

<sup>14</sup> J6: 10-37

<sup>15</sup> J3: 291-339

<sup>16</sup> (E1: 528-564; C1: 167-177; 288-305; C2: 181-223; 224-254; J6: 263-334)

<sup>17</sup> (E1: 166-203)

<sup>18</sup> J4: 51-59; J5: C1: 167-177, 195-232, C2: 41-56; C3: 13-30; C4: 224-256, E4: 282-300

<sup>19</sup> (E1: 528-564; C1: 167-177; 288-305; C2: 181-223; 224-254; J6: 263-334)

<sup>20</sup> (E1: 528-564; E4: 330-350; C2: 224-254)

<sup>21</sup> (C2-R: 5-12)

<sup>22</sup> (E1: 528-564; E4: 330-350; C2: 224-254)

<sup>23</sup> (C2-R: 5-12)



*Technologische Möglichkeiten:* Algorithmen ermöglichen eine hohe Anzahl an Content in kurzer Zeit, die automatische Nachbetextung bereits erstellter Inhalte, das Anreichern der Texte mit Daten, automatisierte Übersetzung<sup>24</sup>, Summarizing<sup>25</sup>, Paraphrasing, Synonyme und die Ausgabe SEO-orientierter Texte<sup>26</sup> sowie in Zukunft die individualisierte Ausgabe von Texten auf Basis von Statistiken<sup>27</sup>. Das geschieht template-basiert/regelgeleitet<sup>28</sup> und lässt eine Anpassung der Tonalität an die Zielgruppe zu.<sup>29,30</sup> Regionale beziehungsweise eine lokale Verknüpfung mit der Zielgruppe ist, zum Beispiel über das Wetter möglich<sup>31</sup>.

*Daten: Notwendigkeit von Datenstrategien:* Eine Datenstrategie ist aus Gründen des Umgangs mit Datensicherheit<sup>32,33</sup> und ihrer Quellen<sup>34</sup>, der Nutzung der Wertschöpfungsmöglichkeit durch Datenerhebung oder Datenerwerb, der Nutzung des Potentials von Daten öffentlicher Stellen<sup>35</sup> und des Umgang mit Problemstellungen durch eine mögliche Imperfektion von Daten nötig<sup>36,37</sup>.

*Technologische Grenzen: Emotion und Kontext:* Tätigkeiten, in welchen das Verstehen und Herstellen von Zusammenhängen<sup>38</sup>, Begreifen des Kontexts<sup>39</sup> und das Verstehen von sprachlicher Metaebenen<sup>40</sup> sowie die intuitive Interpretierung und Anwendung von Wissen<sup>41</sup> verlangt, können nicht durch Algorithmen automatisiert werden.

*Technologische Grenzen: Abflachung der Entwicklungskurve und (6) Strukturelle Einschränkungen: Fehlende Entwicklungskapazität in Medienunternehmen*  
Die Entwicklungsgrenzen von automatisierter Textgenerierung liegen einerseits in einer Abflachung der Entwicklungskurve<sup>42</sup> und in geringerer Fokussierung auf semantische Verfahren<sup>43</sup> sowie in der fehlenden Entwicklungskapazität zur Implementierung in Unternehmen, durch Wissensasymmetrien zwischen den Bereichen und fehlendes Daten-Know-How<sup>44</sup>.

*Prototypen als kollaborative Produkte:* Für die Entwicklung von textgenerierender Software werden journalistische Leistung, Programmierung und Datenkenntnisse benötigt<sup>45</sup>. Die Anwendung ist auf ein spezifisches Use-Cases begrenzt<sup>46</sup>.

---

<sup>24</sup> (E1: 326-358)

<sup>25</sup> (E3: 63-90)

<sup>26</sup> (E1: 203-237)

<sup>27</sup> (J6: 263-334)

<sup>28</sup> (J6: 150-175; E4: 123-173; 282-300; 282-300)

<sup>29</sup> (C1: 12-40; 539-569; C2: 224-254)

<sup>30</sup> (E1: 203-237; 341-414; 481-536; E3: 137-225)

<sup>31</sup> (E1: 360-389)

<sup>32</sup> (C2: 132-175)

<sup>33</sup> (C1: 575-601)

<sup>34</sup> (J2: 325-355; J3: 234-255; J5: 450-481; C1: 455-481; C2: 436-478; C3: 302-315; C5: 285-307)

<sup>35</sup> (C2: 683-704; 115-139)

<sup>36</sup> (J6: 64-106)

<sup>37</sup> (J2: 115-139)

<sup>38</sup> (J1: 376-393, 445-477, C5: 21-41, 142-161, 173-193)

<sup>39</sup> (J1: 527-554; J2: 151-166; J6: 224-236; C6: 14-20, 22-33; J6: 64-106, E1: 670-694; E2: 364-403; E3: 745-788; E4: 846-874)

<sup>40</sup> (E2: 108-121)

<sup>41</sup> (J2: 151-166, 174-200; C2: 181-223)

<sup>42</sup> (E3: 412-469)

<sup>43</sup> (E4: 846-874)

<sup>44</sup> (C1: 575-601)

<sup>45</sup> (E1: 447-480; C1: 25-41)

<sup>46</sup> (C2: 25-41, J6: 263-334; C3: 32-66)

*Zukunft:* LeserInnenfinanzierter „menschlich generierter Journalismus“<sup>47</sup> (in ausgewählten Bereichen) und hybride Artikel<sup>48</sup>, in Kombination mit kostengünstigem/kostenlosem automatisierten Content sowie die individuelle automatische Ausgabe von Content auf Basis von Statistiken<sup>49</sup>, stellen teilweise<sup>50</sup> eine mögliche Zukunftsszenario dar<sup>51</sup>.

### 7.1.2. Algorithmen als Tool

*Implementierung:* Mit der Implementierung von automatisierter Textgenerierung ist ein hoher Initialaufwand verbunden, da geschultes Personal<sup>52</sup>, strukturierte Daten<sup>53,54</sup>, eine konkrete Definition des Inputs<sup>55</sup> und Outputs<sup>56</sup>, dafür notwendige Anpassungen und eine Definition der Qualitätssicherung<sup>57</sup> vorhanden sein müssen.

*Nutzen:* Automatisierte Textgenerierung könnte JournalistInnen helfen Zeit zu sparen und durch die gewonnenen Zeit qualitativ hochwertigeren Arbeiten nachzugehen<sup>58, 59</sup>

*Angst vor Jobverlust der JournalistInnen:* Algorithmischer Journalismus als Tool stellt eine adäquate Möglichkeit dar, um nicht ersetzt zu werden<sup>60</sup>. Dazu bilden sich zwei Positionen heraus. Es soll durch den Einsatz von Artificial Intelligence zu Personaleinsparungen kommen<sup>61</sup>, die letztendlich die Befürchtung, dass dies in einer teilweisen Abschaffung von JournalistInnen<sup>62</sup> mündet, stärkt. Die automatisierte Textgenerierung könnte ein Versuch sein, das aktuelle „System des Journalismus zu erhalten“<sup>63</sup>. Der Initialaufwand der Implementierung und Nutzung ist aber sehr hoch und Personaleinsparungen sind wenig bis kaum möglich. Automatisiert erstellte Texte kommen zum bestehenden Angebot hinzu und stellen somit Content dar, der vorher nicht verfügbar gewesen ist / möglich gewesen wäre<sup>64</sup>.

*Mögliche Folgen:* Die Implementierung von Algorithmen hat Änderung der Organisationsstrukturen und Abläufe<sup>65</sup> zu Folge und wird entweder zu einem kompetitiveren Umfeld<sup>66</sup> oder sogar zu Aufwertung menschlicher nicht ersetzbarer journalistischer Leistung führen<sup>67</sup>.

*Tätigkeitsfelder / Arbeit in Zukunft und der Menschen als Kontrollinstanz und GatekeeperInnen:* Das künftige Arbeitsfeld von JournalistInnen könnte analytischer werden.

---

<sup>47</sup> (C1: 288-305)

<sup>48</sup> (J6: 461-486, E3: 606-689; E4: 566-629)

<sup>49</sup> (J6: 263-334)

<sup>50</sup> (C6: 79-93)

<sup>51</sup> (J5-R.: 45-52)

<sup>52</sup> (C2: 309-336; J4: 329-336)

<sup>53</sup> (E1: 482-496).

<sup>54</sup> (C2: 132-175, 683-704; E1: 20-27, 391-412, 528-564, E4: 56-78, 330-350)

<sup>55</sup> (E1: 482-496).

<sup>56</sup> (C1: 603-629; C2: 418-436)

<sup>57</sup> (C1: 607-635)

<sup>58</sup> (E1: 50-95, 391-412; E2: 285-303, J5: 609-640; C5: 209-223; C6: 14-20)

<sup>59</sup> (Hintergrund, Recherche investigativ, Interviews führen, etc.) (E1: 50-95, 391-412; E2: 285-303, J5: 609-640; C5: 209-223; C6: 14-20)

<sup>60</sup> (E2: 305-332)

<sup>61</sup> (C3: 13-30, 204-234, C6: 14-20, J3: 416-459)

<sup>62</sup> (J4: J4: 246-262)

<sup>63</sup> (J4: 264-286)

<sup>64</sup> (C2: 309-336)

<sup>65</sup> (J6: 336-394)

<sup>66</sup> (J5: 41-85)

<sup>67</sup> (J4: 34-49; C3: 13-30, 317-354)

Brückenkompetenzen beziehungsweise Schnittstellenpositionen, wie etwa Programmierung und Geschäftsfeldentwicklung, Verlag und Newsroom<sup>68,69</sup> sowie Gatekeeper-Tätigkeiten und Umsetzung<sup>70,71</sup> von automatisch generiertem Content könnte in Zukunft eine Rolle spielen. Automatisch generierter Content könnte sich als zusätzliches journalistisches Angebot etablieren.

*Fähigkeiten im Umgang mit AI:* Zum einen ist Datenbewusstsein innerhalb einer Sensibilisierung für Algorithmischen Journalismus sowie ein Grundverständnis für Daten, ihrer Herkunft und Produktionsbedingungen<sup>72</sup> notwendig. In Weiterbildungsmaßnahmen sind Datenthemen stark nachgefragt<sup>73</sup>. Zum anderen ist eine Sensibilisierung notwendig, dass Texte automatisiert erstellt sein könnten<sup>74</sup>. Abgesehen von persönlichem Interesse an der Materie und der Eignung<sup>75</sup> spiele die Fähigkeit zur interdisziplinären Kommunikation eine Rolle<sup>76</sup>. Zu wenig JournalistInnen sehen sich auf aber auf der technischen Seite<sup>77</sup>. Zur Arbeit mit Algorithmen ist interdisziplinäre Kommunikation<sup>78</sup> wichtig um die Anforderungen an In- und Output und zu klären<sup>79</sup> sowie ein Grundverständnis von Computerlinguistik<sup>80</sup> und Kenntnisse von Modellierung, Software und Sprache, zu besitzen<sup>81</sup>. *Feedback:* Die Software soll nutzerInnenfreundlich gestaltet sein und die Wichtigkeit von Bewusstsein wird für den Nutzen betont<sup>82</sup>.

*Ethische Begrenzungen:* Die Objektivität der Maschine und somit ein Legitimationsdruck der journalistischen Arbeit<sup>83</sup> ist gegebenenfalls zu hinterfragen, da menschliche Deutungsmuster<sup>84</sup> in Technologie eingeschrieben werden. Deshalb ist die Transparenz bezüglich der Textgenerierung und Begrenzung auf ein Use-Case wichtig<sup>85</sup>.

*Zukunft journalistischer Tätigkeit:* Zwei Positionen zeigen sich:

1. *Zusammenwachsen der Disziplinen und stärkere und aktive Interdisziplinarität*<sup>86, 87</sup> um besseren Output zu erzeugen<sup>88</sup> unter Einbindung anderen Unternehmen um Richtlinien den Einsatz von Algorithmischen Journalismus zu erarbeiten<sup>89</sup>.
2. *Stärke Trennung der Aufgabengebiete:* Qualitätsjournalismus oder Fokus auf Datenaufbereitung, das Erstellen von Datenmodellen und automatisierte Textgenerierung<sup>90</sup>.

---

<sup>68</sup> (C1: 603-629, E4: 367-424)

<sup>69</sup> (C1: 603-629)

<sup>70</sup> (E3: 299-352)

<sup>71</sup> (C6: 163-171, C5: 163-171, 331-360 J6: 150-175)

<sup>72</sup> (C1: 418-426, 418-426; J3: 776-809)

<sup>73</sup> (C2: 354-385)

<sup>74</sup> (J3: 776-809)

<sup>75</sup> (J2: 432-461)

<sup>76</sup> (J2: 602-635; E4: 367-424)

<sup>77</sup> (J2: 432-461)

<sup>78</sup> (J2: 602-635; E4: 367-424)

<sup>79</sup> (E4: 367-424)

<sup>80</sup> (E4: 175-207, 680-707)

<sup>81</sup> (E4: 175-207/367-424)

<sup>82</sup> (J5-R.: 55-66)

<sup>83</sup> (J1: 412-443)

<sup>84</sup> (E2: 334-362, J1: 507-516, J6: 39-62)

<sup>85</sup> (J5-R.: 55-66)

<sup>86</sup> (J5: 569-578, E2: 334-362; E3: 299-352, 366-410)

<sup>87</sup> (J2: 258-277)

<sup>88</sup> (J2: 580-600; E3: 366-410)

<sup>89</sup> (J5: 609-640)

<sup>90</sup> (E1: 498-515)

### 7.1.3. (Deep) Neural Networks

*Neural Networks (N.N.)* basieren unter anderem auf statistischen Wahrscheinlichkeiten und Pattern-Matching<sup>91</sup> und sind für die automatisierte Textgenerierung derzeit (noch) nicht regulär im Einsatz, beziehungsweise „*scheiterten teilweise Versuche neuronale Netzwerke zu sinnvollen Output zu bewegen*“<sup>92</sup>. Derzeit wird an der Entwicklung von Artificial Intelligence in Newsrooms gearbeitet<sup>93</sup>. Neuronale Netzwerke könnten in Zukunft durch ihre selbstständige Informationsaneignung neue Perspektiven zu Themenstellungen liefern<sup>94</sup> und eine Verbesserung der Inhalte und Sprache<sup>95,96</sup> durch Feedback-Cycles und Training<sup>97</sup>, die Messparameter anderer Tools miteinbeziehen, ermöglichen<sup>98,99</sup>.

*Technologische Grenzen:* Neuronale Netzwerke verfügen über kein Text- und Kontextverständnis<sup>100,101</sup>. *Feedback:* Die Produktion hochqualitativer Texte ist in Zukunft mit *Self-Supervised Deep Learning* und der Nutzung von vortrainierten Modelle zwar möglich, aber das semantische Verständnis und Ziehen von Schlüssen nicht. Qualitätskontrollen werden noch wichtiger werden<sup>102</sup>.

*Risiken und (8) Probleme der Nachvollziehbarkeit:* Falschmeldungen und Einflussnahme mithilfe eigenständiger Informationssuche durch Bots, Social Media, oder Feedback einfluss, die die Inhalte die AI lenken könnten<sup>103,104</sup> in Kombination mit der fehlenden Nachvollziehbarkeit der Entscheidungen von Neuronalen Netzwerken<sup>105,106</sup>, würden zu nicht vertrauenswürdigem Content führen<sup>107</sup>.

*Ethische Grenzziehungen:* Vollautomatisierte Abläufe mit geringer menschlicher Eingriffs- und Einflussmöglichkeit und das Abgeben von Entscheidungsmacht an eine *Maschine* oder Artificial Intelligence<sup>108</sup> sind ein Risiko, auch für die Demokratie<sup>109</sup>. Die Vereinbarkeit mit journalistischen Werten wird thematisiert. Neuronale Netzwerke verfügen über kein Bewusstsein und Intelligenz<sup>110</sup>. *Feedback:* Es sollte eine Hinwendung zum Wert des Journalismus<sup>111</sup> stattfinden und ein Bewusstsein dafür geschaffen werden, dass die Objektivität der Daten ein Missverständnis ist<sup>112</sup>.

*Menschliche Intelligenz und Bewusstsein:* Ansätze der Quanteninformatik kommen

---

<sup>91</sup> (E4: 846-874)

<sup>92</sup> (C2: 110-130)

<sup>93</sup> (C2: 132-175, J6: 150-175)

<sup>94</sup> (J2: 258-277, J5: 809-822)

<sup>95</sup> (E4: 631-678)

<sup>96</sup> (J3: 46-71)

<sup>97</sup> (E1: 566-636; E3: 246-263, 299-352)

<sup>98</sup> (E1: 566-636; E3: 246-263, 299-352)

<sup>99</sup> (J3: 46-71)

<sup>100</sup> (J3: 136-227, 341-414; J6: 64-106, E3: 745-788,

E4: 631-678, 846-874)

<sup>101</sup> (E4: 846-874)

<sup>102</sup> (E4-R.: 3-9, 11-24)

<sup>103</sup> (J5: 157-176, 692-699, E1: 638-668; E3: 524-565; E4: 425-466)

<sup>104</sup> (J2: 225-237; J4: 61-74)

<sup>105</sup> (E3: 471-491; E4: 207-235)

<sup>106</sup> (E4: 207-235; E3: 524-565)

<sup>107</sup> (J3: 112-129, E3: 524-565)

<sup>108</sup> (E3: 493-522, J1: 176-185, 199-239, 303-344)

<sup>109</sup> (J5: 701-725)

<sup>110</sup> (J1: 376-393, E2: 142-167)

<sup>111</sup> (J5-R.: 7-20)

<sup>112</sup> (J5-R.: 22-43)

dem menschlichen Sprachverhalten näher<sup>113</sup>, aber Neuronale Netzwerke verfügen über kein Bewusstsein und menschliche Intelligenz<sup>114</sup>.

*Anthropomorphismen*: Die Betrachtung der Software als Roboter und die Vermenschlichung dieser, führt zu einer Konkurrenzbeziehung zwischen Mensch und Maschine<sup>115</sup>.

Die Breite der Inhalte konnte bereits im Rahmen der formulierenden Interpretation gezeigt werden und stellte für die TeilnehmerInnen, die sich im Zuge des Feedbacks diesbezüglich rückmeldeten, ein bereits befriedigendes und vollständiges Vorergebnis dar. Durch die formulierende Interpretation konnte die Güte der einzelnen Interviews für die vorliegende Arbeit eruiert werden und mit ihr die Auswahl, die für den nächsten Analyseschritt herangezogen wurde.

## 7.2. Reflektierende Interpretation

Nach der formulierenden Interpretation, auf Basis derer das vorangegangene Feedback entwickelt wurde, schließt die reflektierende Interpretation, als nächster Analyseschritt, an. Im Fokus steht das Herausarbeiten des dokumentarischen Sinngehalts. *Was zeigt sich über den Fall und welcher Sinngehalt motiviert zu bestimmten Äußerungen?* (Przyborski 2004:55). In der reflektierenden Interpretation soll die Rekonstruktion der Orientierungsrahmen von jenen Teilen, die in der formulierenden Interpretation als relevant und als wichtige Themen identifiziert wurden, vorgenommen werden (Nohl 2013:75). Orientierungen sind Sinnmuster, die einzelne Handlungen strukturieren. Sie reproduzieren sich neben Handlungen auch in Sprachhandlungen (Przyborski 2004:55). Für die reflektierende Interpretation wurden die Gruppen J<sup>116</sup> und C<sup>117</sup> ausgewählt, da ihre Perspektive für die vorliegenden Interesse am relevantesten ist.

Das Herausarbeiten des Sinngehalts und der dafür notwendigen Orientierungsmuster wird durch die Orientierung, die zwischen den Horizonten aufgespannt ist, erleichtert (Bohnsack 2014:141). Für die vorliegende Analyse wurde das Interviewmaterial zur Sichtbarmachung der Orientierungsrahmen und konjunkativen Erfahrungsräume innerhalb einer Gruppe, auf Horizonte, Anti- und Synthesen, Propositionen, Differenzierungen, Elaborationen und Konklusionen untersucht (Przyborski 2004).

Die Herausarbeitung von Typen fordert die Abstraktion von rekonstruierten Orientierungsrahmen im Kontrast zu anderen Fällen und ihren Grundhaltungen in Form einer komparativen Analyse (Nohl 2013:85). Die Standortgebundenheit der Interpretation wird durch diese

---

<sup>113</sup> (E4: 874-930)

<sup>114</sup> (J1: 376-393, E2: 142-167)

<sup>115</sup> (J5: 367-391, 443-449)

<sup>116</sup> JournalistInnen

<sup>117</sup> EntscheidungsträgerInnen: ChefredakteurInnen, Geschäftsführung von Medienunternehmen, Produktmanagement

abgemildert, da die komparative Analyse das Fremdverstehen erleichtert. Die Orientierungsrahmen müssen mit anderen Interviews in Kontrast gesetzt werden, sonst ist der Text nur vor dem Hintergrund des eigenen Erfahrungsraumes sichtbar (Nohl 2013:6f).

„Jedes lebensweltliche Auslegen ist ein Auslegen innerhalb eines Rahmens von bereits Ausgelegtem, innerhalb einer grundsätzlich und dem Typus nach vertrauter Wirklichkeit. (Schütz; Luckmann 2017:33f)

In der immanenten Interpretation befinden sich die InterpretInnen an systematischen Standorten. Sie ordnen die Ansatzpunkte neu um weitere Perspektiven zu schaffen, ziehen Konsequenzen und versuchen Gedanken des Analysematerials zu Ende zu führen. Das Orientierungssystem muss aus einem Sinngehalt reflektiert werden. Das Verstehen der AutorInnen der Inhalte kann so aus Perspektive eines anderen Systems verstanden und inhaltlich transzendiert werden (Mannheim 1980:85).

Für die vorliegende Untersuchung ist die sinngenetische Typenbildung relevant. Zusätzlich soll an dieser Stelle die praxeologische Typenbildung zur Vollständigkeit angeführt werden. Durch die wechselnden Analyseinstellungen werden, von der formulierenden zur reflektierenden Interpretation, die Wahrheiten von *Common Sense* in Frage gestellt und Strukturen zur Herstellung von Handlungsprozessen einer Analyse zugänglich gemacht wie beispielsweise zum handlungsleitenden Wissen. Implizite semantische Gehalte sind an Wissensbestände gebunden, die in die Handlungspraxis eingelassen sind und als vorreflexives Wissen verstanden werden (Bohnsack 2007:229). In der sinngenetischen Typenbildung steht der Ursprung von Motiven, die in dem jeweiligen System enthalten sind, im Fokus. Dies gelingt durch eine typologische Nebeneinanderstellung. Die Erfassung möglicher Motive und die Herausarbeitung allgemeiner Typologie wird so erst möglich (Mannheim 1980:86).

Die komparative Analyse von ausgewählten Sequenzen ermöglicht das habituelle Handeln zu Verstehen und das Strukturieren von *atheoretischem Wissen* und dessen Orientierungsmuster (Nohl 2013:5). Thematisch vergleichbare Passagen werden aus anderen Analysematerialien im Rahmen eines Fallvergleiches auf analoge oder homogene Muster hin untersucht. Dies kann sich auch innerhalb einer anderen Formulierung zeigen. Die identifizierten Orientierungsfiguren oder Muster werden zu einer Klasse von Orientierungen abstrahiert. Dazu kommt das *strukturierende Dritte*. Damit ist das Thema gemeint, dass durch seine Behandlung und Selektivität im spezifischen Orientierungsrahmen erst explizit sichtbar wird (Bohnsack 2007:235). Die erforschte Person kann routinemäßige Handlungspraxis nicht explizieren. Um dies sichtbar zu machen, wird die Rekonstruktion und Explikation des *atheoretischen Wissens* gebraucht (Nohl 2013:6).

### 7.3. Ablauf und Ergebnisse der reflektierenden Interpretation

Im ersten Schritt wurde das Abstraktionspotential des Orientierungsrahmens ausgearbeitet. Die komparative Analyse fokussiert sich auf die Kontraste zwischen den Fällen. Als Basis dienen hierfür die fallübergreifend abstrahierten Orientierungsrahmen. Hier geht es konkret um die Sphärendifferenz, die sich auf das innerer und äußere des Orientierungsrahmens bezieht (Bohnsack 2007:234). Der Typus wird spezifiziert, validiert und soll in seinen Ausprägungen sichtbar gemacht werden. Die gesamte Typologie nimmt an der Basistypologie ihren Ausgangspunkt (Bohnsack 2007:236f). Die Voraussetzung für die Generalisierungsfähigkeit eines Typus und seine Erklärung, seiner Rekonstruktion der Soziogenese, ist die Mehrdimensionalität der Typenbildung. Damit ist sowohl die Abgrenzung einer Typik von anderen gemeint, als auch die Thematisierung ihrer Verortung in der jeweiligen Typologie vor ihrem sozialen Hintergrund (Bohnsack 2007:253).

Die anhand ihrer metaphorischen Dichte (Bohnsack 2014) und ihren Bezug zur Forschungsthematik ausgewählten Textabschnitte, die in der formulierenden Interpretation bearbeitet wurden, konnten im nachfolgenden Schritt für die reflektierende Interpretation herangezogen werden. *Positive Horizonte, negative Horizonte*, sogenannte *Gegenhorizonte, Propositionen, Elaborationen, Differenzierungen und Konklusionen* wurden eruiert, um die dahinterliegenden Orientierungsmuster und -Rahmen herauszuarbeiten. Zusätzlich ergaben sich nicht näher definierte Beschreibungen, die aufgrund ihres sachlichen Charakters als inhaltliche Stütze in der Auswertung mitbearbeitet wurden und so zusätzlichen Aufschluss über die Einschätzungen der Teilnehmenden, bezüglich des Algorithmischen Journalismus, geben konnten. Als weitere Besonderheit ergab sich im Untersuchungsmaterial die Feststellungsproblematik von Propositionen. Die Propositionen wurden dann als solche identifiziert, wenn sie nicht direkt durch die Fragestellungen vorgegeben wurden.

Die identifizierten Elemente des Untersuchungsmaterials wurden dementsprechend mit den Kodierungen der relevanten Textabschnitte – etwa der Kurzfassung und Paraphrasierung der Formulierenden Interpretation - verknüpft, beziehungsweise ihnen dementsprechend zugeordnet. Parallel dazu wurde die reflektierende Interpretation verschriftlicht. In dieser werden die einzelnen Elemente geklärt und deren Bezüge innerhalb anderer Textteile reflektiert. Für den komparativen Vergleich wurden die inhaltlich ergiebigsten Interviews ausgewählt, die möglichst viele Dimensionen der Forschungsthematik aufwarfen. Der Fokus lag an in diesem Stadium der Analyse nun auf die Vertiefung einzelner Aspekte, die in ihrer Vielschichtigkeit bearbeitet werden sollten.

Wichtig ist hier anzumerken, dass die inhaltliche Auswertung der Gruppe E, EntwicklerInnen und WissensvermittlerInnen, mit der formulierenden Interpretation hinreichend ausge-

schöpft werden konnte. Für die reflektierende Interpretation wurden die Inhalte der JournalistInnen J und EntscheidungsträgerInnen in Medienunternehmen C vertieft herangezogen, da sie für die vorliegende Untersuchung von höherer Relevanz sind.

Die Interviews wurden einer vertieften reflektierenden Feinanalyse unterzogen und miteinander auf Unterschiede verglichen. In den detaillierten einzelnen Fallbeschreibungen, die aufgrund des Forschungsinteresses ausführlicher bearbeitet wurden (C1, C2, J5, J6), konnten Orientierungsrahmen herausgearbeitet werden, die den komparativen Vergleich erleichtern sollen. Davon aufbauend wurden in den restlichen Interviews vergleichbare Orientierungsrahmen gesucht und zur weiteren komparativen Analyse herangezogen, um herausgearbeitete Typen zu untermauern oder weiterzuentwickeln. Parallel dazu wurden laufende vorläufige Feinthesen entwickelt, die die Forschungsfragen, gemeinsam mit den Inhalten der formulierenden Interpretation, vorläufig beantworten. Die Ergebnisse werden in zusammengefasster und zusammenhängender Form dargestellt und in den Kontext der theoretischen Rahmung gestellt. SCOT als theoretischer Ausgangspunkt, wird, je nach theoretischer Problemstellung, mit bereits erwähnten Ansätzen reflektiert. Die Beantwortung der Forschungsfragen und die Entwicklung eines Zukunftsszenarios, wird durch die Betrachtung der sozialen Konstruktion des Algorithmischen Journalismus, und der Stabilisierung und Schließung erleichtert. Im aktuellen Status der Analyse wird die interpretative Flexibilität des Algorithmischen Journalismus sichtbar und bereits ein Ausblick der Schließung und Stabilisierung, da einige Interpretation, wie später erklärt wird, bereits dominant sind (Bijker 2009:91).

### **7.3.1. Gruppe J: JournalistInnen**

Die entwickelten Feinthesen ermöglichen die Darstellungen einzelner Begriffsdimensionen und ihrer Inhalte, wie sich beispielsweise anhand der Begriffsdimension *Journalistisches Selbstverständnis*<sup>1</sup> zeigen lässt. Diese Begriffsdimension war herauszuarbeiten, um den Stellenwert und die Wertigkeit der journalistischen Tätigkeit aus Perspektive von JournalistInnen nachvollziehbar zu machen. Die sich mit dem Begriff des *Journalistischen Selbstverständnisses* verknüpfenden Dimensionen, erlauben in spezifischen Fällen eine Thesenbildung, die die Haltung von JournalistInnen in der Entwicklung von Zukunftsperspektiven der Arbeit mit oder neben Algorithmischem Journalismus, im Kontext des Sinnes journalistischer Arbeit für die Gesellschaft, integriert. Hier ist anzumerken, dass die Untersuchung nicht die Perspektive des *gesellschaftlichen Sinns von Journalismus* beleuchtet, sondern die Dimension des journalistischen Selbstverständnisses im Kontext von Algorithmischem Journalismus und Automatisierungsprozessen der Teilnehmenden, die mit ihrer sozialen Wirklichkeit verbunden sind.



## *Gemeinsame Perspektiven auf Grenzen des Einsatzes von Algorithmen in der Textgenerierung*

Die Grenzen des Einsatzes finden sich dort, wo menschliches Denk- und Urteilsvermögen notwendig ist und deshalb Bereiche betroffen sind, in welchen die journalistische Funktion für die Gesellschaft, im Sinne des journalistischen Selbstverständnisses<sup>118</sup>, wahrgenommen werden muss und nicht ausgelagert werden darf. Die journalistische Aufgabe, Daten in einen Kontext setzen zu und zu interpretieren,<sup>119</sup> muss in menschlicher Hand bleiben, vor allem weil es die Maschine nicht kann, beziehungsweise die Kontextualisierungsfähigkeit dieser fehlt<sup>120</sup>. Algorithmen sollen für jene Tätigkeiten genutzt werden, in denen sie JournalistInnen entlasten und nicht im Widerspruch zu ihren Aufgaben, im Sinne ihres *journalistischen Selbstverständnisses*<sup>1</sup> stehen<sup>121</sup>. Dies zeigt einen wichtigen Hinweis zur Adoptionsbereitschaft. Der sichtbar werdende *Frame Nutzbarkeit durch notwendige Kontrolle* kann folgendermaßen interpretiert werden. Er entwickelt sich durch die Interaktionen unter den MitgliederInnen einer sozialen relevanten Gruppe und strukturiert so ihr Denken und Handeln gegenüber der Technologie (Bijker, 2009:90), das sich daran zeigt, die Kontrollmöglichkeit als wesentlichen Aspekt zu erhalten. Die Abgabe von Kontrolle bedeutet auch eine Abgabe von Entscheidungen, die dem journalistischen Auftrag diametral gegenübersteht. Dies zeigt sich im Selbstverständnis und wahrgenommenen Auftrag gegenüber der Gesellschaft wie folgende Inhalte veranschaulichen:

- *Abgabe von Entscheidungen als demokratiepolitisches Problem*<sup>122</sup>
- *Journalismus als 4. Gewalt- Kontrollfunktion gegenüber der Politik*<sup>123</sup>

## *Gemeinsame Perspektiven auf die menschliche Kontrollfunktion durch Wissen*

Das Grundwissen um die Funktionsweise der Software, insbesondere bei neuronalen Netzwerken, und das Datenwissen – etwa wie Herkunft oder Verarbeitung - ermöglicht JournalistInnen die Überprüfung der Inhalte und die kooperative Verwendung der Algorithmen als Tool. So kann die Richtigkeit der Inhalte eher gewährleistet und das Risiko vom Entstehen von Falschnachrichten eher vermieden werden<sup>124</sup>.

---

<sup>118</sup> Das Journalistische Selbstverständnis ergibt sich aus diesen Punkten: „Sinn von Journalismus für die Gesellschaft: Kontrollfunktion (z.B. gegenüber der Politik) im Sinne es Journalismus als 4. Gewalt (J2: 294-302, 758-782), Ermöglichung und Förderung von Meinungsppluralismus (J1: 346-350), Deutung, Kontextualisierung und Interpretation von Inhalten (J2: 151-154), Erfassen und Klärung von Zusammenhängen (J5-R.: 22-43), Kritische Auseinandersetzung mit Sachverhalten (J3: 741-766), Komplexe Form der Intelligenz (J6: 112-148), Nicht- Zulassen von Falschmeldungen (auch

durch Daten) die zu nicht-abschätzbaren Konsequenzen führen durch Kontrolle (J5: 114-119, J6: 64-106), Kontrolle der Maschine bei sensiblen Themen (J4: 163-181)

<sup>119</sup> (J2:151-154)

<sup>120</sup> (J3:153f)

<sup>121</sup> (J5:41-57) J2: 294-302, 758-782; J1: 346-350; J2: 151-154; J5-R.: 22-43; J3: 741-766; J6: 112-148; J5: 114-119, J6:64-106)

<sup>122</sup> (J1: 347-350)

<sup>123</sup> (J2: 294-302)

<sup>124</sup> (J5:167-190, 149-152, 190-196, 153-167; J2: 489-531; J3: 776-809)

Drei unterschiedliche Typen konstituieren sich innerhalb der Gruppe der teilnehmenden JournalistInnen: Umsichtige, Dystopische, und jene mit einer kritischen Expertise.

Zum einen wird hier die Flexibilität des Algorithmischen Journalismus sichtbar, dass sich hinsichtlich der Perspektiven und Erwartungen, unterschiedliche Typen eruieren lassen. Zwar geht der Ansatz der geteilten Handlungsträgerschaft über die theoretische Basis hinaus, soll aber hier additiv zum Domesticationsansatz (Silverstone 1994) diesen Sacherhalt näher reflektieren. Die Computer-Mensch-Beziehung ist von Erwartung-Erwartungs-Beziehung geprägt (Lindemann 2002:86), wie es bereits als Alter-Ego- Beziehung beschrieben wurde. Weiters geht eine gegenseitige Einschreibung von Handlungssträngen zu Mensch-Maschine und umgekehrt vonstatten. Das zeigt sich darin, dass eine Kontrollfunktion auf die *Eigenständigkeit* der Technik verweist, da dieser eine Bewegung attestiert wird, die es zu steuern gilt. Auch eine Auseinandersetzung mit dem Domesticationsansatz (Silverstone 1994) ist hier durchaus angebracht. Die zu domestizierende Technologie wird hierfür mit Kontrolle und Wissen in die richtigen Bahnen gelenkt, damit sie keinen Schaden anrichtet.

#### *Umsichtige Perspektive*<sup>125</sup>

Zu dieser Perspektive gehören unter anderem DatenjournalistInnen, die softwaregestütztes Arbeiten sowie das Analysieren und Erheben in ihre Arbeitspraxis integriert haben und JournalistInnen, die sich intensiv mit der Thematik *Künstliche Intelligenz* beschäftigen. Sie wägen zwischen Möglichkeiten und Risiken ab. Algorithmen sollen sie, wenn überhaupt, unterstützen<sup>126</sup>. Einzelne Aspekte, wie jener der Objektivität werden zwar durch Algorithmen unterstützt,<sup>127</sup> aber gleichzeitig werden durch Einschreibung menschlicher Entscheidungs- und Interpretationsmuster Inhalte subjektiviert. Diese Muster müssen transparent gehalten werden<sup>128</sup>. Die scheinbare Objektivität führt zu Legitimationsdruck bezüglich der Entlohnung journalistischer Arbeit<sup>129</sup>. Ein mögliches Risiko, der Stellenabbau durch den Einsatz von Algorithmen zur automatischen Textgenerierung, könnte den Legitimierungsdruck von JournalistInnen noch zusätzlich erhöhen<sup>130</sup>. Der Einsatz der Algorithmen bedeutet aber auch die Chance für sie, dass die Wertigkeit von menschlichen Journalismus, wie die Auswahl oder die Betrachtung von Sachverhalten, wieder an Bedeutung gewinnt, während automatisch generierte Texte als kostenloser Informationsdienst fungieren können<sup>131</sup> und auf

---

<sup>125</sup> (Anstellungsverhältnis unbefristet, Auseinandersetzung: DatenjournalistInnen, Forschende, 25-35 Jahre, w)

<sup>126</sup> (J2: 247-251)

<sup>127</sup> (J1:435-443)

<sup>128</sup> (J1:352-366)

<sup>129</sup> J1: 412-435

<sup>130</sup> (J1:412-435; J5: 26-36)

<sup>131</sup> (J3:291-339, 842-866, J5: 610-612, 622-628; 628-640)

kostenpflichtigen verweisen<sup>132</sup>. Den Mehrwert für die Textgenerierung sehen sie quantitativ<sup>133</sup> unter der Bedingung, dass sie die Kontrolle<sup>134</sup> über die Maschine behalten.

Wenn Gatekeeper<sup>135</sup> menschlich bleiben, ist eine Adoptionsbereitschaft denkbar. Die menschliche Leistung ist und bleibt es Daten in Kontext setzen und interpretieren, Wissen zu vermitteln um eine Meinungsbildung zu ermöglichen<sup>136</sup>, dass aus einer umsichtigen Perspektive heraus als ihre Aufgabe erachtet wird<sup>137</sup>. Deshalb sollen sich JournalistInnen nicht zu sehr auf eine Maschine verlassen<sup>138</sup>.

JournalistInnen schreiben gerne, aber wenige sehen sich zusätzlich auf der technischen Seite und Programmierkenntnisse sind nicht die Regel<sup>139</sup>. In interdisziplinären Teams mitzuarbeiten wird aber sehr positiv formuliert und als Chance für die Qualität des Outputs betrachtet<sup>140</sup>. Das bedeutet, dass die Aussagen bezüglich der Anforderungen von Programmierkenntnissen sowie computerlinguistischen Grundlagen und Modellierungskennnisse<sup>141, 142</sup>, die in der inhaltlichen Dimension herausgearbeitet wurden, die Vorstellungen der JournalistInnen zur interdisziplinären Arbeit nicht treffen.

Wie Humphreys (2005:237f) erklärte, wird die Technologie anhand des Nutzens beziehungsweise eines potentiellen Nutzens konstituiert. An dieser Stelle helfen die *User*, im vorliegenden Fall die JournalistInnen, die Bedeutung der sozialen Konstruktion der Technologie zu konzeptionieren. Gleichzeitig zeigt sich hier die Konstruktion vor dem Hintergrund der bereits genannten gemeinsamen Zuschreibungen, Werten und Bedeutungen.

#### *Dystopische Perspektive*<sup>143</sup>

Dieser Typ ist von Ängsten geprägt, betroffen, und betrachtet den Journalismus in heutiger Form nicht mehr als überlebensfähig. Der Einsatz von Automatisierungsprozessen ist nur ein Weg das System Journalismus zu erhalten<sup>144</sup>. Das Empfinden der fehlenden Wertschätzung, die JournalistInnen entgegengebracht würde, erlebt dieser Typ stärker als die Umsichtigen<sup>145</sup>. Die Kontrolle über die Maschine ist sehr wichtig<sup>146</sup>, während er eine Verknüpfung mit Science Fiction-Begriffen wählt wie *Sky Net*<sup>147</sup>. Die dystopische Perspektive entspricht eher *Non-User* (Humphreys 2005). Auch hier zeigt sich sowohl die Flexibilität des Algorithmischen Journalismus als Erhaltungsversuch des Systems Journalismus, aber

---

<sup>132</sup> (J3:481-536)

<sup>133</sup> (J1: 77-86).

<sup>134</sup> (J2: 758-782)

<sup>135</sup> (J2: 245-256)

<sup>136</sup> (J1:560f)

<sup>137</sup> Deutung, Kontextualisierung und Interpretation von Inhalten (J2: 151-154), Erfassen und Klärung von Zusammenhängen (J5-R.: 22-43), Kritische Auseinandersetzung mit Sachverhalten (J3: 741-766)

<sup>138</sup> (J2:154)

<sup>139</sup> (J2:449f).

<sup>140</sup> (J2:506ff)

<sup>141</sup> (E4: 175-207, 680-707)

<sup>142</sup> (E4: 175-207367-424)

<sup>143</sup> (Selbstständig, Auseinandersetzung: Journalist < 50 Jahre, m)

<sup>144</sup> (J4: 264-286)

<sup>145</sup> (J4: 11-36)

<sup>146</sup> (J4:163-181)

<sup>147</sup> (J4:120-123)

auch die Verknüpfung mit Science-Fiction-Begriffen die auf Bijkers (2012:164) *frame another world* verweist und der Unklarheit, was die Technologie ist.

### *Kritische Expertise*<sup>148</sup>

Die kritische Expertise unter den JournalistInnen gibt Hinweise zum Einsatz und klärt über Gefahrenquellen inklusive möglicher Gegenmaßnahmen auf. Diese JournalistInnen empfinden besonders die Intransparenz bezüglich der Technologie und der Sicherheit<sup>149</sup> bedenklich. Template-basierte Lösungen können zu Spins führen<sup>150</sup>. Ebenso bergen Daten Gefahren, wenn ihre Integrität nicht gewährleistet werden kann<sup>151</sup>. Die Intransparenz über Technologie lässt Betroffene um ihren Job bangen. Der Hype um die Technologie zeige sich in überhöhter Erwartungshaltung<sup>152</sup>. Die Vermenschlichung der Technologie gilt als kritischer Aspekt einer Konkurrenzhaltung<sup>153</sup>. Die Teilnehmenden überprüfen die Funktion der Software im Sinne *was es tut* und *wie es handelt*. Dadurch entwickelt sich das symbiotische Geflecht zwischen Erwartungen an die Software, der Einschreibung eigener Handlungskonzepte und Abläufe sowie die Reaktion der Maschine gegenüber und der nächsten Zuweisung der Menschlichkeit.

Die kritische Expertise empfiehlt die Verwendung und das Verstehen von Algorithmen als Tool um die Konkurrenzsituation zu verhindern<sup>154</sup>, denn es werden eher niedergradige Arbeiten ersetzt werden können<sup>155</sup>. Außerdem ist der Einsatz und Stellenwert von Technologie zu klären<sup>156</sup> um diese in Unternehmenszielen transparent zu halten<sup>157</sup>. Neuronale Netzwerke gelten, aufgrund ihrer fehlenden Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen und Richtigkeit der Inhalte, als kritischer Aspekt, der Konsequenzen für Menschen haben kann<sup>158</sup>. Hier wird empfohlen, die Einsatzgebiete zu begrenzen und Schutz vor Zugriffe Dritter zu gewährleisten<sup>159</sup>. JournalistInnen können durch ihre Detailwissen, bezüglich der jeweiligen Themenstellung, die Sicherheit der Richtigkeit von Inhalten ebenfalls ermöglichen<sup>160</sup>.

Dieser Typ entspricht in etwa dem der sozial relevanten Gruppe der *Advocates*. Forschende, die auch einzeln beeinflussen können, werden dazugezählt. Sie sind am Entwicklungsprozess nicht finanziell involviert. Sie können die politischen, sozialen und physischen Auswirkungen von Technologienutzung formulieren und ermöglichen ein Verständnis der Folgen von Technologie (Humphreys 2005:236f). An dieser Stelle identifizierten sie die

---

<sup>148</sup> (u.a. Anstellungsverhältnis, unbefristet, Auseinandersetzung: Forschende, JournalistInnen, 25-45 Jahre, m, w)

<sup>149</sup> (J6: 10-37, 461-486, 39-62)

<sup>150</sup> (J6: 39-62)

<sup>151</sup> (J6: 64-106)

<sup>152</sup> (J5: 26-36, 461-486) (J5: 13-26, 398-405, 405-419, J6: 444-457, 457-459)

<sup>153</sup> (J5: 367-383)

<sup>154</sup> (J5: 367-383, 384-391) (J2: 151-154, 154-174)

<sup>155</sup> (J6: 352-360)

<sup>156</sup> (J5: 450-485)

<sup>157</sup> (J5-R.: 7-20)

<sup>158</sup> (J5: 87-131, 167-190, 493-500)

<sup>159</sup> (J5: 543-560)

<sup>160</sup> (J6: 64-106)

Transparenz, da sie nicht gegeben ist, als aktuellen Schwachpunkt und als Lösungsstrategie, um Risiken zu reduzieren. Die Flexibilität des Algorithmischen Journalismus zeigt sich hier, wie bereits erwähnt, eher als Werkzeug, das unter anderem den identifizierten Antropomorphismen entgegenwirken sollte, da diese eine Konkurrenzsituation zwischen Mensch und Maschine provozieren würde.

### 7.3.2. Gruppe C: EntscheidungsträgerInnen in Medienunternehmen

In der Gruppe C zeigen sich vor allem die Orientierungsmuster von Wertschöpfung und Qualität als Implementierungs- und Entwicklungsmotive, die in den Einsatzmöglichkeiten von Algorithmen aufgeworfen wurden. Die Gruppe C ist bezüglich ihrer sozial relevanten Einteilung als EntscheidungsträgerInnen einzustufen.

#### *Gemeinsame Dimensionen: Einsatz im begrenzten Use-Case (Kontrollmöglichkeit)*

Die Begrenzung in Form eines Use-Case und Kontrolle, im Sinne von Sicherheit und vor dem Hintergrund der Haftung der Medienunternehmen,<sup>161</sup> vereinen die Perspektiven der Teilnehmenden. Die Einsatzgebiete auf konkrete Daten<sup>162</sup> ist zusätzlich eine technische Anforderung, aber auch ein Sicherheitsaspekt. Die Grenzen der Automatisierung liegen dort wo menschliches Interpretations- und Urteilsvermögen notwendig ist, wie das Beleuchten Hintergründen und Investigatives sowie das Ziehen von Schlüssen.

#### *Wettbewerbsvorteile durch in situ entwickelte Algorithmen*

Vor dem Hintergrund von Wertschöpfung dienen Algorithmen als Werkzeuge in Arbeitsprozessen, im Sinne von zeit- und ressourcensparender Contentproduktion sowie -Distribution<sup>163</sup>. Wettbewerbsbestimmtes Interesse, wie Entwicklungen für zielgruppenangepasste, automatisierte Textgenerierung für regionale Medien<sup>164</sup>, verdeutlichen dies und zeigen ein Konzept von ineinandergreifenden Anwendungsmöglichkeiten, die ihre Leistung vor allem miteinander voll erreichen. In der Auseinandersetzung mit der Thematik identifizierte eine Teilnehmende (C2) einen Diskurs-Shift, indem die Entwicklung nun stärker in integrierte Automatisierungsstrategien geht, die Chancen für interne Workflows und Content-Distribution, im Sinne von Algorithmen als dienstleistenden Elemente<sup>165</sup>, bieten. Dies verweist wiederum auf die bereits mehrfach erwähnte Konstruktion des Algorithmischen Journalismus

---

<sup>161</sup> (C4: 497-520)

<sup>162</sup> (C5: 266-283; C2: 17-28, 110-125, 110-125)

<sup>163</sup> (C2: 224-235, 181-184; C2-R.: 5-7, 8-12, C1: 12-17, 31-33, 344-346)

<sup>164</sup> (C2-R.: 8-12; C2: 181-184, 32-41, 41-51; C1: 173-177)

<sup>165</sup> (C2-R: 5-12)

als Werkzeug, das hier bereits als dominantes Konzept erscheint. Diese Dominanz mündet später in der Schließung und Stabilisierung (Bijker, 2009: 91).

Es kam hier zu einer Identifikation einer Redefinition des Problems. Nach Pinch und Bijker (1987) wird hier ein Schließungsprozess ermöglicht und durch gemeinsam akzeptierten Problemlösungen erweitert. Algorithmen als Werkzeuge und die Abkehr vom ursprünglichen Problem der Befuerung von Entlassungen (Carlson 2015: 429) zeigen diesen Redefinierungsprozess und münden in der Problemlösung zu Fragen nach Anwendungssicherheit, neu entstehende Berufsbereiche und die dafür notwendigen Fähigkeiten. Die Schließung ist aber temporär, denn rhetorische Problemdefinitionen können immer wieder auftreten und zeigen den dynamischen Prozess von SCOT. Die Schließung ist an dieser Stelle von besonderem Interesse, denn sie ist eine Art Konsensfindung der sozialen relevanten Gruppe (Humphreys 2005:242f) und kommt der Forschungslogik der Delphi-Studie zur Entwicklung eines konsensuellen Zukunftsszenarios augenscheinlich entgegen.

Ein Aspekt, der sich als soziale Bedingung um den Algorithmischen Journalismus zeigt ist, dass JournalistInnen und ihr gesellschaftlicher Auftrag in der Regel wertgeschätzt werden. Deshalb zeigt sich in diesem Typ, dass Algorithmen unterstützen, große Datenmengen zu verarbeiten, die ein Gewinnen von Erkenntnissen ermöglichen<sup>166</sup> und so auch im gesellschaftlichen Auftrag für JournalistInnen hilfreich sind.

Persönliche Rechte sollen geschützt werden. Das bedeutet, dass Inhalte über Menschen als Grenze<sup>167</sup> betrachtet werden. Auch muss eine Datenverfügbarkeit und Vereinbarkeit mit Werten des Unternehmens gegeben sein<sup>168</sup>. Redundante Tätigkeiten werden, für Bereiche, in denen der Mensch eher zur Fehlern neigt, automatisiert<sup>169</sup>.

Da JournalistInnen in die Entwicklung eingebunden werden, sind Algorithmen zur Textproduktion als ein kollaboratives Ergebnis<sup>170</sup> zu begreifen. Das Design der Technologie ist hier *in situ* möglich, wie es Suchman (1999) vorschlug. Wie bereits erwähnt, bedeutet dies ein Design, das nahe an der Beziehung der gedachten Nutzung liegt und Arbeitspraxen in den Prototypen integriert (Suchman et al. 1999:400). Die Einsparungsmöglichkeiten von Algorithmen liegen in den Ressourcen Zeit und Arbeitsschritte, nicht im Abbau von Personal, denn für die Nutzung und Wartung von Algorithmen ist jeweils qualifiziertes Personal für die Datenmodelle und die Datenbeschaffung notwendig<sup>171</sup>. In diesem Prozess werden Berufsbildung und Anforderungen diskutiert. Es besteht die Annahme, dass Algorithmen von JournalistInnen als mögliche Bedrohung aufgrund eines möglichen Jobverlustes oder Kränkung wahrgenommen werden<sup>172</sup>. Die Kontrolle des Outputs, im Sinne der Verantwortung einer

---

<sup>166</sup> (C2: 260-279, C2-R.: 8-12)

<sup>167</sup> (C1: 491-502, 545-552, 504-526)

<sup>168</sup> (C1: 619-642)

<sup>169</sup> (C3: 13-30, 32-79)

<sup>170</sup> (C2: 58-107)

<sup>171</sup> (C2: 313-335, C1: 31-33)

<sup>172</sup> (C1: 462-470)

Redaktion und eines Medienunternehmens verlangt eine Instanz zur Qualitätssicherung, die menschlich bleiben muss<sup>173</sup>. Dieser Aspekt wird dem Werkzeug als soziale Konstruktion durchaus gerecht. Die grundlegenden Aufgaben von JournalistInnen, bleiben und werden für diese Bereiche eine Rolle spielen<sup>174</sup>. Das Bild das sich hier zeichnet, ist interdisziplinär und kooperativ. Wenn Algorithmen im Journalismus hinzukommen, dann als Spezialisierung im Journalismus. Dazu ist spezielles Wissen notwendig<sup>175</sup>, wie beispielsweise klassische journalistische Skills und Wissen um Funktionsweisen als *Able UserInnen*<sup>176</sup>. Es kommt zu einer interdisziplinären Zusammenarbeit zwischen Technologie in Form von Daten und dem Journalismus<sup>177</sup> sowie Bridgeroles in der interdisziplinären Zusammenarbeit zwischen Technik und Journalismus<sup>178</sup>.

Die Ergebnisse verdeutlichen hier, dass Datenjournalistische Tätigkeiten und automatisierte Textgenerierung im Algorithmischen Journalismus ineinandergreifen.

Explizite Vorschläge wie das *Algorithmic risk modeling* oder *Transparency Modeling* (Diakopoulos 2016) oder *Meta-writers* (Graefe 2016), wie sie in der aktuellen Studienlage erwähnt wurden, konnten hier nicht herausgearbeitet werden, jedoch das Rollenverhältnis von JournalistInnen, das sich zweifelsohne erweitern wird.

#### *Anwendungssicherheit und Qualitätskontrolle durch Transparenz, Daten- und Anwendungswissen sowie Technologiebewusstsein*

Um Anwendungssicherheit beziehungsweise die Implementierung zur ermöglichen, ist (Führungs-)Personal von Vorteil, das selbst über *Daten-Know-How* verfügt<sup>179</sup> und so diese Prozesse vorantreibt. Zu lösende Unsicherheitsfaktoren sind fehlendes Technologiebewusstsein und Wissensasymmetrien zu Algorithmen, fehlende Zusammenarbeit zwischen Abteilungen beziehungsweise Ressourcenknappheit und fehlendes Entwicklungspotential in Medienunternehmen<sup>180</sup>. Fehlendes Datenbewusstsein seitens des Publikums und fehlende Thematisierung von Datensicherheit in den Medienunternehmen wurden ebenfalls identifiziert<sup>181</sup>. Wie bereits erwähnt, sehen Olsen und Engen (2007) Veränderungsprozesse von Technologie im Kontext von Motiven, Interessen und Ressourcen. Die soziale Konstruktion der Technologie konstituiert sich unter anderem aus den Verhandlungsprozessen innerhalb sozial relevanter Gruppen (Olsen; Engen 2007:465). Die weiter identifizierten Probleme wie Ressourcenknappheit, Wissensasymmetrien, Risiken und deren Abwehrmechanismen, werden weiterhin die Dynamik der sozialen Konstruktion von Algorithmischen Journalismus erhalten.

---

<sup>173</sup> (C2: 610-635, C4: 497-520)

<sup>174</sup> (C2: 343-347, 343-352)

<sup>175</sup> (C1: 436-453) (C2: 392-406)

<sup>176</sup> (C2: 359-385, 359-385, C5: 338-343)

<sup>177</sup> (C3: 109-165)

<sup>178</sup> (C1: 162-172)

<sup>179</sup> (C1: 596-601)

<sup>180</sup> (C1: 580-592)

<sup>181</sup> (C1: 418-435, 575-580).

### *Skeptische Perspektive und geringere Erwartungen*

Die skeptische Perspektive bezieht sich auf Sicherheitsaspekte und Risiken. Der Verantwortungsauftrag journalistischer Arbeit wird stärker betont<sup>182</sup>. Die Transparenz der Datenquellen ermöglicht die menschliche notwendige Letztverantwortung als Kontrolle und Korrektiv<sup>183</sup>. Hier findet sich eine zwiespältige Sicht zur möglichen Arbeitsplatzverlustes von JournalistInnen und Entlastung<sup>184</sup>. Werden Algorithmen zur Textproduktion eingesetzt, wird dies an schlechteren Ergebnissen journalistischer Arbeit sichtbar. Menschliche Texte sind von höherer Qualität<sup>185</sup>. Die Investition in Personal ist langfristig gewinnbringender<sup>186</sup> und die notwendige Kontrolle von automatisiertem Content wäre durch Personalabbau, der aus anderweitigen Gründen geschehen würde, weniger möglich und dies könnte zu vermehrten Fehlmeldungen führen<sup>187</sup>. Die Wertung und Gewichtung von Inhalten bei neuronalen Netzwerken soll im menschlichen Tätigkeitsbereich bleiben, da sonst die Gefahr der Manipulation Dritter entstehen könnte<sup>188</sup>. Hier zeigt sich im *technological frame* in einer kritischen Perspektive, ob diese Technologie zu den Vorstellungen der journalistischen Arbeitspraxis überhaupt passt und mit ethischen Grundbedingungen vereinbar ist (Bijker 2012). In diesem Punkt zeigt sich der Domesticationsansatz in der Interpretation unterstützender. Die moralische Dimension spielt in der Domestizierung eine Rolle, die die Regeln des Verhaltens, informelle und formelle Regeln des Zusammenlebens und der Interaktion miteinander ordnet (Silverstone, 2006:245) und so ethische Grenzziehungen der Gruppe J und C deutlich werden und nach der Reduktion von Risiken fragt. Dies soll als neue Forschungsfrage mitaufgenommen werden um im weiteren Verlauf eine Einbindung in die Welle 2 zu ermöglichen.

### ***FF5.) Welche Aspekte dienen zur Unsicherheitsreduktion beim Einsatz von Algorithmen, oder neuronalen Netzwerken (Reduktion von Risiken)***

#### **7.4. Onlinebefragung des Panels**

Angelehnt an die Vorgehensweise von Cuhl und Klimper (2008), zu Forschungs- und Entwicklungsfeldern der Informationstechnologie, werden vorher erarbeitete Thesen oder Statements, bzw. Aussagen auf Basis des aktuellen Forschungsstandes, in diesem Fall durch die Ergebnisse der Analysestufen entwickelt, die die ExpertInnen mit ihrer jeweiligen Fachkompetenz einschätzen sollen.

Ziel des Fragenbogens ist es, die erstellten Thesen bezüglich ihrer Zustimmung aus dem Panel zu prüfen und ein weiteres Hinzufügen neuer Inhalte durch die TeilnehmerInnen des

---

<sup>182</sup> (C5: 338-343)

<sup>183</sup> (C5: 285-307, 285-307)

<sup>184</sup> C6: 14-20)

<sup>185</sup> (C5:323-328)

<sup>186</sup> (C5: 128-140)

<sup>187</sup> (C3: 81-107, 128-140)

<sup>188</sup> (C6: 35-48)



Panels zu ermöglichen. So soll eine Weiterentwicklung der erstellten Thesen und die Erstellung eines Zukunftsszenarios oder mehreren divergierenden Szenarien ermöglicht werden. Auch wird damit eine thematische Weiterentwicklung berücksichtigt, da sich einzelne TeilnehmerInnen mit der Thematik weiter beschäftigen und die Einschätzung und Bewertung der Thesen so eine Aktualisierung erfahren können. Aus forschungsökonomischen Gründen und unter Berücksichtigung der geringen Zeitressourcen der TeilnehmerInnen, ist eine Onlinebefragung vorzuziehen. Dazu wurde ein Fragebogen entwickelt, dessen Fragen eine geringere Tiefe als der gesamte Thesenkatalog aufweisen, da in der reflektierenden Interpretation teilweise nicht-bewusste zugrundeliegende Orientierungsmuster herausgearbeitet wurden und sehr detailreiche Informationen vorzufinden sind, wofür eine kurze Umfrage nicht geeignet wäre. Unterstützend wirken hier die Inhalte der formulierenden Interpretationen, die den TeilnehmerInnen des Panels durch das Feedback bereits bekannt sind. Zum Fragebogen kommen soziodemografische Fragen hinzu um die soziale Dimension mit den Inhalten gemeinsam zu reflektieren. Die Abstufung Einschätzungen bezüglich der Ablehnung oder Zustimmung wird auf der Skala von -2 bis +2 angegeben, die folgende Bedeutung haben:

*(- 2) Ich schätze diese Aussage als gar nicht zutreffend ein*

*(- 1) Ich schätze diese Aussage eher nicht zutreffend ein*

*(0) Keine Einschätzung oder neutral*

*(+1) Ich schätze diese Aussage eher als zutreffend ein*

*(+2) Ich schätze diese Aussage als sehr zutreffend ein*

Es wurden sieben Fragen, die zwischen drei und maximal sechs Antwortmöglichkeiten in fünf Dimensionen beinhalteten, entworfen, die sich durch das Forschungsinteresse und die bisherigen Auswertungsergebnisse ergaben.

Diese setzen sich aus folgenden Komponenten zusammen: (A) Möglichkeiten zum Einsatzbereich regelgeleiteter Algorithmen<sup>189</sup>, (B) Risiken und Gegenmaßnahmen<sup>190</sup>, (C) Möglichkeiten zum Einsatzbereich neuronaler Netzwerke<sup>191</sup>, (D) Verändertes Journalistisches Tätigkeitsfeld und-Umfeld durch den Einsatz von Algorithmen<sup>192</sup> und (E) wichtige Fähigkeiten

---

<sup>189</sup> Technische Möglichkeiten durch Algorithmen allgemein (Zusammenfassend und zur inhaltlichen Orientierung geben die (FI) Z1/2/19/20 relevante Hinweise), Beitrag zur Wertschöpfung (C) und Verhältnis zwischen automatisierten und manuell erstellten Content T1/T2, Nutzung als Tool zur Unterstützung (J) T3

<sup>190</sup> Fehlende Transparenz über Technologie führt zu Ängsten (Jobverlust) – *Thematisierung fehlender Wertschätzung und Legitimation* (J) T5/6/8, Transparenz um Objektivität zu gewährleisten (J) T4- Notwendigkeit strukturierter Daten und Nicht-Gewährleistung der Integrität der Daten (C)T4/

(J)T4, Transparenz ermöglicht Letztverantwortung (C) T6/7, Grenzen des Einsatzes (menschliche Verantwortung und Interpretations- und Urteilsfähigkeit und fehlende Eingriffsmöglichkeiten) (FI) Z8/9, (J) T1/2, (C) T3

<sup>191</sup> Falschmeldungen und Einflussnahmen (Bots, Social Media, Feedback) (FI) Z20/21/22  
Kreativprozesse/ neue Ideen und Verbesserung des Contents durch Feedbackcycles (FI) Z19

<sup>192</sup> Interdisziplinarität und Kompetitivität (FI) Z14/16  
Algorithmen als Tool (C) T8, Ausdifferenzierung der Tätigkeitsfelder und Bridge-Roles (J) T7 (C) T9

zur Arbeit mit Algorithmen<sup>193</sup>. Im Anhang findet sich ein Überblick über den Operationalisierungsvorgang, mit Verweisen auf den Thesenkatalog. Die Umsetzung wurde auf Basis von Lime-Survey als Onlineumfrage realisiert und die Ergebnisse mit der Statistik- und Analysoftware SPSS ausgewertet.

## 7.5. Ergebnisse der Welle 2 und Interpretation

Relevant für die Ergebnisse der Welle 2 sind vor allem die Häufigkeiten, beziehungsweise die Höhe der Zustimmung bezüglich einzelner Aussagen. Da die Häufigkeit nur einen Aspekt der Datenqualität darstellt, liefern die Mittelwerte und die Varianz Hinweise auf Fragestellungen, die geringe oder sehr hohe Übereinstimmung verzeichnen. In weiterer Folge zeigen Kreuztabellen das unterschiedliche Bewertungsverhalten der einzelnen Gruppen. Da sich die gewonnenen Daten den Ergebnissen der reflektierenden Interpretation ähneln und EntwicklerInnen sich aufgrund ihrer Einschätzungen von Personen aus den journalistischen Bereich unterscheiden, wurde von einer Clusteranalyse abgesehen, da die bereits definierten Gruppen J, C und E hinreichend definiert sind. Das Anstellungsverhältnis der Teilnehmenden (n=10) ist hier besonders relevant, da es sich um fast ausnahmslos um unbefristet Angestellte handelt, unabhängig ob Forschung, Entwicklung oder Journalismus. Bei einem Teilnehmenden der selbstständig ist, zeigte sich in der reflektierenden Interpretation stärkere Angst und Ablehnung bezüglich der Technologie und Szenarien des Auflösens journalistischer Arbeit. Es ist wichtig, die Ergebnisse im Kontext der sinngenetischen Typen zu reflektieren, da erst durch sie die Ergebnisse der Welle 2 in ihren Dimensionen begriffen werden können. Zu den Möglichkeiten, die Algorithmen bieten können, wurde die Distribution von Content und Unterstützung zur Vorarbeit mitintegriert.

Die Definition von Werten für Konsens und Teilkonsens sind für die Bewertungen zu den jeweiligen Grenzen notwendig, um das Zukunftsszenario herauszuarbeiten. Ziel ist es, wie bereits mehrfach erwähnt, ein konsensuelles Konzept zur Zukunft zu erarbeiten. Vorab ist deshalb zu erwähnen, dass zwischen dem Antwortverhalten der Gruppen J, C und E keine signifikanten Unterschiede vorliegen. Dies zeigt, dass es gruppenübergreifend möglich wäre, einen Konsens zu erzielen. Um die Ergebnisse genauer zu analysieren, sollen hier die Mittelwerte, die Standardabweichung inklusive der Häufigkeiten der unterschiedlichen Bewertungen, im Kontext der Erkenntnisse der reflektierenden Interpretation beleuchtet werden. Zusätzlich unterstützen Kreuztabellen (Gruppe\* Aussagen) bei der Auswertung der

---

<sup>193</sup> Qualitätssicherung und Wahrnehmung der Gatekeeperfunktion durch den Menschen als Able UserInnen (C) T1/5, (J) T9 (C) T10, Interdisziplinäre Kommunikationsfähigkeit, Computerlinguistik (Kenntnisse) (ZI)16

Journalistisches „Handwerk und Detailwissen zu Sachverhalten (C) T5/8/T9, Inhaltliches Detail- und Datenwissen, Wissen zur Funktionsweise der Software

Ergebnisse. Der Variationskoeffizient ( $= \frac{\sigma}{\mu}$ ) unterstützt das Verstehen von Werteverhältnissen als Messinstrument inwieweit die Meinungen vom Mittelwert abweichen und helfen so, die Meinungspluralität besser zu zeigen und zu interpretieren. Bei negativen Werten ist die Berechnung nicht möglich (Müller-Benedict 2011:106). Da es sich hier um eine kleine Stichprobe, beziehungsweise Untersuchungseinheit handelt und eine 100%ige Übereinstimmung als ideales Maß angesehen wird, sind zunächst die Ergebnisse nach den Inhalten mit der höchsten Zustimmung zu durchforsten. Folgende Überlegungen und Entscheidungen zur Definition von Konsens und Teilkonsens wurden getroffen:

*Konsens:* Mittelwerte die sich im Bereich 1-2 bewegen zeigen bereits eine hohe Zustimmung, unter Berücksichtigung der Standardabweichung, aber nicht die Einstimmigkeit der Bewertungen. Der Variationskoeffizient gibt zusätzlich Aufschluss wie weit sich die einzelnen Meinungen von Mittelwert entfernt befinden (Müller-Benedict 2011). Dieser soll aber mit Bedacht herangezogen werden, da durch die kleine Stichprobe die Bewertungen eher eine geringere Homogenität zeigen. Nach der Sichtung der Ergebnisse wurden besonders jene Einschätzungen näher beleuchtet, die nur zustimmende Einschätzungen erhalten haben. Es sollen mindestens 70% (mind. 7 von 10) der Teilnehmenden eine eindeutige Einschätzung abgeben, damit das Ergebnis bei der Größe dieser Untersuchungseinheit für einer Weiterverwertung sinnvoll ist. Als Konsens werden an dieser Stelle nicht nur Aussagen mit einem Mittelwert von mindestens „1“ herangezogen, sondern auch in einen Kontext mit der notwendigen Anzahl an Einschätzungen gestellt. Die Trennung der Einschätzungen von „trifft sehr zu und „trifft eher zu“ gestaltet sich an dieser Stelle schwierig, da ein Konsens vorhanden ist, es aber auch durchaus noch leichte Unsicherheiten geben könnte. Generell kann an dieser Stelle festgehalten werden, dass der Fokus auf positive Einschätzungen gelegt werden soll, denn auch Aussagen mit der höchsten Zustimmung wurden von einzelnen Teilnehmende mit „trifft eher zu“ beurteilt.

*Teilkonsens:* Aussagen die zwar eher realistisch eingeschätzt wurden, aber jeweils von nur einer Person mit „eher nicht zutreffend“ beurteilt wurden, sollen als Ergebnis miteinbezogen werden. Die tendenziellen Ausnahmen der Einschätzungen würden sonst durch Einzelpersonen aus dem möglichen Szenario vollständig ausgeschlossen werden. Diese Aussagen sollen als Teilkonsens explizit ausgewiesen werden. Aussagen die von weniger als 70% der Teilnehmenden, beziehungsweise mit „gar nicht zutreffend“ beurteilt wurden, werden aus dem möglichen Szenario ausgeschlossen. Eine weitere Welle hätte möglicherweise eine Verfeinerung dieser ausgeschlossenen Aussagen erlaubt und einer weiteren Überprüfung zugänglich gemacht.

## 7.6. Beantwortung der Forschungsfragen und Zukunftsszenario zum algorithmischen Journalismus

Die nachfolgenden Aussagen, die im Konsens oder Teilkonsens als realistisch beurteilt wurden, werden sogleich mit den Forschungsfragen verbunden. Forschungsfragen die aufgrund der Ergebnisse nicht beantwortet werden können, werden ebenfalls nochmals angeführt und reflektiert.

### FF1: Welche Möglichkeiten und Einsatzbereiche ergeben sich im Journalismus durch den Einsatz von Algorithmen?

H1: Algorithmen ermöglichen als Tool in Zukunft die Unterstützung journalistischer Arbeit durch Automatisierung redundanter Tätigkeiten.

*Teilkonsens:* Teilweise könnten Algorithmen die journalistische Vorarbeit in Form von automatisierter Textausgabe auf statistische Basis unterstützen.

*Teilkonsens:* Teilweise könnten Algorithmen personalisierte Inhalte für LeserInnen auf statistischer Basis in Zukunft erstellen.

*Teilkonsens:* Neuronale Netzwerke könnten in Zukunft Hinweise aus Sachverhalte oder Extremwerte und die Möglichkeiten für neue redaktionelle Perspektiven und Informationsaneignung bieten.

*Konsens: Algorithmen zur Textproduktion als Tool ( $\mu=1,20$ ;  $\sigma=0,632$ ;  $V=0,526$ )*

Diese Aussage fällt eindeutig aus. 9 von 10 schätzen diese Aussage als „zutreffend“ ein, wovon für drei die Aussage „sehr zutrifft“. Nur eine Person gab keine Einschätzung ab.

Die Aussage, ob es zur Distribution explizit herangezogen werden kann, erzeugte einen sehr geringen nachweislichen Konsens (Distribution von Content ( $\mu=1,00$ ;  $\sigma=1,491$ ;  $V=1,491$ )).

In Betrachtung der Ergebnisse der reflektierenden Interpretation, zeigt sich diese Erwartung und Einschätzung der Perspektive Wettbewerbsvorteile durch *in situ* entwickelte Algorithmen, in denen die automatisierte Distribution zusätzliche Wettbewerbsvorteile erbringt<sup>194</sup>.

*Konsens: Der Einsatz von Algorithmen im Journalismus ermöglicht die Automatisierung redundanter Tätigkeiten ( $\mu=1,6$ ;  $\sigma=0,516$ ;  $V=0,3225$ )*

Diese Dimension wurde vollständig positiv beurteilt. 10 TeilnehmerInnen sehen diese Aussage als „eher zutreffend (4) und „sehr zutreffend“ an (6). Am überzeugtesten zeigen sich die Gruppen C der EntscheidungsträgerInnen und E der EntwicklerInnen und WissensvermittlerInnen, wobei die JournalistInnen eher zu „eher zutreffend“ tendierten (3 von 4).

---

<sup>194</sup> (C2: 224-235, 181-184; C2-R.: 5-7, 8-12, C1: 12-17, 31-33, 344-346)

Diese Aussage zeigt sich als Ergebnis auf vielfältiger Weise im aktuellen Forschungsstand zu Algorithmen im Journalismus. Die aktuelle Studienlage reflektierend, ist die entlastende Leistung der Algorithmen (Graefe 2016) ein Kernpunkt des Einsatzes. Auch zeigte sich während eines Interviews aus der Gruppe C, dass hier die Motivation vorhanden ist, Lösungen anzubieten<sup>195</sup>, damit jene redundante Tätigkeiten die Zeit, Energie und Personal kosten, automatisiert werden können und regionale Redaktionen unterstützende Tools erhalten um ihre Berichterstattungsmöglichkeiten zu erweitern<sup>196</sup>. Die Teilnehmenden setzen sich in unterschiedlicher Intensität mit der Thematik auseinander und es ist naheliegend, dass auch ihnen die aktuelle Studienlage bekannt ist. Zusätzlich überschneidet sich diese Aussage mit der *Umsichtigen Perspektive*, wie sie bereits beschrieben wurde. Wenn Algorithmen als Unterstützung akzeptiert wurden, dann untermauern das auch die weiteren unterstützenden Aspekte, die hier nun angeführt werden:

*Teilkonsens: Für JournalistInnen: Textausgabe (Vorarbeit- statistische Basis)*  
( $\mu=1,2$ ;  $\sigma=1,317$ ;  $V=1,098$ )

Hier zeigt sich ebenfalls eine eher positive Einschätzung. Mehr als die Hälfte (6) zeigen sich mit „sehr zutreffend“, überzeugt wobei 2 Teilnehmende davon eher nicht ausgehen. Die Bandbreite der Antworten zeigt sich mit Antworten von „nicht zutreffend“, bis „sehr zutreffend“, sehr vielfältig, wobei hier die JournalistInnen wieder die unterschiedlichsten Einschätzungen vornahmen, obwohl zwei Teilnehmende dieser Gruppe die Aussage als „sehr zutreffend“ einschätzten.

*Teilkonsens: Personalisierte Inhalte für LeserInnen (auf statistische Basis)*  
( $\mu=1,1$ ;  $\sigma=0,876$ ;  $V=0,795$ )

Diese Dimension erfuhr eine hohe, aber nicht vollständige Zustimmung. 9 von 10 Befragten sehen dies als „eher zutreffend“ (6) und „sehr zutreffend“ (3). Nur eine Person zeigte sich kritischer mit „eher nicht zutreffend“. Die Kritik kommt hier aus der Gruppe der JournalistInnen, wobei die negative Bewertung der mehrheitlich positiven gegenübersteht.

*Teilkonsens: Hinweise aus Sachverhalte oder Extremwerte durch neuronale Netzwerke* ( $\mu=1,1$ ;  $\sigma=0,994$ ;  $V=0,904$ )

Hier tendieren die Teilnehmenden eher zur positiven Einschätzungen. 8 von 10 sehen diese Aussage als „sehr zutreffend“ (4) und „eher zutreffend“ an (4). Zwei der Befragten gaben keine Einschätzungen dazu ab. Aus dem Bereich der EntwicklerInnen gab es hierzu eine kritische Position mit „eher nicht zutreffend“, die zwei sehr positiven Einschätzungen aus der Gruppe E gegenübersteht.

*Teilkonsens: Möglichkeiten für die Informationsaneignung und neuer Perspektiven*  
( $\mu=1,00$ ;  $\sigma=1,054$ ;  $V=1,054$ )

---

<sup>195</sup> (C2:12-28)

<sup>196</sup> (C2:21-28)

Hier geben 2 von 10 keine Einschätzung zu der Frage ab. Aber 7 von 10 sehen diese Aussage durchwegs möglich (3) „eher zutreffend“ und „sehr zutreffend“ (4). Besonders die Gruppe der EntwicklerInnen und der JournalistInnen sehen diesen Aspekt „sehr zutreffend“.

Die Unterstützungsmöglichkeiten für JournalistInnen werden auch vom wertschätzenden Aspekt, JournalistInnen in ihrer gesellschaftlich relevanten Rolle zu begleiten, gesehen, wie sich in der Gruppe C der EntscheidungsträgerInnen im Typ der *Wettbewerbsvorteile durch in situ entwickelte Algorithmen* zeigt.

### **FF1a.) Welche Risiken ergeben sich für den Journalismus durch den Einsatz von regelgeleiteten Algorithmen?**

Die dafür entwickelten Aussagen erzielten keinen Konsens. In der reflektierenden Interpretation zeigte die Perspektive der *kritischen Expertise*, dass Templates Spins in der Berichterstattung reproduzieren<sup>197</sup> und Daten als Fehlerquelle<sup>198</sup> möglich sind.

### **FF1b.) Welche Risiken könnten sich in Zukunft für den Journalismus durch den Einsatz von Neuronalen Netzwerken ergeben?**

H1b.) Als Risiko des Einsatzes von neuronalen Netzwerken gilt die fehlende Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen, die zu nicht absehbaren und nachvollziehbaren Inhalten führen können.

*Konsens: Fehlende Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen- Nicht absehbare Inhalte ( $\mu=1,1$ ;  $\sigma=0,876$ ;  $V=0,796$ )*

Hier gaben 7 von 10 Teilnehmenden an, dass diese Aussage „eher zutreffend“ (3), beziehungsweise „sehr zutreffend“ ist (4) ist. Hier zeigen sich vor allem JournalistInnen zurückhaltend. Hier zeigt sich indirekt das Kontrollbedürfnis, wie es bei der umsichtigen Perspektive der Gruppe J und der EntscheidungsträgerInnen in Gruppe C- EntscheidungsträgerInnen zu erkennen ist. Dies zeigt sich auch in der nachfolgenden Beantwortung der Forschungsfrage.

---

<sup>197</sup> (J6: 39-62)

<sup>198</sup> (J6: 64-106)

## **FF2: Welche Grenzen sollen bezüglich des Einsatzes des algorithmischen Journalismus im Sinne von Werte und Normen redaktioneller Tätigkeit gezogen werden?**

H2: Inhalte, wofür menschliches Interpretations- und Urteilsvermögen notwendig ist und zu nicht-abschätzbaren Folgen für die gesellschaftlich führen, sollen nicht automatisiert erstellt werden.

*Konsens: Inhalte wofür menschliches Interpretations- und Urteilsvermögen notwendig ist (Soziales, Politik, etc.) ( $\mu=1,70$ ;  $\sigma=0,675$ ;  $V=0,397$ )*

*Konsens: Inhalte mit nicht-abschätzbaren Folgen (gesellschaftliche Themenstellungen, Warndienste) ( $\mu=1,70$ ;  $\sigma=0,483$ ;  $V=0,284$ )*

Diese werden ganz klar als Grenze gehandhabt. Beide Aussagen erzielten ohne Ausnahme eine positive Einschätzung mit „sehr zutreffend“ (8-7) und „eher zutreffend“ (2-3).

Aus der reflektierenden Analyse geht hervor, dass die Inhalte im Kontext des journalistischen Selbstverständnisses<sup>199</sup>, in ihrer Leistung und Verantwortung für die Gesellschaft sensibel sind und der Kontrolle nicht entzogen werden können<sup>200</sup>. Hier geht es einerseits darum, dass die Maschinen auch Fehler machen können, aber auch um die Haltung der eigenen Arbeit und ihren erzeugten Mehrwert sowie der Leidenschaft, die in der journalistischen Tätigkeit steckt<sup>201,202</sup>. Mögliche Gefahren und nicht abschätzbare Folgen für die Gesellschaft können als abgewendet gesehen werden, wenn an dieser Stelle eine Grenze in Form von Kontrolle gezogen wird. Die höchste Zustimmung, ausnahmslos „sehr zutreffend“, kommt aus der Gruppe der JournalistInnen, was aufgrund der Ergebnisse der reflektierenden Interpretation nochmals deutlich wird<sup>203</sup>.

## **FF3: Welche Rolle wird in der automatisierten Textproduktion den JournalistInnen und EntscheidungsträgerInnen zukommen und welche Fähigkeiten sind dafür notwendig?**

Die Aussage *Journalistisches Können und Anwendungswissen der Software um Gatekeeperfunktion und Qualitätssicherung zur ermöglichen*, erreichte keinen nennenswerten Teilkonsens und fällt somit aus dem möglichen Szenario. Diese Aussage wurde differenziert beurteilt. Zwei stimmten mit „eher zutreffend“ zu und die Hälfte „sehr zu“ (5), aber es gibt zwei Teilnehmende, die diese Aussagen als „eher nicht zutreffend“ beurteilen.

---

<sup>199</sup> Deutung, Kontextualisierung und Interpretation von Inhalten (J2: 151-154), Erfassen und Klärung von Zusammenhängen (J5-R.: 22-43), Kritische Auseinandersetzung mit Sachverhalten (J3: 741-766)

<sup>200</sup> (J2:154)

<sup>201</sup> (J2:506ff)

<sup>202</sup> (J1:560f)

<sup>203</sup> Umsichtige (und motivierte) Perspektive

Entweder ist die Verknüpfung mit Gatekeeper oder mit Qualitätssicherung unsicher. Als Abschwächung könnte folgendes eine Lösung darstellen: *Journalistisches Können und Anwendungswissen der Software wird benötigt um Kontrolle zu ermöglichen.*

### **FF3a.) Welche Rolle kommt der Transparenz, in Bezug auf Quellen und Output, zu?**

*Teilkonsens:* Transparenz könnte in Zukunft die Verbesserung der Kontrollmöglichkeit ermöglichen.

*Teilkonsens: Transparenz ermöglicht Verbesserung der Kontrollmöglichkeit*

*( $\mu=1,40$ ;  $\sigma=1,075$ ;  $V=0,767$ )*

Die Transparenz über die Technologie, wie Funktion, Templates und Daten, ermöglicht für 8 von 10 eine zumindest „eher zutreffende“ Möglichkeit die Kontrollmöglichkeit bei automatisiert erstelltem Content zu verbessern. Nur eine Person sieht das kritisch. Sie stammt aus der Gruppe der JournalistInnen. Andererseits sehen die weiteren JournalistInnen (3) diese Aussage als „sehr zutreffend“. In Kontext der Adoption von Technologie und der Vorstellung mit der Technologie zu arbeiten, stellt hier die Transparenz zur Kontrollmöglichkeit einen wichtigen Aspekt dar. Allerdings muss hier angemerkt werden, dass in der Aussage des Fragebogens die Dimensionen der Transparenz nicht explizit angeführt wurden und somit möglicherweise nicht als eindeutig beantwortbar empfunden wurde. Deshalb ist diese Hypothese nur mit Vorsicht zu betrachten.

### **FF3b.) Welche Rolle kommt der Transparenz, in Bezug auf Informationen über die Technologie algorithmisch automatisierten Arbeitsprozessen im Journalismus zu?**

Hier ergab sich kein Konsens. Nur im Typus der *kritischen Expertise* der JournalistInnen zeigte sich in der interpretierenden Reflexion eine intensivere Auseinandersetzung mit der Thematik der Transparenz. Es herrscht Intransparenz bezüglich der Leistungen der Technologie, Grad der Automatisierung und der Sicherheit<sup>204</sup>. Diese Intransparenz der Technologie ließe Betroffene an Jobverlust denken und der Hype um die Technologie zeige sich in überhöhter Erwartungshaltung<sup>205</sup>. Deshalb wäre hier Transparenz ein Mittel der Wahl dieses Problem abzumildern. Diese Ansicht verbleibt jedoch im Typ der *kritischen Expertise*.

---

<sup>204</sup> (J6: 10-37, 461-486, 39-62)

<sup>205</sup> (J5: 26-36, 461-486) (J5: 13-26, 398-405, 405-419, J6: 444-457, 457-459)



**FF4: Inwiefern werden im Rahmen der Anwendung von AJ sich Arbeitsbereiche für JournalistInnen in Zukunft, im Kontext von möglichen Jobverlust, verändern oder wegfallen und welche Fähigkeiten sind dafür notwendig?**

H4a: Algorithmischem Journalismus kommt in Zukunft als Spezialisierung innerhalb des Journalismus im Zuge von Textproduktion und -Distribution sowie Datenverarbeitung zu, für welches qualifiziertes Personal nötig ist.

H4b: Interdisziplinäre Schnittstellenpositionen, wie Bridge-Roles zwischen Technik und Journalismus etablieren sich in Zukunft.

H4c: Interdisziplinäre Kommunikationsfähigkeit wie Vokabular oder gemeinsame Sprache, Datenbewusstsein und Detailwissen zur Sachverhalten und journalistisches „Handwerk“ bleiben und werden für JournalistInnen in Zukunft für ihre Tätigkeit wichtiger.

*Teilkonsens:* In Zukunft könnten Kenntnisse der Modellierung, Programmierung und Grundwissen in Computerlinguistik für JournalistInnen, in der Arbeit mit Algorithmen und neuronalen Netzwerken wichtiger werden.

*Konsens:* „Algorithmischen Journalismus als Spezialisierung innerhalb des Journalismus (Textproduktion, Distribution Datenverarbeitung) wofür qualifiziertes Personal nötig ist. ( $\mu=1,30$ ;  $\sigma=0,675$ ;  $V=0,519$ )

Bei dieser Aussage gibt es bis auf eine Ausnahme, die keine Bewertung abgab, durchwegs positive Einschätzungen. 4 von 10 empfinden diese Aussage als „sehr zutreffend“ und fünf als „eher zutreffend“. Das zeigt, dass ein Teil des Szenarios eher eine Spezialisierung des Algorithmischen Journalismus innerhalb des Journalismus sein wird, als eine strikte Trennung. Die weitere Aussage untermauert dies nochmals unter dem Gesichtspunkt neuer Arbeitsbereiche.

*Konsens: Interdisziplinäre Schnittstellenpositionen: Bridge-Roles zwischen Technik und Journalismus etablieren sich ( $\mu=1,30$ ;  $\sigma=0,823$ ;  $V=0,633$ )*

Hier zeigt sich ebenfalls eine hohe Zustimmung. 8 von 10 schätzen diese Aussage als „sehr zutreffend“ (5), beziehungsweise „eher zutreffend“ ein (3). Interessant ist hier, dass es keine negative Einschätzung gibt. Zwei von 10 haben sich aber der Einschätzung enthalten.

*Konsens: Interdisziplinäre Kommunikationsfähigkeit (Vokabular, gemeinsame Sprache) ( $\mu=1,40$ ;  $\sigma=0,843$ ;  $V=0,602$ )*

Diese Aussage kann durchaus als symbiotisch mit der Aussage zur den interdisziplinären Schnittstellenpositionen betrachtet werden. 8 von 10 zeigen hier ihre Zustimmung. 6 davon sehen diese Aussage als „sehr zutreffend“, zwei als „eher zutreffend“ an. Auch gibt es bei dieser Aussage ebenfalls keine negative Beurteilung. Die höchste Zustimmung findet sich in den Gruppen der EntwicklerInnen und JournalistInnen.

*Konsens: Datenbewusstsein für die Nutzung textgenerierender Algorithmen*

$(\mu=1,40; \sigma=0,516; V=0,357)$

Diese Aussage erhielt eine sehr hohe Zustimmung. 10 von 10 schätzen diese Aussage als realistisch ein. Vier davon schätzen sie als „sehr zutreffend“ und sechs als „eher zutreffend“ ein. Unter gewissen Umständen sei Datenbewusstsein im Umgang mit dieser Technologie wichtig. Generell scheint ein technisches Bewusstsein wichtig zu sein. Im Kontext der vorherigen Fragestellungen scheint zumindest ein technisches Grundwissen, respektive eine abgeschwächte Form der Forderung nach Kenntnissen der Programmierung und Computerlinguistik brauchbar zu sein.

*Konsens: Detailwissen zur Sachverhalten und journalistisches „Handwerk*

$(\mu=1,50; \sigma=0,707; V=0,471)$

Hier versteckt sich nochmals ein Aspekt des journalistischen Könnens. 9 von 10 empfinden diese Aussage als „sehr zutreffend, wovon nur drei mit „trifft eher zu“ zustimmen. Nur eine Person enthielt sich der Einschätzung. Zusammenfassend kann hier festgestellt werden, dass journalistische Tätigkeit auch für das Spezialgebiet des Algorithmischen Journalismus notwendig sein wird.

*Teilkonsens: Kenntnisse der Modellierung, Programmierung und Grundwissen in Computerlinguistik*  $(\mu=0,60; \sigma=0,843; V=1,045)$

Zu dieser Aussage ergab sich nur ein Teilkonsens. Die Aussage ist sehr detailliert formuliert. Auch die EntwicklerInnen selbst sehen diese Anforderungen sehr differenziert, sowohl als „eher nicht zutreffend“, oder „sehr zutreffend“. 6 von 10 Befragten halten die Aussage für „eher zutreffend“ oder „sehr zutreffend“. Drei von 10 konnten hier keine Einschätzung abgeben. Entweder müsste die Frage gestellt werden, wenn für alle Beteiligten klar ist, um welche Software es sich genau handelt, um eine Einschätzung dieser Art zu treffen, oder diese Forderung ist möglicherweise für JournalistInnen überzogen. Drei von ihnen gaben gar keine Einschätzung ab und eine Person gab eine eher negative Einschätzung ab. Wie bereits die reflektierende Interpretation zeigte, kommen die Anforderungen der Programmierkenntnisse, computerlinguistische Grundlagen und Modellierungkenntnisse<sup>206, 207</sup> den Vorstellungen der JournalistInnen zur interdisziplinären Arbeit nicht entgegen<sup>208</sup>.

---

<sup>206</sup> (E4: 175-207, 680-707)

<sup>207</sup> (E4: 175-207/367-424)

<sup>208</sup> (J2: 449f).

## **FF5.) Welche Aspekte dienen zur Risikoreduktion beim Einsatz von Algorithmen, oder neuronalen Netzwerken (Reduktion von Risiken)**

H5a.) Zur Reduktion von Risiken durch den Einsatz von Algorithmen ist ein begrenztes Use-Case notwendig.

*Teilkonsens:* Für die Reduktion von Risiken könnte in Zukunft Datentransparenz wichtig werden, um die Güte der Daten zu gewährleisten.

*Teilkonsens:* Zur Reduktion von Risiken könnte in Zukunft eine Datenstrategie von Datenerwerb, Erhebung-Verwertung wichtig werden.

*Konsens: Begrenztes Use-Case um Risiken zu reduzieren*

*( $\mu=1,50$ ;  $\sigma=0,707$ ;  $V= 0,471$ )*

Diese Dimension kann auch als Kontrollfrage verstanden werden, die sich auf die Grenzziehungen bezieht. Das begrenzte Use-Case erhielt eine breite Zustimmung (10 von 10), wobei sechs die Aussage als „sehr zutreffend einschätzen“. In jeder Gruppe befinden sich Positionen für „eher zutreffend und „sehr zutreffend“ obwohl letzteres überwiegt. Nur eine Person schätzte die Aussage nicht ein.

*Teilkonsens: Datentransparenz um die Güte der Daten zu gewährleisten*

*( $\mu=1,10$ ;  $\sigma=0,994$ ;  $V=0,904$ )*

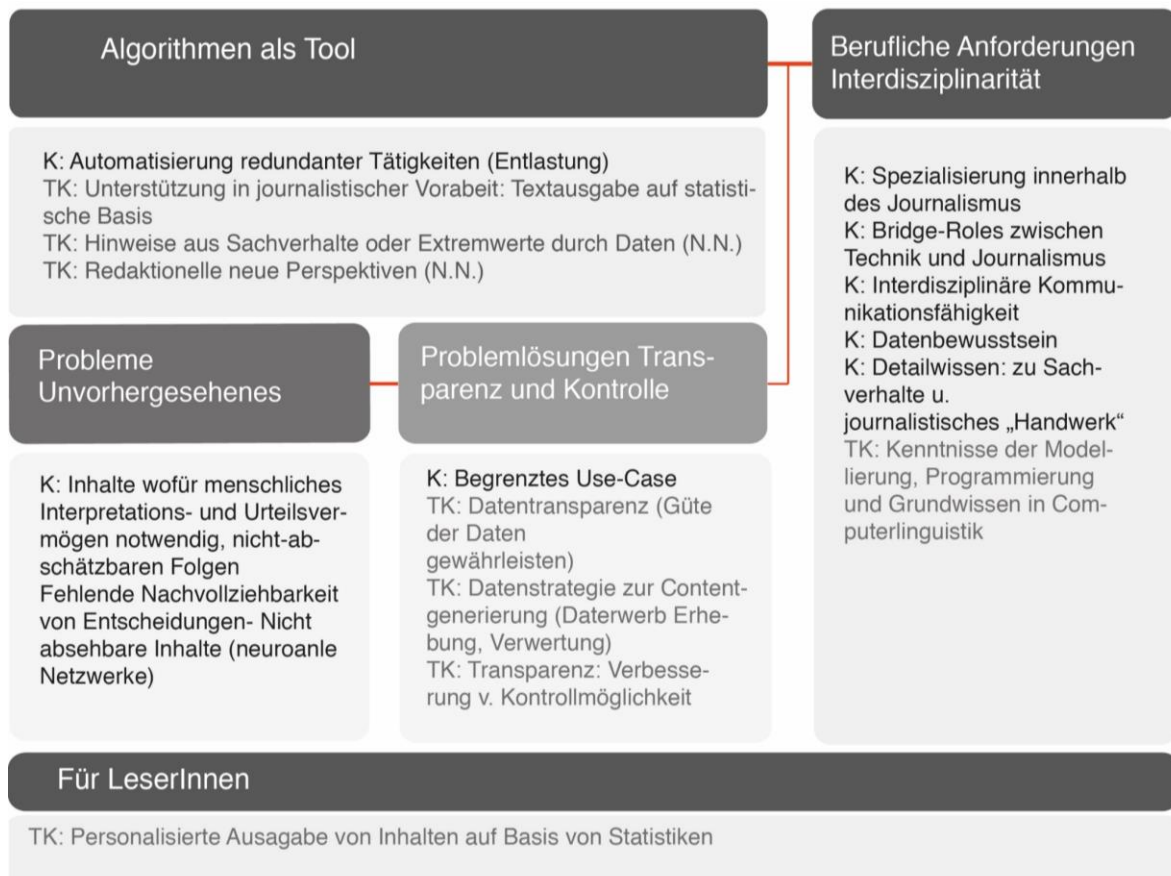
8 von 10 schätzen diese Aussage mit „trifft eher zu“ (4) und „trifft sehr zu“ als realistisch ein, dass durch ausreichende Datentransparenz Risiken reduziert werden könnten.

Anzumerken ist, dass eine kritische Stimme die Aussage mit „trifft eher nicht“ zu beurteilt, die aus der Gruppe C stammt.

*Teilkonsens: Datenstrategie zur Reduktion von Risiken ( $\mu=1,50$ ;  $\sigma=0,972$ ;  $V=0,648$ )*

Die Datenstrategie umspannt die Thematik der der Datentransparenz. Die Strategie meint Überlegungen zum Erwerb und Verwertung. Hier fällt die Zustimmung stärker aus. 7 von 10 sind überzeugt und halten die Aussage für „sehr zutreffend“, zwei als „eher zutreffend“. Eine Person sieht dies kritischer mit „eher nicht zutreffend“, die wiederum aus der Gruppe C- EntscheidungsträgerInnen stammt.

Die nachfolgende Grafik veranschaulicht die nun beschriebenen Ergebnisse und das Zukunftsszenario.



\*K: Konsens, Zustimmung: +1 bis +2, **keine neg.** Einschätzung, max. 30% neutral, mind. 70% bezogen Stellung

\*TK: Teilkonsens, Beurteilung: -1 bis +2, **max. eine neg.** Einschätzung (-1), max. 30% neutral, mind. 70% bezogen Stellung

Abb. 5: Zukunftsszenario „Algorithmischer Journalismus“

Der Ausschluss von Teilen des Szenarios wurde auf Basis des geringen Mittelwertes, der Häufigkeit negativer Bewertung sowie der Höhe der nicht eindeutigen Bewertungen („0“) vorgenommen. *Distribution von Content* und *Aufwertung journalistischer Leitung, die nicht automatisierbar ist*, zeigen interessante Widersprüche, weswegen sie hier angeführt werden sollen.

*Distribution von Content* ( $\mu=1,00$ ;  $\sigma=1,491$ ;  $V= 1,491$ )

Mehr als die Hälfte der Befragten gab an, dass dies vollkommen beziehungsweise teilweise zutrifft, obwohl hier knapp ein Drittel dies als „sehr zutreffend“ beschreibt. Besonders die JournalistInnen tendieren stärker zu dieser Aussage. Jene, die diese Möglichkeit als eher weniger zutreffend betrachten, finden sich eher in der Gruppe der EntwicklerInnen, wobei hier nur zwei Teilnehmende der EntwicklerInnen diese Einschätzung als „eher nicht zutreffend“ oder „nicht zutreffend beurteilten“ und eine Person der EntwicklerInnen als „sehr zutreffend“. Das zeigt, dass die Erwartungen der Gruppen C- EntscheidungsträgerInnen und J- JournalistInnen offenbar höher sind, als diese EntwicklerInnen gemeinsam tatsächlich einschätzen. Der größte Unterschied zwischen den Beantwortungen und die größere Streuung zeigen die Teilnehmenden aus der Gruppe der EntwicklerInnen.

*Aufwertung journalistischer Leitung, die nicht automatisierbar ist*

( $\mu=0,60$ ;  $\sigma=1,647$ ;  $V=2,75$ )

Diese Dimension wurde auf Basis der reflektierenden Interpretation entwickelt, die vor allem JournalistInnen widerspiegelt, die ihre Tätigkeit mehr wertgeschätzt sehen wollen und in ihrer Tätigkeit, so wie die beiden anderen Gruppen, einen Mehrwert für die Gesellschaft sehen. Auch hier befürwortet der Großteil der Befragten diese Aussage mit „trifft eher zu“ (4) sowie „trifft sehr zu“ (3). Hier sehen eher die Befragten aus der Gruppe C- EntscheidungsträgerInnen hier Vorteile von Algorithmen, wobei die JournalistInnen hier die stärkste Uneinigkeit zeigen. Die Spanne reicht von „trifft nicht bis „trifft sehr zu“. Hier könnten zwei Aspekte eine Rolle spielen die zu solch einer Streuung geführt haben könnten. Zum Einen zeigte die reflektierende Interpretation, dass der Leistung der Algorithmen zur Textgenerierung mehr zugeschrieben wird, als sie tatsächlich kann und deshalb gar nicht das Leistungsspektrum erreicht<sup>209</sup>. Zum Anderen zeigte die reflektierenden Interpretation auch, dass einzelne die Befürchtung haben, dass Journalismus generell an Wertigkeit eingebüßt hat und Algorithmen dies aus der dystopischen Perspektive heraus nicht mehr verändern können<sup>210</sup>.

---

<sup>209</sup> (J5: 26-36, 461-486) (J5: 13-26, 398-405, 405-419, J6: 444-457, 457-459)

<sup>210</sup> (J4: 264-286)

## 8. Methodenkritik

Die wesentliche Herausforderung der Delphi-Studie zeigte sich in der Konsensbildung. Durch einzelne Personen, die gegensteuerten oder über unterschiedliche Wissensbestände verfügten, war eine Konsensfindung mit Schwierigkeiten verbunden.

Die Mindestanforderungen für den Konsens wurden im Rahmen der vorliegenden Arbeit bereits auf ein realisierbares Maß gesenkt und der Teilkonsens berücksichtigt. Erwartungen und Ängsten stehen der Einschätzungen von Entwicklungen gegenüber. Diese Erkenntnis ist notwendig. Diese Tiefe der Reflexionsebenen zu erreichen ist der Wahl der dokumentarischen Methode zu verdanken. Diese ermöglichte den auftretenden Dissens auf zugrundeliegenden Mustern hin zu verstehen. Aufgrund der zeitlichen Ressourcen blieb die Ausschöpfung der dokumentarischen Methode bedauerlicherweise begrenzt, ist aber im Kontext der Anforderungen an die Leistung dieser Arbeit und in Bezug auf die Beantwortung der Forschungsfragen hinreichend. Im weiteren Verlauf hätte die weitere Ausschöpfung der Methode zu ausgereifteren sinngenetischen Typen und einer Theorieentwicklung über die Adoption von abstrakter Technologie, in Hinblick auf unterschiedliche Zuschreibungsmustern und Vorstellungen geführt. In Bezug auf die Delphi-Methode ist zunächst anzumerken, dass die Verbindung der Analyseschritte mit der dokumentarischen Methode sich als sehr vorteilhaft erwiesen hat. Durch die formulierende Interpretation konnte das rein inhaltliche Feedback erstellt werden und Rückmeldungen, die erbeten wurden, wurden integriert. So nahmen die Teilnehmenden, die eine Rückmeldung verfassten, Einfluss auf die nächsten Analyseschritte, denn ihre Antwort floss in die reflektierende Interpretation mit ein. So entstand die Möglichkeit einer gemeinsamen Arbeit am Analysieren und Entwickeln eines Zukunftsszenarios. Rückmeldungen bezogen sich unter anderem auch als Feedback auf die vorangegangene Analyseleistung und so konnte auch hier eine verstärkte Reflexion stattfinden. Ein Nachteil des mehrstufigen Verfahrens der Delphi-Methode war die Dominanz einzelner, die im Vergleich mehr Zeit und Energie in das Interview, die Rückmeldung und die Beantwortung des Fragebogens investiert hatten und so natürlich die Szenarien maßgeblicher beeinflusst haben. Aber das könnte als Vorteil gewertet werden, wenn es sich um Teilnehmende mit sehr hohem Wissensvorrat und viel Erfahrungswerten handelt und so fehlende Wissensbestände anderer Teilnehmender ausgleichen könnten. Ein weiterer Punkt, der hier angemerkt werden soll, ist die Anonymität der Teilnehmenden. Sie ist enorm wichtig und trägt maßgeblich zum Gelingen der Studie überhaupt bei. Da Teilnehmende unter anderem aus konkurrierenden Unternehmen stammten, stellt die Anonymität einen wichtigen Sicherheits- und Vertrauensaspekt dar, der erst die notwendige Offenheit der Teilnehmenden möglich gemacht hat.

## 9. Fazit

Insgesamt führen die Ergebnisse der Welle 1 und 2 zu einem Zukunftsszenario, dass algorithmischen Journalismus vor allem als Werkzeug konstituiert, der durch das Zusammenspiel einzelner algorithmischer Lösungen wie Recherche und Textgenerierung sein Potential entfaltet. Aus Betrachtung der Social Construction of Technology, (Pinch; Bijker 1987) zeigt sich eine Stabilisierung der Technologie als *Tool* oder als *dienstleistendes Element*, das mit der Datenthematik eng verzahnt ist. Die Nutzungsmotivation von Algorithmen im Journalismus als Werkzeuge erschließen sich in der Entlastung von redundanten Tätigkeiten bei der Textproduktion und Unterstützung in Arbeitsprozessen. Dieses Ergebnis zeigt sich im Einklang mit der internationalen Studienlage zum Nutzen von Algorithmen im Journalismus (Grafe 2016, Thurman et al, 2017; Haim; Grafe 2017; Dörr 2015). Ein Teilkonsens ergab sich bezüglich der Unterstützung für JournalistInnen in der Vorarbeit durch automatisierter Textgenerierung auf statistischer Basis.

Spezifisch für den österreichischen Medienbereich zeigt sich, dass die künftige Nutzung von Algorithmen im Journalismus als Konglomerat von Recherche und Textgenerierung fungieren und so eine Verbindung von datenjournalistischen Tätigkeiten und automatisierte Textgenerierung aufzeigt. Die Nutzung wird vom Bedürfnis der Kontrolle begleitet um a.) die Wertschöpfung durch Zeit- und Ressourcenersparnis zu ermöglichen und b.) damit JournalistInnen, im Kontext ihres journalistischen Selbstverständnisses, den gesellschaftlichen Auftrag in ihrer Kontrollfunktion realisieren können. Zu verhindern sind unvorhergesehene Inhalte mit nicht einschätzbaren Folgen. Insbesondere beim Einsatz neuronaler Netzwerke wird die fehlende Nachvollziehbarkeit von algorithmischen Entscheidungen als Risiko eingeschätzt. Die Grenze des Einsatzes soll dort gesetzt werden, wo die Kontrolle der Technologie nicht möglich ist: Bei Inhalten wofür menschliches Interpretations- und Urteilsvermögen notwendig ist. Ein begrenztes kontrollierbares *Use-Case*, das datenbasiert und vorrangig redundante Inhalte betrifft, ermöglicht eine Risikoreduktion in der Textgenerierung.

Die identifizierten Probleme, wie unvorhergesehene Inhalte und nicht abschätzbare Folgen von automatisierter Textgenerierung, zeigen die Sicht auf Algorithmen als teilweise selbstständiges Werkzeug. Das Übertragen von journalistischer Entscheidungs- und Handlungsmacht an Maschinen, bedeutet eine Abgabe dieser im demokratiepolitischen Sinne. Das Kontrollbedürfnis kann aus Perspektive des Dometicationansatzes (Silverstone 1994) ein als sich Habhaftwerden von Technologie gedeutet werden.

Als weiteren Schritt zeigen sich Risiko- und Wertschöpfungstrategien, wie die der Kontrolle, in beruflich weiterentwickelte Konzepte. Dies zeigt der Konsens zum algorithmischen Journalismus, der als Spezialisierung innerhalb des Journalismus hinzukommen soll. Die Thematik des Jobverlustes wurde in diesem Zusammenhang diskutiert, zeigt sich durch die

neu geforderten Positionen abgeschwächt. JournalistInnen werden auch in Zukunft nicht ersetzt werden. Interdisziplinäre Schnittstellenpositionen, als Bridge-Roles zwischen Technik und Journalismus, werden entstehen, wofür die interdisziplinäre Kommunikationsfähigkeit ein notwendiges Kriterium ist. Durch den Einsatz von Algorithmen im Journalismus, sei es Textproduktion oder Recherche, wird Datenbewusstsein relevanter, wobei das Detailwissen zur Sachverhalten und *journalistisches Handwerk* wichtig bleibt. Ähnliche Ergebnisse zeigten sich zur Zukunft neuer Berufspraxen in der internationalen Studienlage, wobei hierbei von multidisziplinäre Rollen (Diakopoulos 2016) gesprochen wird und die Zusammenarbeit eher von JournalistInnen mit Datascientists prognostiziert wird (Marconi et al. 2017).

Ein Teilkonsens und somit eine Tendenz, zeigte sich bezüglich der Kenntnisse der Modellierung, Programmierung und Grundlagen der Computerlinguistik für JournalistInnen, die bei der Beurteilung dieser Skills eher neutral abstimmten. Ob diese Kenntnisse für JournalistInnen in Zukunft innerhalb und außerhalb des Algorithmischen Journalismus verlangt werden und akzeptiert werden, bleibt an dieser Stelle offen. In der Untersuchung hat sich gezeigt, dass die Mitgestaltung für JournalistInnen, bezüglich neuem Technologieeinsatz, wichtig ist und, dass ihre Arbeitsschwerpunkte weiter journalismusspezifisch bleiben sollen. Aussagen bezüglich der Rolle von Transparenz erreichten nur einen Teilkonsens. Transparenz könnte, die Kontrollmöglichkeiten verbessern und bei Daten ihre Güte abschätzbar machen. Durch die Datenbasis, die als Grundlage für algorithmische Produktionslösung fungiert, zeigt sich ebenfalls eine Tendenz bezüglich der Notwendigkeit einer Datenstrategie sowie Datentransparenz als sinnvolle Maßnahme. Auch das Publikum könnte tendenziell von automatisierter Textgenerierung profitieren, durch automatisch ausgegebene Texte auf Basis von Statistiken.

Die Leistung dieser Arbeit liegt in der Fokussierung auf den österreichischen Online-Bereich und berücksichtigt die Perspektiven von JournalistInnen, EntscheidungsträgerInnen sowie der EntwicklerInnen und bündelt ihr Wissen und ihre Einschätzungen, wie sich der Journalismus durch Algorithmen und textgenerierenden Lösungen verändern wird. Die Ergebnisse können JournalistInnen und EntscheidungsträgerInnen unterstützen einen geeigneten Fokus in der Implementierung zu setzen bzw. zielführende Handlungsmöglichkeiten zur beruflichen Weiterbildung, aber auch zu Reduktion von Risiken abzuleiten. Hinsichtlich der geforderten Skills gegenüber JournalistInnen in Zukunft, hätte eine noch vertiefte Analyse stattfinden können. Da in Österreich, im Jahr 2018, noch keine JournalistInnen regulär mit dieser Technologie arbeiten, gibt es diesbezüglich nur experimentelle Erfahrungswerte. Die vorliegenden Ergebnisse liefern deshalb eine Prognose für die Veränderungen im Arbeitsfeld Journalismus.



## 10. Ausblick

Als offene Aspekte zeigen sich die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, die in weiteren Untersuchungen differenzierter analysiert werden, könnten sowie der Branche und der aktuelle Diskurs über Algorithmen im Journalismus, als sich diffundierendes Wissen und Auseinandersetzung über künstliche Intelligenz in der Öffentlichkeit.

Arbeitsmarktpolitische und ökonomische Faktoren und die journalistische Arbeitskultur könnten in weiteren Forschungen stärker beleuchtet werden um ein konkretes Bild der künftigen ökonomischen Herausforderungen, die sich durch die Nutzung von künstlicher Intelligenz im Journalismus ergeben können, zu schaffen.

Kommt es zu einer Implementierung der Technologie in das Arbeitsumfeld von JournalistInnen, wären teilnehmende Beobachtungen und Befragungen Mittel der Wahl, um die Adoptionsprozesse und Redefinition der Konzeption der Technologie zu verfolgen und um weitere Schlüsse zu ziehen. Einen großen Vorteil dafür beinhaltet die Technologie bereits: Durch die Entwicklung nahe an *in situ* sind journalistische Arbeitslogiken und ethische Vorstellungen durch die Einbindung von JournalistInnen in die Technologie teilweise eingeschrieben. Diese Einschreibung der moralischen Instanzen verdient weiterer wissenschaftlicher Betrachtung, da sie sich durch automatisierte Prozesse reproduzieren könnte. So können Sicherheitsaspekte und die Fragen nach der Anwendung von Transparenz bezüglich der Inhalte und ihrer Produktion von diesem Blickwinkel aus betrachtet werden. Wie Kontrollmechanismen in Zukunft gestaltet werden können und welche Rolle das Anwendungswissen dabei spielt, ist unter anderem vor dem Hintergrund neu anzuwendender Software interessant.

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden noch weitere folgende offene Punkte identifiziert, die einer näheren Betrachtung verdienen und von dystopischer Natur sind. Eine Problematik, die in weiteren Forschungen beleuchtet werden könnte, ist Übertragung von Kontrollmöglichkeiten an Maschinen selbst. Steuert der Journalismus auf Medien 4.0. zu, die im Internet der Dinge agieren, in welchem jeder Schritt von der Recherche bis zur Produktion und Distribution von Inhalten automatisiert ist? Welche Rolle JournalistInnen dafür spielen könnten und wie sich eine menschliche Kontrollinstanz in Zukunft gestalten lassen kann, sollte in weiteren Forschungen beleuchtet werden.

## 11. Quellenverzeichnis

Altmeppen, K. (2012): Einseitige Tauschgeschäfte: Kriterien der Beschränkung journalistische Autonomie durch kommerziellen Druck. In: Jarren, O.; Künzler, M.; Puppis, M. (Hrsg.): Medienwandel oder Medienkrise. Folgen der Medienstrukturen und ihre Erforschung. Band 1. Baden-Baden: Nomos. S.37-52.

Ammon, U. (2009): Delphi-Befragung. In: Kühl, S.; Strodtholz, P.; Taffertshofer, A. (Hrsg.): Handbuch Methoden der Organisationsforschung. Quantitative und Qualitative Methoden. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S.458-476.

AMS (2018): Journalistische Fachkenntnisse In: Arbeitsmarktservice: 02.10.2018  
<https://www.ams.at/bis/bis/Kompetenzen.php?noteid=10> (5.11.2018).

Anderson, CW (2013): Towards a sociology of computational and algorithmic journalism. In: New Media & Society, 15 (7). New York, USA. S.1005-1021.  
DOI: 10.1177/1461444812465137.

APA (2018) Medialab: Egon der Fußballroboter.  
In: <https://medialab.apa.at/egon-der-fussballroboter/> (3.12.2018).

Arnold, D.; Arntz, M.; Gregory, T.; Steffes, S.; Zierahn, U. (2016): Herausforderungen der Digitalisierung für die Zukunft der Arbeitswelt. ZEW policy brief, 8. Mannheim: Zentrum für europäische Wirtschaftsforschung.

Arntz, M.; Gregory, T.; Jansen, S.; Zierahn, U. (2016): Tätigkeitswandel und Weiterbildungsbedarf in der digitalen Transformation. Im Auftrag der acatech - Deutsche Akademie der Technikwissenschaft. Mannheim: ZEW- Zentrum für europäische Wirtschaftsforschung.  
In: <http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/gutachten/DigitaleTransformationAcatechIKT2016.pdf> (1.10.2018).

Atteslander, P. (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. 12. durchgesehene Auflage. Berlin: Gruyter Verlag.

Bauer, A.; Hoedoro, N.; Schneider, A. (2015): Rule-based Approach to Text Generation in Natural Language - Automated Text Markup Language (ATML3). Challenge+DC@RuleML 2015. Stuttgart, Germany: Aexea GmbH.

In: <http://ceur-ws.org/Vol-1417/paper20.pdf> (1.8.2018).

Berker, T.; Hartmann, M.; Punie, Y.; Ward, K. (2006): Domestication of Media and Technology. New York: Open University Press.

Bijker, W., E.; Pinch, T. (2002): SCOT Answers, Other Questions: A Reply to Nick Clayton. In: *Technology and Culture*, 43 (2). S.361-369.

DOI: 10.1353/tech.2002.0050.

Bijker, W., E. (2009) Social Construction of Technology. In: Olsen, Jan; Kyrre Berg (Hrsg.): *A companion to the philosophy of technology*. Oxford: Wiley-Blackwell. S.88-94.

Bijker, W., E. (2012): The social construction of Bakelite. Towards a theory of invention. In: Bijker, W.; Hughes, T.; Pinch, T. (Hrsg.): *The social construction of technological Systems. New Directions in the History of Technology*. London/ Cambridge: MIT Press. S.155-182.

Blöbaum, B. (2016): Journalismus als Funktionssystem der Gesellschaft. In: Löffelholz, M.; Rothenberger, L. (Hrsg.): *Handbuch, Journalismustheorien*. 1. Auflage Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 151-164.

Bohnsack, R. (2007): Typenbildung, Generalisierung und komparative Analyse. Grundprinzipien der dokumentarischen Methode. In: Bohnsack, R.; Nentwig-Gesemann, I.; Nohl, A.-M. (Hrsg.): *Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 225-254.

Bohnsack, R. (2014): *Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in die qualitativen Methoden*. 9., überarbeitete und erweiterte Auflage. Oplaten/ Toronto: Verlag Barbara Budrich.

Boyd, D.; Crawford, K. (2012) Critical Questions for Big Data. In: *Information, Communication & Society*, 15 (5). S. 662-679.

DOI: 10.1080/1369118X.2012.678878.

Brosius, H.; Haas, A.; Koschel, F. (2012): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 6., erweiterte und aktualisierte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Broussard, M. (2014): Artificial Intelligence for Investigative Reporting. Using an expert system to enhance journalists' ability to discover original public affairs stories. In: Digital Journalism, 3 (6). S.814-831.

DOI: 10.1080/21670811.2014.985497.

Brynjolfsson, McAfee (2014) The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. New York: Norton.

Bucher, T. (2017): Machines don't have instincts': Articulating the computational in journalism. In: New Media & Society, 19(6). S. 918- 933.

Bundeskanzleramt (2016): Algorithmen machen keine Zeitung. Medienenquete diskutiert neue Modelle der Medienförderung. 19.09.2016.

In: [http://www.kunstkultur.bka.gv.at/site/cob\\_63753/currentpage\\_0/7453/default.aspx](http://www.kunstkultur.bka.gv.at/site/cob_63753/currentpage_0/7453/default.aspx) (7.11.2017).

Bundeskanzleramt (2018): Medienfusionskontrolle. Allgemeine Fusionskontrolle gegenüber Zusammenschlüssen nach dem Kartellgesetz.

In: <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/-/medienfusionskontrolle> (1.12.2018).

Carlson, M. (2015): The Robotic Reporter. Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. In: Digital Journalism, 3 (3). S. 416-431.

Castro, D.; New, J. (2016): The Promise of Artificial Intelligence. In: Center for data innovation. In: <http://www2.datainnovation.org/2016-promise-of-ai.pdf> (8.2.2019).

Caswell, D.; Dörr, K. (2017): Automated Journalism 2.0: Event-driven narratives. From simple descriptions to real stories. In: Journalism Practice, 12 (4). S. 477-496.

DOI:10.1080/17512786.2017.1320773.

Clayton, N. (2002): SCOT Does It Answer? In: Technology and Culture, 43 (2). S. 351–360.

DOI:10.1353/tech.2002.0054.

Collins, H. (2012): Expert Systems and the Science of Knowledge. In: Pinch, T. J., Hughes, P., Bijker, W.: (Hrsg.) The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology. S. 321-340.

Cormen, T.H.; Leiserson, C. E.; Rivest, R.; Stein, C. (2017): Algorithmen - Eine Einführung. Oldenbourg: De Gruyter.

Cuhls, K.; Kimperler, S. (2008): Delphi-Report: Zukünftige Informations- und Kommunikationstechniken. In: Fazit- Schriftenreihe. 10. Fraunhofer Institut. System- und Innovationsforschung.

In: <http://informationszentrum-mobilfunk.de/sites/default/files/download/Studien/zukunftsstudie.pdf> (28.12.2017).

Čapek, K. (1920): R. U. R. (Rossum's Universal Robots). Übersetzt von Paul Selver und Nigel Playfair. New York: Garden City.

Decker, M. (2013): Robotik. In: Grunwald, A. (Hrsg.): Handbuch Technikethik. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag.S.354-358.

Der Standard (2017): Beratungsprojekt Ajour für arbeitslose Journalisten startet. In: <https://derstandard.at/2000056509323/Beratungsprojekt-Ajour-fuer-arbeitslose-Journalisten-startet> (5.11.2018).

Diakopoulos, N. (2015): Algorithmic Accountability. In: Digital Journalism, 3 (3) S.398-415, DOI: 10.1080/21670811.2014.976411.

Diakopoulos, N.; (2016): Accountability in Algorithmic Decision Making. In: Communications of the ACM, 59 (2). S.59-62.

DOI:10.1145/2844110.

Dorer, J.; Götzenbrucker, G.; Hummel, R. (2009): Journalism in Austria. In: Terzis, G. (Hrsg): European Journalism Studies. Bristol/Chicago: Intellect. S. 77-90.

Dörr, K. (2015): Algorithmic Journalism. Einordnung und Konsequenzen. In: DFJV (Hrsg.): Journalistische Genres. Konstanz: UVK Verlag.

Dörr, K.; Hollnbuchner, K. (2017) Ethical Challenges of Algorithmic Journalism. In: Digital Journalism, 5 (4). S.404-419.

DOI: 10.1080/21670811.2016.1167612.

Eichmann; Saupe (2014): Überblick über Arbeitsbedingungen in Österreich. Follow-up-Studie. Studie der Forschungs- und Beratungsstelle Arbeitswelt (FORBA) im Auftrag des Sozialministeriums, Sozialpolitische Studienreihe Band 15.

In: <http://media.obvsg.at/AC11743823-2001>(12.2.2019).

Fanta, A. (2017): Putting Europe's Robots on the Map: Automated journalism in news agencies. Reuters Institute Fellowship Paper. University of Oxford.

Fiedler, H. (2017): Österreichs größte Medienhäuser: ORF weit vor Verlagen und Privatsendern, Red Bull rechnet sich hoch - [derstandard.at/2000060594731/Oesterreichs-groesste-Medienhaeuser-ORF-weit-vor-allen-Verlagen-und-Privatsendern](http://derstandard.at/2000060594731/Oesterreichs-groesste-Medienhaeuser-ORF-weit-vor-allen-Verlagen-und-Privatsendern). In: 3.10.2017

<https://derstandard.at/2000060594731/Oesterreichs-groesste-Medienhaeuser-ORF-weit-vor-allen-Verlagen-und-Privatsendern>.(1.11.2018).

fjum-wien (2018): Kursangebote: Datenjournalismus. In: Forum Journalismus und Medien Wien. <https://www.fjum-wien.at/?submit=Suchen&s=datenjournalismus> (2.2.2019).

Frey, C.; Osborne, M. (2013): The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerisation? In: Technological Forecasting and Social Change, 114 (o.A.). Oxford.

DOI: 114. 10.1016/j.techfore.2016.08.019.

Fürst, S. Bosshart, S.; Schönhagen, P. (2014): Journalismus Demokratie. Eine unzertrennbare Allianz? In: 17.9.2014. <https://de.ejo-online.eu/pressefreiheit/eine-unzertrennbare-allianz-journalismus-und-demokratie>. (5.11.2018).

Gadringer, S.; Sparviero, S.; Trappel, J.; Büchner, J.; Holzinger, R. (2017): Reuters Institute Digital News Report 2017: Detailergebnisse für Österreich.

DOI: 10.5281/zenodo.801357.

Gaude, M. (2009): Ein Modell der Technologiediffusion der elektronischen Signatur: Erstellung und empirische Validierung. Dissertation. In: Szyperski, N.; Schmid, B.; Scheer, A.-W.; Pernul, G.; Klein, S.; Schoder, D.; Kollmann, T. (Hrsg.): Electronic Commerce. Band 40. EUL Verlag.

Gartner Group (2018a): Gartner Hype Cycle. Interpreting technology hype.  
In: <https://www.gartner.com/en/research/methodologies/gartner-hype-cycle> (24.1.2019).

Gartner Group (2018b): 5 Trends Emerge in the Gartner Hype Cycle for Emerging Technologies, 2018.  
In: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/5-trends-emerge-in-gartner-hype-cycle-for-emerging-technologies-2018/> (24.1.2019).

Gartner Group (2018c): Gartner Top 10 Strategic Technology Trends for 2019.  
In: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-top-10-strategic-technology-trends-for-2019/> (24.1.2019).

Gatt, A.; Krahmer, E.; (2018): Survey of the State of the Art in Natural Language Generation: Core tasks, applications and evaluation. In: Journal of Artificial Intelligence Research (JAIR), 61 (o.A.). S. 65-170.

Gillespie, T. (2014): The Relevance of Algorithms In: Gillespie, T.; Boczkowski, P.; Foot, K. (Hrsg.): Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society. Cambridge/London: MIT Press. S.167-193.  
DOI: 10.7551/mitpress/9780262525374.001.0001.

Goldberg, E., Driedger, N., & Kittredge, R. I. (1994). Using Natural Language Processing to Produce Weather Forecasts. IEEE Expert, 9 (2). S. 45 – 53.  
DOI: 10.1109/64.294135.

Goldhammer, K. Wiegand, A.; Prien, T.; Wylenga, I. (2018): Auswirkungen von Big Data auf den Markt der Onlinemedien. ABIDA – Assessing Big Data. Berlin: Goldmedia GmbH Strategy Consulting.  
In: <http://www.abida.de/de/blog-item/gutachten-auswirkungen-von-big-data-auf-den-markt-der-onlinemedien> (16.11.2018).

Grunwald, A. (2008): Technik und Politikberatung. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Graefe, A.; Haim, M. (2016): Wenn Algorithmen Journalismus machen. EJO. European Journalism Observatory.  
In: 17.5.2016 <https://de.ejo-online.eu/digitales/wenn-algorithmen-journalismus-machen-2-> (20.6.2018).

Graefe, A. (2016): Guide to Automated Journalism. Tow-Center for digital Journalism.  
In: [https://towcenter.gitbooks.io/guide-to-automated-journalism/content/status\\_quo\\_of/how\\_automated\\_journalism.html](https://towcenter.gitbooks.io/guide-to-automated-journalism/content/status_quo_of/how_automated_journalism.html) (18.10.2017).

Haim, M.; Graefe, A. (2017): Automatisch interessant? Der Einfluss von Involvement auf die Wahrnehmung computergenerierter Texte. München: LMU und Hochschule Macromedia.  
In: [https://www.researchgate.net/profile/Andreas\\_Graefe/publication/319639898\\_Automatisch\\_interessant/links/59e7a944aca272bc423d09be/Automatisch-interessant.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Andreas_Graefe/publication/319639898_Automatisch_interessant/links/59e7a944aca272bc423d09be/Automatisch-interessant.pdf) (1.10.2018).

Hanitzsch, T.; Seethaler, J. (2009): Journalismuswelten. Ein Vergleich von Journalismuskulturen in 17 Ländern. In: M&K., 57(4). S.464-483.  
DOI: 10.5771/1615-634x-2009-4-464.

Häder, M. (2000): Die Expertenauswahl bei Delphi-Befragungen. Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen. In: Mannheim: ZUMA How-to-Reihe (GESIS-How-to, 5). S. 1-15.  
In: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-201374>. (2.2.2018).

Häder, M.; Häder, S. (2000): Die Delphi-Methode als Gegenstand methodischer Forschungen. In: Häder, M.; Häder, S. (Hrsg.): Die Delphi-Technik in den Sozialwissenschaften. Methodische Forschungen und innovative Anwendungen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 11-32.

Häder, M. (2009): Delphi-Befragungen. Ein Arbeitsbuch. 2. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Harty, C.; Araujo, L. (2009): Aligning User Practices in Innovation: The case of Heathrow's Terminal 5 Project. In: Håkansson, H.; Waluszewski, A.; Prekert, F.; Baraldi, E. (Hrsg.) Use of Science and Technology in Business: Exploring the Impact of Using Activity for Systems, Organizations, and People. Bingley/ Emerald: Taylor & Francis Group. S. 271-290.

Helfferrich, C. (2009): Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews. 3., überarbeitete Auflage. Wiesbaden. VS Verlag für Sozialwissenschaften.



Heuermann (2018): Begriff Digitalisierung und neuzeitliche Technikgeschichte. In: Roland Heuermann, Andreas Engel und Jörn von Lucke (Hrsg.): Digitalisierung: Begriff, Ziele und Steuerung. S. 9-50.

Hitzler, R. (1994): Wissen und Wesen des Experten: ein Annäherungsversuch - zur Einleitung. In: Hitzler, R.; Honer, A.; Maeder, C. (Hrsg.): Expertenwissen: Die institutionalisierte Kompetenz zur Konstruktion von Wirklichkeit. Opladen: Westdt. Verlag.

Horacek, H. (2010): Text, Diskurs und Dialog. In: Carstensen, K.-U.; Ebert, Ch.; Ebert, C.; Jekat, S.; Klabunde, R.; Langer, H. (Hrsg.): Computerlinguistik und Sprachtechnologie. Eine Einführung. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag. S.395-398.

Humphreys, L. (2005): Reframing Social Groups, Closure, and Stabilization in the Social Construction of Technology. In: Social Epistemology, 19 (2-3). S. 231-253. DOI: 10.1080/02691720500145449.

Hüffel, C. (2004): Print, Radio, Fernsehen- 50 Jahre Mediengeschichte. In: Hüffel, C.; Reiter, A. (Hrsg.): Medienpioniere erzählen...50 Jahre österreichische Mediengeschichte- von den alten zu den neuen Medien. Wien: Universitäts-Verlagsbuchhandlung. S. 7-16.

Jackson, M. H.; Poole, M., S.; Kuhn, T. (2001): The Social Construction of Technology in Studies of the Workplace. Sage Publications. In: Livingstone, L. (Hrsg.): Handbook of New Media. Sage.

Abgerufen von: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.91.4491&rep=rep1&type=pdf> (1.10.2018).

Jarren, O. (2012): Kommentar: Medienkrise oder Tageszeitungsfinanzierungskrise? In: Jarren, O.; Künzler, M.; Puppis, M. (Hrsg): Medienwandel oder Medienkrise. Folgen der Medienstrukturen und ihre Erforschung. Band 1. Baden-Baden: Nomos. S.165-174.

Kaiser, R. (2014): Qualitative Experteninterviews: Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung. Wiesbaden: Springer Verlag.

Kaltenbrunner, A. (2013): Innovativ. Ja, aber. Die unterschiedliche Bereitschaft zu Veränderung. Medienmanagement und Innovation. In: Kaltenbrunner, A.; Karmasin, M.; Kraus, D. (Hrsg.): Der Journalisten-Report IV. Medienmanagement in Österreich. Wien: Facultas Verlag. S. 53-75.

Katzenbach, C. (2016): Die Regeln digitaler Kommunikation. Governance zwischen Norm, Diskurs und Technik. Dissertation. Wiesbaden: Springer Verlag.

Kent, T. (2015): An Ethical Checklist for Robot Journalism, Medium, 24. In: <https://medium.com/@tjrkent/an-ethical-checklist-for-robot-journalism-1f41dcbd7be2> (18.8.2018).

KFJ (2018): Inhalte des Journalistenkollegs. In: Kuratorium für Journalistenausbildung. <http://www.kfj.at/journalisten-kolleg/modulinhalte/> (2.2.2019).

Knoblauch, H. (2014): Wissenssoziologie. 3. überarbeitete Auflage. Konstanz/ München: UVK /Lucius.

Knoche, M. (2005): Medienkonzentration als Macht- und Legitimationsproblem für Politik und Wissenschaft. Kritisch-empirische Konzentrationstheorie versus apologetisch-normative Wettbewerbstheorie, In: Ahrweiler, P.; Thomaß, B. (Hrsg.): Internationale partizipatorische Kommunikationspolitik. Strukturen und Visionen. Münster/Hamburg/Berlin/London/Wien, S. 117–140.

Knoche, M. (2013): Medienkonzentration. In: Thomaß, B. (Hrsg.): Mediensysteme im internationalen Vergleich. 2. überarbeitete Aufl. Konstanz: UVK. S. 135 – 160.

Kontrast (2018): Die österreichischen Printmedien und ihre Eigentümer. In: <https://kontrast.at/medien-oesterreich/> (10.9.2018).

Kraus, D. (2013): Wer sie sind, was sie tun, was sie denken. Medienmanager und Medienmanagerinnen in Österreich. In: Kaltenbrunner, A.; Karmasin, M.; Kraus, D. (Hrsg.): Der Journalisten-Report IV. Medienmanagement in Österreich. Wien: Facultas Verlag. S. 17-35.

Krawarik, V. (2017): Wenn Algorithmen schreiben lernen. APA-Medialab. In: 23.3.2017 <https://medialab.apa.at/wenn-algorithmen-schreiben-lernen/> (7.11.2017).

Kvicala, T. (2016): Abgehoben: Medienkonzentration in Österreich Die Big Player: ORF, Mediaprint, Styria und lokale Kaiser dominieren weiterhin den Medienmarkt. In: Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik. [https://www.medienimpulse.at/pdf/Medienimpulse\\_Abgehoben\\_Medienkonzentration\\_in\\_Oesterreich\\_Kvicala\\_20160317.pdf](https://www.medienimpulse.at/pdf/Medienimpulse_Abgehoben_Medienkonzentration_in_Oesterreich_Kvicala_20160317.pdf) (10.9.2018).

Lachmayr, N.; Dornmayr, H. (2015): Der Arbeitsmarkt für JournalistInnen: Trends und Perspektiven, im Auftrag des AMS Österreich. Endbericht. Österreichisches Institut für Bildungsforschung. Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft. In: <http://www.oeibf.at/db/calimero/tools/proxy.php?id=15156> (10.9.2018).

Lorberg, D. (2018): Digitale Revolution, Fordismus und Transnationale Ökonomie. Eine politökonomische Betrachtung zur Genese und Gegenwart der globalen Ökonomie. Wiesbaden: Springer Verlag.

Lindemann, G. (2002): Person, Bewusstsein, Leben und nur-technische Artefakte. In: Rammer, W.; Schulz-Schaeffer, I. (Hrsg.): Können Maschinen handeln? Soziologische Beiträge zum Verhältnis von Mensch und Technik. Frankfurt/ New York: Campus Verlag. S.79-100.

Mannheim, K. (1952): Ideologie und Utopie. 3., verm. Aufl. Frankfurt am Main: Schulte-Bulmke Verlag.

Mannheim, K. (1980): Strukturen des Denkens. Kettler, D. (Hrsg.). Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Manovich, L. (2011): Trending: The Promises and the Challenges of Big Social Data. In: <http://manovich.net/content/04-projects/067-trending-the-promises-and-the-challenges-of-big-social-data/64-article-2011.pdf> (18.8.2018).

Marconi, F.; Siegman, A., Machine Journalist (2017): The Future of Augmented Journalism. A guide for newsrooms in the age of smart machines. AP Insights. In: [https://insights.ap.org/uploads/images/the-future-of-augmented-journalism\\_ap-report.pdf](https://insights.ap.org/uploads/images/the-future-of-augmented-journalism_ap-report.pdf) (1.11.2018)

Matuschek, I. (2016): Industrie 4.0, Arbeit 4.0, Gesellschaft 4.0? Eine Literaturstudie. Studie im Auftrag der Rosa-Luxemburg-Stiftung. Berlin.

Matzat, L.; Langer, U. (2014): Aus Zahlen werden Informationen: Datenjournalismus. In: Jakubetz, C.; Langer, U.; Hohlfeld, R. (Hrsg.): Universalcode: Journalismus im digitalen Zeitalter. Deiningen: EFF ESS Verlag. S.333-362.

Medienanalyse (2017): Media-Analyse 2016/2017. Presse. Reichweite in Prozent.

In: <http://www.media-analyse.at/table/2949> (7.11.2017).

Meuser, M.; Nagel, U. (2009): Das Experteninterview — konzeptionelle Grundlagen und methodische Anlage. In: Pickel, S.; Pickel, G.; Lauth, H.-J.; Jahn, D. (Hrsg.): Methoden der vergleichenden Politik- und Sozialwissenschaft. Neue Entwicklungen und Anwendungen. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag. S.465-480.

Mikolov, T.; Chen, K.; Corrado, G.; Dean, J.; Sutskever, I.; (2013). Distributed Representations of Words and Phrases and their Compositionality. In: NIPS Proceeding 2013.

In: <https://papers.nips.cc/paper/5021-distributed-representations-of-words-and-phrases-and-their-compositionality.pdf> (18.8.2018)

Müller, N. (2010): Reglementierte Kreativität: Arbeitsteilung und Eigentum im computerisierten Kapitalismus. Berlin: Ed. Sigma.

Müller-Benedict, V. (2011): Grundkurs Statistik in den Sozialwissenschaften. Eine leicht verständliche, anwendungsorientierte Einführung in das sozialwissenschaftlich notwendige statistische Wissen. 5. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Verlag.

Newman, N. (2018): Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2018. Digital News Project. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism with the support of Google's Digital News Initiative.

In: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-01/RISJ%20Trends%20and%20Predictions%202018%20NN.pdf> (15.2.2018)

Niederberger, M.; Renn, O. (2018): Das Gruppendelphi-Verfahren. Vom Konzept bis zur Anwendung. Wiesbaden: Springer Verlag.

Nohl, A.- M. (2009): Interview und dokumentarische Methode: Anleitungen für die Forschungspraxis. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Nohl, A.- M. (2013): Komparative Analyse: Forschungspraxis und Methodologie dokumentarischer Interpretation. In: Bohnsack, R.; Nentwig-Gesemann, I.; Nohl, A. (Hrsg.): Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag. S.271-294.

Novy, L.; Schwickert, D. (2012): Journalismus in der digitalen Moderne. Ergebnisse aus dem Projekt „Zukunft des Journalismus der Stiftung Neue Verantwortung. In: Fachjournalist, 1 (o.A.).

In: [https://www.fachjournalist.de/PDF-Dateien/2012/05/FJ\\_1\\_2012-Journalismus-in-der-digitalen-Moderne.pdf](https://www.fachjournalist.de/PDF-Dateien/2012/05/FJ_1_2012-Journalismus-in-der-digitalen-Moderne.pdf) (10.9.2018).

Olsen, O.; Engen, O. (2007): Technological change as a trade-off between social construction and technological paradigms. In: Technology in Society, 29 (4). S.456-468.

DOI: 10.1016/j.techsoc.2007.08.006.

Orlikowski, W. J., Gash, D. C. (1994). Technological frames: Making sense of information technology in organizations. ACM Transactions on Information Systems, 12 (2). S.174-207.

ÖAK (2014): Auflagenliste Jahresbericht 2013.

In: [https://www.oeak.at/wp-content/uploads/2016/04/KORR\\_JS\\_2013.pdf](https://www.oeak.at/wp-content/uploads/2016/04/KORR_JS_2013.pdf) (23.2.2019)

ÖAK (2016): Auflagenliste Jahresbericht 2015.

In: [https://www.oeak.at/wp-content/uploads/2016/06/KORR\\_J\\_2015.pdf](https://www.oeak.at/wp-content/uploads/2016/06/KORR_J_2015.pdf) (23.2.2019)

ÖAK (2018): Auflagenliste Jahresbericht 2017.

In: [https://www.oeak.at/wp-content/uploads/2018/07/KORR\\_Auflagenliste\\_J\\_2017.pdf](https://www.oeak.at/wp-content/uploads/2018/07/KORR_Auflagenliste_J_2017.pdf) (23.2.2019)

Örnebring; H. (2010): Technology and journalism-as-labour: Historical perspectives. In: Journalism, 11 (1). S. 57-74.

DOI: 10.1177/1464884909350644

Pavlik, J. (2000): The Impact of Technology on Journalism. In: Journalism Studies, 1 (2). Minnesota, USA. S. 229–237.

DOI: 10.1080/14616700050028226.

Pierson, J. (2006): Domestication at work in small businesses. In: In: Berker, Thomas; Hartmann, Maren; Puni, Yves; Ward, Katie (Hrsg.): Domestication of Media and Technology. New York: Open University Press. S. 205-226.

Pinch, T., J.; Bijker, W., E. (1987): The social construction of facts and artifacts: Or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other. In: Bijker, W., E.; Hughes, Pinch, T. (Hrsg.): The Social Construction of Technological Systems. Cambridge: MIT Press. S. 17-50.

Przyborski, A. (2004): Gesprächsanalyse und dokumentarische Methode: qualitative Auswertung von Gesprächen, Gruppendiskussionen und anderen Diskursen. 1. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag.

Puppis, M.; Künzler, M.; Jarren, O. (2012): Einleitung: Medienwandel oder Medienkrise? In: Jarren, O.; Künzler, M.; Puppis, M. (Hrsg.): Medienwandel oder Medienkrise. Folgen der Medienstrukturen und ihre Erforschung. Band 1. Baden-Baden: Nomos. S. 11-24.

Rammert, W.; Schulz-Schaeffer, I. (2002) Technik und Handeln. Wenn soziales Handeln sich auf menschliches Verhalten und technische Abläufe verteilt. In: Rammert, W.; Schulz-Schaeffer, I. (Hrsg.): Können Maschinen handeln? Soziologische Beiträge zum Verhältnis von Mensch und Technik. Frankfurt/ New York: Campus Verlag. S.11.-64.

Reiter, E. (1996): Building Natural Language Generation Systems. Department of Computing Science University of Aberdeen.

Rogers, E. (2003): Diffusion of Innovations. 5. Auflage. New York/ London/ Toronto/ Sydney: Free Press.

Rohrbach-Schmidt, S.; Tiemann; M. (2013): Changes in workplace tasks in Germany—evaluating skill and task measures. In: Journal for Labour Market Research, 46 (3). S. 215-237.

DOI: 10.1007/s12651-013-0140-3

Russell, S. (1986): The Social Construction of Artefacts: A Response to Pinch and Bijker In: Social Studies of Science, 16 (2). S.331-346.

Ruß-Mohl, S. (2010): Journalismus. Das Lehr-und Handbuch. Frankfurt am Main: Frankfurter Allgemeine Buch.

Saxer, U. (2012): Mediengesellschaft. Eine kommunikationssoziologische Perspektive. Springer Fachmedien Wiesbaden.

Schnetter, M. (2016). Robotik und ihre Regulierung: Tendenzen in Technik, Recht und Ethik. Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag.

Schnieder, E. (1999): Methoden der Automatisierung. Beschreibungsmittel, Modellkonzepte und Werkzeuge für Automatisierungssysteme. Wiesbaden: Verlag Braunschweig.

Schütz, A.; Luckmann, T. (2017): Strukturen der Lebenswelt. 2. Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft/ München: UVK/Lucius.

Sedgewick, R.; Wayne, K. (2014): Algorithmen. Algorithmen und Datenstrukturen. 4. Aktualisierte Auflage. Hallbermoos: Pearson Deutschland.

Selle, S. (2018): Künstliche Neuronale Netzwerke und Deep Learning. Fakultät für Wirtschaftswissenschaften Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes. Saarbrücken.

In: [http://www.htwsaar.de/wiwi/fakultaet/personen/profile/selle-stefan/Selle2018e\\_Kuenstliche\\_Neuronale\\_Netzwerke.pdf](http://www.htwsaar.de/wiwi/fakultaet/personen/profile/selle-stefan/Selle2018e_Kuenstliche_Neuronale_Netzwerke.pdf) (12.12.2018)

Seufert, W. (2012): Auswirkungen des Medienwandels auf die Struktur des marktfinanzierten Medienangebotes. In: Jarren, O.; Künzler, M.; Puppis, M. (Hrsg): Medienwandel oder Medienkrise. Folgen der Medienstrukturen und ihre Erforschung. Band 1. Baden-Baden: Nomos. S.145-164.

Siebert, A. (2014): Roboterjournalismus im Jahre 2020 - Acht Thesen. Huffpost.

In: 8.10.2014. [https://www.huffingtonpost.de/alexander-siebert/roboerjournalismus-im-jahre-2020---acht-thesen\\_b\\_5655061.html](https://www.huffingtonpost.de/alexander-siebert/roboerjournalismus-im-jahre-2020---acht-thesen_b_5655061.html) (7.11.2017.)

Silverstone, R.; Hirsch, E.; Morley, D. (1992): Information and communication technologies and the moral economy of the household. In: Silverstone, Roger; Hirsch, Eric (Hrsg.): Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces. London: Routledge. S. 9-36.

Silverstone, R. (1994): Television and everyday life. London/ New York: Routledge.

Silverstone, R. (2008): Reflections of the life of concept. In: Berker, Thomas; Hartmann, Maren; Puni, Yves; Ward, Katie (Hrsg.): Domestication of Media and Technology. New York: Open University Press. S. 229- 248.

Splendore, S. (2016): Wege zum Datenjournalisten in Europa. In: EJO-European Journalism Observatory.

In: 11.2.2016 <https://de.ejo-online.eu/ausbildung/wege-zum-datenjournalisten-in-europa> (10.9.2018).

Sprondel, W.M. (1979) (Hrsg.): Alfred Schütz und die Idee des Alltags in den Sozialwissenschaften, Stuttgart: Enke Verlag.

Steinmaurer, Thomas (2012): Medien und Medienpolitik in Österreich – ein Überblick. In: Medien und Politik. Politische Bildung Informationen zur Politischen Bildung.35. Innsbruck/Wien/Bozen.

In: <http://www.politischebildung.com/pdfs/35steinmaurer.pdf> (7.11.2017).

Suchman L.; Blomberg, J.; Orr, J. (1999): Reconstructing Technologies as Social Practice. In: American Behavioral Scientist, 43 (3). S.392-408.

Trappel, J. (2004): Austria. In: Kelly, M.; Mazzoleni, G.; McQuail, D. (Hrsg.) The Media in Europe: The Euromedia Handbook. 3. Auflage. London/ Thousand Oaks/ New Delhi. S.4-15.

DOI: 10.4135/9781446215173.n2.

Thurman, N.; Dörr, K.; Kunert, K. (2017): When Reporters Get Hands-on with Robo-Writing. In: Digital Journalism, 5 (10) S.1-20.

Van Dalen, A. (2012): The Algorithm behind the Headlines. How machine-written news redefines the core skills of human journalists. In: Journalism Practice, 6 (5-6). S. 648-658.

Van de Poel, I. (2013): Wertehaltung der Technik. In: Grunwald, A. (Hrsg.): Handbuch Technikethik. Suttgart/ Weimar: Metzler Verlag. S. 133-137.



Von Pape, T. (2008): Aneignung neuer Kommunikationsinnovationen in sozialen Netzwerken. Am Beispiel des Mobiltelefons unter Jugendlichen. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag.

VÖZ (2018a): Marktdaten der Media FOCUS Research GesmbH im Auftrag von VÖZ: Tageszeitungen, Wochenzeitungen und Magazine in Österreich.

In: <http://voez.at/forschung-marktdaten/marktdaten/> (1.10.2018).

VÖZ (2018b) Presseförderung.

In: <https://web.archive.org/web/20100508161654/http://www.voez.at/b104> (1.10.2018).

Weinacht, S.; Spiller, R. (2014): Datenjournalismus in Deutschland Eine explorative Untersuchung zu Rollenbildern von Datenjournalisten. In: Publizistik, 59 (4). S. 411–433. DOI: 10.1007/s11616-014-0213-5.

Weischenberg, S. (2018): Medienkrise und Medienkrieg: Brauchen wir überhaupt noch Journalismus? Wiesbaden: Springer Verlag.

Weiß, J. (2002): Technik handeln lassen? In: Rammert, W.; Schulz-Schaeffer, I. (Hrsg.): Können Maschinen handeln? Soziologische Beiträge zum Verhältnis von Mensch und Technik. Frankfurt/ New York: Campus Verlag. S.65-78.

Winner, L. (1986): The whale and the reactor: A search for limits in an age of high technology. Chicago: Chicago Press. S. 19-39. Winner, L. (1993): Upon Opening the Black Box and Finding it Empty: Social Constructivism and the Philosophy of Technology. In: Science, Technology, & Human Values, 18 (3). S. 362-378.

Young; M.; Hermida, A. (2015): From Mr. and Mrs. Outlier To Central Tendencies, Digital Journalism, 3 (3). S. 381-397.

DOI: 10.1080/21670811.2014.976409.

Zweig, K.; Deussen, O.; Krafft, T. (2017): Algorithmen und Meinungsbildung. Eine Grundlegende Einführung. In: Informatik Spektrum. 40 (4). S.318–326.

DOI: 10.1007/s00287-017-1050-5.

## 12. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Ablauf der Innovationsentscheidungen.....	32
Abb. 2: Hype Cycle for emerging Technologies 2018 (Gartner 2018b).....	36
Abb. 3: Delphi-Design .....	57
Abb. 4: Bereinigung der Frageliste und Subsumieren (Helfferich 2009:187).....	58
Abb. 5: Zukunftsszenario „Algorithmischer Journalismus.....	92

## Anhang A1. Welle 1

### A1.1. Auswahl der InterviewteilnehmerInnen

Bez.	Schwerpunkte	Vorbildung, Ausbildung (relevant für FI)	G.	Alter
J (DJ)	Datenjournalismus, unbef.angestellt	Soziologie Journalismus (FH)	w	25
J (DJ)	Datenjournalismus, unbef. angestellt	PuKW	w	34
J3	Journalismus (IT) selbstständig	Physik (n.a.)	m	50-60
J4	Journalismus (IT) unbef. angestellt	PUKW	m	40-50
J5	Journalismus (IT) Datenschutz, Überwachung, digitale Vernetzung, unbef. angestellt	Tätigkeiten im IT-Bereich	w	35-45
J6 (J/F)	Journalismus/ Forschung: AJ, Journalist, unbef. angestellt	Politikwissenschaft	m	33
E2(WF)	Kultur-Technik und Wissensvermittlung, Konzeptentwicklung unbef. angestellt	Psychologie /Kunst	w	37
E1	Geschäftsführung, Softwareunternehmen, eh. Chefredakteur k.A.	Maschinenbau	m	50-60
E3	Head of Research, NLP, Medienbeobachtung unbef. angestellt	Informatik und Linguistik	m	50
E4	Forschung, Prof. Textbasierte Algorithmen, Machine translation unbef. angestellt	Wirtschaftsinformatik Philolog. Studium	m	40-50
E5	Forschung, NLP k.A.	Informatik	m	k.A.
C1	Produktmanagement, datenbasierte Erschließung von Zielgruppen, Verantwortung d. Algorithmen und Distribution von Inhalten unbef. angestellt	Journalismus (FH)	m	29
C2	Chefredaktion, Redaktionelle Innovation unbef. angestellt	Philolog. Studium	w	46
C3	Chefredaktion unbef. angestellt	PuKW	m	30-40
C4	Chefredaktion und Eigentümer (IT-Spezifisch, ICT, Multimedia) selbstständig	PuKW/ Psychologie	m	60
C5	ehem. Chefredaktion (Finanzspezifisch) k.A.	PuKW	m	50-60
C6	Chefredaktion (Journalismus-spezifisch) k.A.	k.A.	m	k.A.

## Anhang A2. Einverständniserklärung



TeilnehmerInnennummer:

### Einverständniserklärung zur Erhebung und Verarbeitung anonymisierter Interviewdaten

**Thema: Algorithmischer Journalismus im Onlinebereich als Zukunftsmodell?**

**Magisterarbeit, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (033 841)**

Universität Wien

Interviewerin: Victoria Ertelthaler

---

- Das Interview wird mit einem Aufnahmegerät aufgezeichnet, anonymisiert und zur Analyse zwecken transkribiert.
- Die Anonymisierung erfolgt durch die Zuweisung einer TeilnehmerInnennummer zur Audiodatei und der Transkripte.
- Demografische Daten wie Geschlecht, Alter, berufliche Funktion und Bildungsstand, werden zu Forschungszwecken erhoben und den anonymisierten TeilnehmerInnennummern zugeordnet.
- Die Teilnahme an den Interviews ist freiwillig und kann jederzeit konsequenzlos abgebrochen werden. Das Zurückziehen von bereits getätigten Interviews ist möglich. Die entsprechenden Aufzeichnungen werden in solchem Fall zeitnah gelöscht.

Ich bin einverstanden, im Rahmen der genannten Magisterarbeit, an einem Interview teilzunehmen und, dass die Inhalte zu Forschungszwecken herangezogen werden.

---

Ort, Datum, Unterschrift

1

---

<sup>1</sup> Algorithmischer Journalismus als Zukunftsmodell  
(Arbeitstitel)

## Anhang A3. Interviewleitfäden

### A3.1. Leitfäden Medienbereich (JournalistInnen und ChefredakteurInnen)

Thema/ Organisatorisches

#### A. Perspektiven, Bedeutungszuweisungen und Wissen über die Innovation

A. Impuls: Roboterjournalismus, Algorithmischer Journalismus: Inwieweit haben Sie sich damit beschäftigt?

- Was verbinden Sie mit diesen? Erfahrungen?
- In welche Richtung in Zukunft? (vertiefend auf B und C)
- Was kritisch oder hoffnungsvoll? (vertiefend auf B und C)

#### B. Ethische Perspektiven

B. Impuls: Rolle des Journalismus für die Gesellschaft: Welche Tätigkeit soll in der Hand von Menschen bleiben?

- Ersatz von menschlicher Tätigkeit
- Grenzen des Einsatzes von AJ und Gefahren
- Umgang mit Daten und Endprodukt
  - Transparenz
  - Quellenverweise
  - Entscheidungsmacht und Verantwortung

#### C. Arbeitspraxis von JournalistInnen (Tätigkeitsbereich und Arbeitsalltag)

C. Impuls: Was würde sich am journalistischen Arbeitsalltag durch AJ verändern?

- Nachteile und Vorteile?
- journalistischen Anforderungen an automatisierter Textgenerierung?
  - **JournalistInnen: Entlastung – Belastung durch AJ**
  - Rolle der JournalistInnen (Gesellschaftliche Anforderungen, Selbstbild)
  - Gegebenenfalls konkretes Anwendungsbeispiel anführen (Sportnachrichten, Finanznachrichten, Immobiliennachrichten, Datenmanagement und Zusammenfassung von Ergebnisse durch Algorithmen, Textgenerierung)
    - *Mögliche Aufgaben für Algorithmen im Arbeitsalltag*
    - *Zeitdruck- Zeitersparnis*
    - *berufliche Anforderungen an JournalistInnen (Jobverlust, Berufseinstieg)*
    - *berufliche Weiterentwicklungsmöglichkeiten für JournalistInnen,*
    - *Notwendige Skills im Umgang mit AJ*
    - Rolle als JournalistInnen: Eigenperspektive, gesellschaftliche Perspektive
  - **ChefredakteurInnen: Entlastung – Belastung durch AJ**
  - Rolle der JournalistInnen
    - *Mögliche Aufgaben für Algorithmen*
    - *Finanzielle Vor- und Nachteile*
    - *Zeitdruck- Zeitersparnis*
    - *berufliche Anforderungen an JournalistInnen,*
    - *Redaktionelle Rahmenbedingungen: Verantwortung bei Fehler, juristisch und qualitative Anforderungen*
    - *redaktionelle Anforderungen an die Softwareleistung*
    - *Notwendige Skills im Umgang mit AJ*

## **A3.2. Leifaden für EntwicklerInnen (E)**

Thema/ Organisatorisches

### **A. Persönliche Perspektiven, Bedeutungszuweisungen und Wissen über die Innovation**

A. Impuls: Sie entwickeln/ bieten aktuell Produkte zu automatisierten Textgenerierung an.

- Über welche AI sprechen wir hier konkret? (vertiefend auf B)
  - Fokus auf: Neuronale Netzwerke/ Deep Learning, Automatisierung durch regelgeleitete Algorithmen, Data Mining

### **B. Technologische Entwicklung (Fokus auf EntwicklerInnen)**

B. Impuls: Über welche aktuellen Fähigkeiten verfügen Algorithmen derzeit, in Bezug auf automatisierte Textgenerierung?

- Einsatzmöglichkeiten von AI im Journalismus
- entwicklungsspezifische Anforderungen an automatisierter Textgenerierung
- AJ: Welcher Entwicklungsaspekt aktuell im Vordergrund
- AJ: (noch) nicht lösbare entwicklungsspezifischen Herausforderungen
- In welche Richtung geht also AJ in Zukunft?

### **C. Ethische Perspektiven**

C. Impuls: Ethischen Grenzen des Einsatzes von Algorithmischen Journalismus: Welche Tätigkeit soll in der Hand von Menschen bleiben?

- Ersatz von menschlicher Tätigkeit
- Grenzen des Einsatzes von AJ und Bedenken
- Umgang mit Daten und Endprodukt
  - Transparenz
  - Quellenverweise
  - Entscheidungsmacht/ Verantwortung der UserInnen/ Redaktionen

### **D. Arbeitspraxis in redaktionellen Umfeld**

C. Impuls: Was würde sich am journalistischen Arbeitsalltag durch AJ verändern?

Nachteile und Vorteile?

- Änderung beruflicher Arbeitsbereiche (neue oder veränderte Berufsbilder)
- Notwendige Skills im Umgang mit AJ
- Mögliche Finanzielle Vor- oder Nachteile für Redaktionen

### **A3.3. Leifaden für WissensvermittlerInnen (E)**

Thema/ Organisatorisches

#### **A. Persönliche Perspektiven, Bedeutungszuweisungen und Wissen über die Innovation**

A. Impuls: Sie beschäftigen sich mit Technikfolgen (und Automatisierungsprozessen). Wo liegt dabei hier Ihr Schwerpunkt?

- In welche Richtung AI/ KI und Automatisierung in Zukunft? (vertiefend auf B, C, D)
- Was kritisch oder hoffnungsvoll? (vertiefend auf B, C, D)
- Über welche AI/ KI sprechen wir hier konkret? (vertiefend auf B)
  - Fokus auf: Neuronale Netzwerke/ Deep Learning, Automatisierung durch regelgeleitete Algorithmen, Data Mining

#### **B. Technologische Entwicklung (Fokus auf EntwicklerInnen)**

B. Impuls: Welche aktuellen Fähigkeiten stehen in Bezug auf AI derzeit zur Debatte?

- Einsatzmöglichkeiten von AI im Journalismus
- entwicklungsspezifische Anforderungen an automatisierter Textgenerierung
- AI: Welcher Entwicklungsaspekt und Ziele aktuell im Vordergrund?

#### **C. Ethische Perspektiven**

C. Impuls: Ethischen Grenzen des Einsatzes von AI in Bereichen wie Journalismus: Welche Tätigkeit soll in der Hand von Menschen bleiben?

- Ersatz von menschlicher Tätigkeit
- Grenzen des Einsatzes von AI und Gefahren
- Ggf: Rolle von JournalistInnen
- Umgang mit Daten und Endprodukt
  - Transparenz
  - Quellenverweise
  - Entscheidungsmacht/ Verantwortung

#### **D. Arbeitspraxis von JournalistInnen**

C. Impuls: Was würde sich am journalistischen Arbeitsalltag durch AJ verändern?

- Nachteile und Vorteile?
- journalistischen Anforderungen an automatisierter Textgenerierung
- Änderung beruflicher Arbeitsbereiche (neue oder veränderte Berufsbilder)
- Notwendige Skills im Umgang mit AJ
- Mögliche Finanzielle Vor- oder Nachteile für Redaktionen

### A3.4. Ablauf der Gespräche

- Anpassung an Sprache an Teilnehmenden (aus dem Vorgespräch in Erfahrung gebracht)
- Begriffe an die Perspektive der Teilnehmenden anpassen (Roboterjournalismus, Algorithmischer Journalismus, NLG, NLP, „automated text generation“)
- Nachhaken
- Wiederholung und Zusammenfassung in Gesagten (um Unklarheiten bei der Auswertung zu vermeiden)
- Einbindungen der Leitfaden-Fragen in den Gesprächsverlauf (sprachliche Anpassung)
- Bereiche die durch die Eingangsfrage bereits abgedeckt wurden, werden nicht zusätzlich abgefragt
- Interviews mit inhaltlicher geringer Dichte werden als Beiwerk zur Erhebung verstanden, sofern zur Thematik erhellende Aussagen aufspürbar sind
- Zu vermeiden war ein dialogischer Ablauf der Interviews. In Ausnahmefällen entwickelte sich ein Interview an wenigen Passagen zu einem dialogischen Ablauf. Das lag zum einen an einer missverständlich formulierten Frage, bzw. an direkte Fragen, die von Teilnehmenden an die Interviewerin gestellt wurden. Textpassagen von dialogischen Charakter werden in der Auswertung nur geringfügig berücksichtigt und stellen eine absolute Ausnahme der Interviewführung dar.

#### *Memos während des Auswertens (J)*

- Technologie wird konstruiert. Diese Konstruktion wird sichtbar in der Zuweisung spezifischer Leistungen, sichtbaren Output und Interpretation des „Gehörten oder Gelesenen“ darüber. JournalistInnen greifen auf ihr Wissen und Information zurück, die selbst erhalten haben oder sich selbst angeeignet haben. Dies ist zu reflektieren unter dem heterogenen Zugängen von JournalistInnen die sich aus dem Bereichen, Datenjournalismus, Tech-Journalismus und inhaltliche kritische Perspektiven zur Digitalisierung stammen.
- Innovation: Kritische Anmerkungen finden sich im Umgang von Begriffen und Wording der Software- und Medienunternehmen selbst. Innovationsgeladene Begriffe wie „Roboter“ oder „AI“ werden wahrgenommen und als „sich als Innovation zu präsentieren“ verstanden.
- Begrifflichkeiten: Begriffe werden synonym oder vertauscht genutzt und geben der Konstruktionen so für Dritte weitere Sinndimensionen. Sie zeigen, dass die Begriffe selbst einer Konstruktion unterliegen, aber nicht wahllos genutzt werden. Begriffe wie Artificial Intelligenz sind Begriffe der Zukunft, der Faszination und Verknüpfung der Science Fiction gepaart mit Erwartungen von JournalistInnen an die Leistungen der Technologie und deren Kraft imstande ist zur Befreiung von monotoner und lastvoller Arbeitsleistung zu führen.
- Im Vordergrund steht das spielerische Annähern, der entdeckende und neugierige Geist von JournalistInnen und ihre Vorstellungen eines gelungenen Umgangs mit Technologie

#### *Memos während des Auswertens (E)*

- Beschreibung der Technologie und ihre Möglichkeiten (regelbasiert, einfach und template-gebundene Anwendungen- daraus ergibt sich auch die Einschränkungen und die eng-gesteckte Anwendungsmöglichkeit (E1)
- Begrenzungen die sich durch Technologischen Fortschritt ergeben (Entwicklungskurve) (E3), aber auch die Investition in Technologien ihr Fortkommen (E4) beeinflusst. (Zb. Computerlingustics am Abstellgleis).



- Es ging also weniger um das Verstehen des Inhaltes und stärker um die Mustererkennung. Deshalb steht die Technologie genau dort wo sie jetzt steht (Deep Learning, AI und Algorithmen).
- Entwickler spezifischer Software heben die Vorteile der Zeitersparnis hervor (Zeit für mehr Recherche) dies auch in anderen Studien bereits untersucht wurde.
- Gefahren werden sich eher im Bereich von möglichen Eingriff (massenhaftes Überschwemmen von teil- Falschnachrichten, Trolling) und Manipulationsversuchen manifestieren (Zb. Wahlbeeinflussung)

#### *Memos während des Auswertens (C)*

- Texte die erstellt werden: Man braucht eigentlich nur einen Journalisten, der die Mustersätze hinzufügt, bzw. das Briefing erstellt.
- Alles andere kann von Personen übernommen werden, die die Daten einfach pflegen und das System warten.
- Durch Roboter: Analyse der redaktionellen Text um dafür Datenmodelle und Textstrukturen zu erstellen.
- Datenverfügbarkeit: Welche Daten dürfen überhaupt herangezogen werden?
- Personalisierte Nachrichten können nur mit Algorithmus und automatisierter Textgenerierung bewerkstelligt werden.

#### *Memos während des Auswertens (C) und weitere Bereich des AJ abseits von automatisierter Textgenerierung*

- Pageimpressions/ Webanalysen
- Online-Distribution durch Algorithmen
- Reihung der Inhalte nach Parameter (Algorithmen)
- Zugang zu Daten (NutzerInnendaten)
- Personalisierte Daten

### A3.5. Thematischer Verlauf und formulierende Interpretation

#### A3.5.1. J1

Überthema	Unterthemen	Zeile	FI (J1)
Wissen über AJ	Studium	12-18	Teilnehmerin erzählt: Im Studium wurde das Thema AJ (im Onlinejournalismus) eher am Rande behandelt. Auf ethische Fragen oder Verfahren wurde dort nicht eingegangen.
Einschätzung zu AJ	Einsatz in größeren Redaktionen Mehrwert: Häufiger und täglicher Content - Entlastung	77-86	Als Leserin berichtet die Teilnehmerin folgendes: Der Einsatz ist für größeren Redaktionen interessant. Der Mehrwert liegt eher bei Verlagen die häufig und täglich Content produzieren. Von kleinen Redaktionen wird nicht jeden Tag Content erwartet. Von der Redaktion, in der Teilnehmerin arbeitet, wird etwas Besonderes erwartet. Aber das kann AJ nicht liefern.
Datenjournalismus und AJ	Unterstützung durch automatisierte Programme, Software selbstlernend, die Daten sammelt, Zeitersparnis durch Software	92-99 103-107 109-120	Teilnehmerin tut sich schwer konkretes Anwendungsfeld von AJ zu nennen. Deshalb: Erklärung anhand des Datenjournalismus: Beispiel (Glücksspielrecherche)-Unterstützende Software, zb. Bei Datenrecherche. Eine selbstlernende Software, die Daten "runterzieht", verwendet sie oft um nicht Daten abtippen zu müssen. Sie verwenden es oft. Teilnehmerin empfindet den Einsatz von Software als Zeitersparnis. Stupide Arbeit wird verringert- Teilnehmerin geht auch große Datenmenge an. Am Ende braucht es trotzdem noch Kontrolle von einem Menschen.
Arbeitspraxis	Wissen aneignen (Software) in Teamarbeit	136-142	Stories sind in der Redaktion Teamarbeit und es gibt viel Erfahrung unter KollegInnen (Synergieeffekte). Teilnehmerin bekommt dadurch Unterstützung auch im Umgang mit Software, die benutzungsfreundlich ist.
Arbeitspraxis	Kennenlernen der Software in der Arbeit, Erfahrung in der Redaktion Vergleich mit anderen Redaktionen Transparenz (Softwareeinsatz)	152-156 161-165 165-174	Teilnehmerin lerne spez. Programme in Redaktion kennen und nutze Angebote für Datenjournalismus wie in einem Ausbildungskonzept wo Erfahrung anderer zur Verfügung steht. Sie erzählt auch von Vergleich mit anderen Redaktionen, welche Software diese einsetzen. Im englischsprachigen Raum wird der Einsatz offen gelegt- Transparenz ist wichtig.

Vollautomatisierung und Datenverfügbarkeit	Klügere Programme die noch schneller lernen, Daten anforderung, Zugang zu privaten Daten- Spionage	176-185 199-239	TeilnehmerIn bejaht auf Nachfrage, dass Nutzung von Software eine Zeitersparnis ist. Teilnehmerin erwähnt: Es gibt immer klügere Programme die schneller lernen. Sie sieht vollautomatisierte Abläufe problematisch: Ist es in Ordnung große Datenmengen zu sammeln? Manche Daten sind kostenpflichtig. Der Zugang zur privaten Daten wäre problematisch, vorallem wenn es Technologien gibt die in Richtung Spionage gehen.
Arbeitspraxis: Analog arbeiten	Verhalten bei Anwendungsfehler: Problembehebung	250-256	Es besteht die Möglichkeit auch ohne Software zu arbeiten. Auch wenn es mal nicht funktioniert, ist die Software eine Erleichterung.
Arbeitspraxis: Aufgaben	Arbeitsteilung nach Thema (jedeR macht alles)	287-301	Teilnehmerin meint, die Redaktion ist atypisch. Sie ist eher für Daten zuständig. Die Arbeitsteilung erfolgt nach Thema und nicht nach Arbeitsbereichen.
Grenzen de AJ	Positiv: Software unterstützt Wissen anzueigenen Grenze und gefährlich wenn Software, das Wissen interpretiert und aufbereitet -> Entscheidungen trifft	303-344	Teilnehmerin fällt nicht gleich etwas ein, da bei ihnen eher das "Abschreiben" Thema ist (Zeitersparnis). Nach Nachfrage von Interviewerin wo für sie die Grenzen ist, entgegnet die Teilnehmerin: Sie nimmt sofort an was sie als Journalistin unterstützt (keine Angst vor Technik). Ein Programm das Wissen deutet und interpretiert, die Entscheidungen überlassen was und wie es Information aufbereitet, sieht sie kritisch. Das ist gefährlich: Anweisung für Entscheidungen würde die TeilnehmerIn einer Software nie geben.
Einscheidungen abgeben als Gefahr	Abschaffung des Journalismus. Demokratiepölitisches Problem	346-350	Zeitersparnis durch Nutzung von Tech. Entscheidungen abgeben schafft Journalismus ab. Das ist ein demokratiepölitisches Problem im Sinne von Meinungpluralismus in der Öffentlichkeit. TeilnehmerIn würde nie Software für sie suchen lassen.
"Objektivität" der Maschinen	Deutung von Inhalten (Mensch) Datenjournalismus nicht objektiver	352-366	Zentrale Aufgabe des Datenjournalismus-Meinungspluralität. Es wird oft missverstanden, aber Datenjournalismus ist nicht objektiver. Menschen machen Datenauswahl, Interpretation und schaffen Bezugsgrößen. Entscheidungen der Maschinen werden auch programmiert.
Rolle: JournalistInnen	Eingebettet in Gesellschaft, Reflexion	376-393	AJ bräuchte menschliche Erfahrungswerte, viel Wissen und müsste Zusammenhänge verstehen. Als JournalistIn ist man in Gesellschaft eingebettet und ist reflexionsfähig. Eine Maschine ist nicht reflexionsfähig.

Grenzen de AJ (und Problemstellungen)	Arbeitsplätze einsparen nur qualifizierte Jobs	395-419	Teilnehmerin befürchtet, dass es weniger bezahlte Stellen geben wird. Gut wenn nervige Tätigkeit wegfallen würden. Für Unternehmen nützlicher, die viel Daten machen und tagesaktuell produzieren.
AJ im Einsatz und Blick auf den Journalismus	Legitimation von JournalistInnen? "Objektivität" der Software	412-443	E geht dann vielleicht um die Legitimation von Journalismus. JournalistInnen kosten etwas und die Maschine den Anschein nach objektiver. Die Programme sind vl. die Hoffnung auf mehr Objektivität. JournalistInnen wird Ideologie vorgeworfen und Maschinen "verhabern" sich nicht.
Skills	Verständnis der Materie (Daten, Software) und Zusammenhänge, keine Tech-Angst	445-477	Wichtig ist zu wissen, was Technologie kann und keine Angst vor Technik zu haben. Man lernt schnell die Software. Das ist auch eine Zusatzqualifikation. Im Datenjournalismus müssen Daten verstanden werden. Teilnehmerin hat Soziologie studiert und denkt dadurch einen leichteren Zugang zu haben (kritischer Blick). Ein Verständnis für Grundzusammenhänge wichtig, vorallem wenn auf gesellschaftliche Missstände hingewiesen werden will.
Arbeitsbereich in Zukunft	Quellenmanagement- Erstellung und Wartung - Ressourcenfrage- eher für größere Redaktionen	484-505	Bedarf an Quellenmanagement. In der Redaktion gibt es einen Schatz an Wissen und ExpertInnen um Quellenmanagement. Synergieeffekte gehen verloren, weil es DatenmanagerInnen geben sollte, die wissen wer was macht und Kontakte empfiehlt. Für eine große Redaktion wäre so etwa denkbar, ist aber auch eine Ressourcenfrage.
Grenzen	Vermeintliche Objektivität der Maschine	507-516	Teilnehmerin findet das Thema der vermeintlichen Objektivität der Maschine sehr wichtig. Die persönlichen Neigungen der Menschen dahinter werden nicht offen gelegt. Darauf sollte hingewiesen werden.
Problemstellungen von Automatisierung	Ausbau der Anwendungen Fehlendes Kontextwissen, Nur Ausschnitte, Test bei Sport	527-554	Der Einsatz von Serviceangebote öffnet die Tür zur weiteren Einsatz. AJ wird gerade im Sport getestet- der muss nicht unpolitisch sein. AJ fehlt Kontextwissen und nur ein kleiner Ausschnitt ist zu bekommen.
Rolle: JournalistInnen	Wissen vermitteln Grundlage zur Meinungsbildung	556-561	Als Journalistin will die Teilnehmerin Wissen vermitteln und Grundlage zur Meinungsbildung bieten.

### A3.5.2. J2

Überthema	Unterthemen	Zeile	FI (J2)
Beschäftigung/ Ausweinander- setzung	Datenjournalismus (nicht AJ) Anwen- dung in Medienun- ternehmen, Erfah- rungswert mit DJ	11- 36	Teilnehmerin hat sich weniger mit Robo- terjournalismus, aber stärker mit Datenjour- nalismus und den Einsatz beschäftigt. Kleine Redaktionen meinen, keine Res- ourcen und keine Skills zu haben. Sie selbst hatten eine ProgrammiererIn die Scrollstories gemacht hatte und nicht nachbesetzt wird. In der Redaktionen wer- den Tools für die Darstellung ausprobiert.
Tools	Hilfreich für Daten- erhebung, Zugang zu Daten schwierig (Ö), Datenlogiken, Lobbying betrei- ben, Öffentliche Stellen müssten Da- ten zu Verfügung stellen	115- 139	Teilnehmerin berichtet aus Erfahrung und auf Basis ihre Forschungen, dass Daten teilweise kostenpflichtig und schwierig zu bekommen sind, vorallem in Österreich. Tools die Daten erheben, die Aussage ha- ben sind hilfreich. Mehr Bewusstsein für ein Thema, kann auch zu mehr Daten füh- ren. Lobbying ist hier wichtig. Öffentlich Stellen sollten eigentlich Daten zu Verfü- gung stellen.
AJ	Schwierig vorstell- bar- Kontextualisie- rung von Daten, AJ könnte hilfreich sein, Verlassen auf Maschinen, auto- matisierte Tran- skription wün- schenswert, Verge- wissern ob Ma- schine gut arbeitet, Einsatz bei fachli- chen Informationen- Daten,	151- 166, 167- 174	Für die Teilnehmerin ist schwer vorstellbar automatisch einenText aus Daten zu ge- nerieren zu lassen, da das Interpretieren und in Kontext-setzen Aufgabe der Jour- nalistInnen ist und sie sich ungern auf Ma- schinen verlassen möchte. Eine automati- sierte Transkription ist wünschenswert.Das Vergewissern und Überprüfen ob eine Ma- schine gut arbeitet ist wichtig. Bei Sport o- der Wahlberichterstattung ist AJ, also der Einsatz bei fachlichen Informationen, vor- stellbar.
Kritische Berei- che	Grenzen bei Kon- textualisierung- In- terpretationsfähig- keit von Maschinen vorstellbar, Vertrau- ensproblem: Feh- lende Verbindung zum Menschen und Vertrauen der Ma- schine wahre Nach- richten zu produzie- ren	177- 200	Möglich, dass Maschinen interpretieren könnten anhand von Erfahrungswerten. Wichtig ist, dass LeserInnen wissen wenn Maschine dahinter ist. Das Vertrauen in Content ist vl. geringer wenn LeserInnen keinen Bezug zur AutorInnen haben. Be- züglich Maschine könnte das Vertrauen fehlen, dass diese "wahrhaftige Nachrich- ten" produziert.
Menschlicher Tätigkeitsbereich	Lesen und schrei- ben können, Prüfen des Endprodukts, Meinungselemente, Vorstellbar, dass Maschine Sprache erfasst,Endprodukte	202- 223	Es ist vorstellbar, dass die Maschine gsprochenen Text erfasst Lesen und schreiben können - das Endprodukt soll geprüft werden. AJ kann keine Mei- nungselemente ersetzen.

	vom Menschen prüfen		
Neuronales Netzwerk- mi "Meinung"	Grundlage der Meinung nicht vorstellbar, Angst: Sehr viel Boulevard	225-237	Ein neuronales Netzwerk mit Meinung ist nicht vorstellbar. Die Meinung basiert auf einer Grundlage und bei der populistischen Boulevard- Berichterstattung in Österreich ist das schwer abschätzbar.
Menschlicher Tätigkeitsbereich, Gatekeeperfunktion	Gatekeeperfunktion des Menschen, Neue Blickwinkel durch AI Transparenz (Person, Meinung, etc.)	239-256	Der Mensch sollte Gatekeeperfunktion behalten. Durch AI könnten neue Blickwinkel möglich sein. Eine objektive Berichterstattung gibt es so nicht (Auswahl, etc). Wichtig ist, dass transparent ausgewiesen ist.
Menschlicher Tätigkeitsbereich, Mitgestaltung durch Menschen	Menschen sollen immer mitgestalten, Überprüfung der Inhalte, Neue Zugänge durch Maschinen	258-277	JournalistInnen sollten Agenda haben dürfen. Leidenschaft. Menschen sollen mitgestalten und Output überprüfen. Neue Ideen/ Zugänge sind durch Maschinen vll. möglich, so wie es jetzt bereits praktiziert wird sich von Außen inspirieren zu lassen.
Gatekeeper und Kontrollfunktion	Vertrauen in Medien, Dystopisch, dass Maschinen übernehmen, sich nicht Maschinen unterwerfen,	279-291	Vertrauen in Medien der LeserInnen ist ein großes Thema. Es ist dystopisch, dass Maschinen die Medien übernehmen und Menschen sollen sich nicht unterordnen.
Kontrollfunktion des Journalismus	Politik- Kontrollfunktion, Journalismus als 4. Gewalt	294-302	Journalismus (vom Menschen) übernimmt Kontrollfunktionen- als 4. Gewalt. Aufteilung der Macht nicht zu Gunsten der Maschine
Transparenz und Offenlegung	Agenda von JournalistInnen, Finanzierung, Quellen, Evidenzgestützt/ datengestütztes Arbeiten (vertrauenswürdiger)	324-355	Es ist wichtig solche Dinge wie die Agenda von JournalistInnen, Hintergrund und Finanzierung (Pressreisen) offenzulegen, sowie Quellentransparenz durch Link-Setzung zu gewährleisten. Datengestützte Berichterstattung hat mehr Aussagekraft.
Idee zur Anwendung, Textgenieung: Zusammenfassung	Erfahrung auf Pressereise, Informationen vergleichen (AJ), Angenehm: AJ stellt vll. Text zur Verfügung mit erfassten Daten?	388-405	Textgenerierung im Sinne einer Zusammenfassung wäre interessant. Die Teilnehmerin beschreibt ihre Erfahrung auf einer Pressereise und die Recherche war langwierig. Angenehm wäre Folgendes gewesen: AJ stellte vll. Text zur Verfügung mit erfassten Daten als große Hilfe.
Beispiel: Datenjournalismus Problemstellungen	Zeitaufwändig, niemand kennt sich aus Arbeit mit Externen keine Option, Leute notwendig die es interessiert und unterstützen (GF), Know-How fehlt (DJ)	405-430	Teilnehmerin erwähnt Beispiel von erfassten Daten - wenn es einfach wäre, vielleicht gleich gesetzt. Es ist zeitaufwändig, ExperInnen fehlen und Externe sind keine Option. Die Entscheidung für Technologie muss von oben kommen oder zumindest forciert werden.

Gemischte Teams notwendig	ProgrammiererIn im Online-Team (Einbindung im Prozess) mit Medieninteresse hätten großen Impact, Zuwenige sehen sich auf der Tech-Seite,	432-451	Teilnehmerin wünscht sich ProgrammiererIn, die/der bei der Recherche von Anfang an dabei ist. Erst am Schluss Texte mit Daten zu unterlegen führt zum Scheitern. Ein gemischstes Team ist wünschenswert. Viele JournalistInnen sehen sich nicht auf der technischen Seite. ProgrammiererInnen sollten Medienverständnis haben.
Eignung der Personen, IT und J	Programmierung und Medien als getrennte Welt, Eignung der Personen	468-474	Programmierung und Medien als getrennte Welt. ProgrammiererInnen fühlen sich von Jobangebot oft nicht angesprochen.
IT und J: Rollen	Mehr IT-Personal (50/50) verschiedenste Rollen	478-487	Es ist IT-Personal (50/50) mit verschiedenste Rollen notwendig. Alles zu können ist nicht möglich um etwas gut zu machen.
Anforderung an JournalistInnen in Zukunft	Änderung permanent Umgang mit Daten ggf. Programmiersprachen (besonders DJ)	489-531	Die Anforderungen an JournalistInnen ändern sich permanent. Wissen im Umgang mit Daten ist erwünscht. Bei Bewerbungsgesprächen wurde die Teilnehmerin auch nach Programmiersprachen gefragt. Die Redaktion der Teilnehmerin ist traditionell.
Anforderung an JournalistInnen in Zukunft: Kooperation	Arbeiten im Datenteam (bessere Qualität) Verständnis für Zahlen nicht programmieren wollen Kooperation: Denkweisen der Personen	533-568	Teilnehmerin schreibt gerne und will nicht programmieren, aber ein Verständnis für Daten haben und in einem Datenteam zu arbeiten. Im Journalismus herrscht Kampf einzelner. Die Artikel werden besser in Kooperation anderer Menschen und ihren Denkweisen.
Ergänzung der Skills: Kooperation	Dateam- Zusammenarbeit	580-600	Bessere Dinge entstehen in der Zusammenarbeit unterschiedlicher Denkvermögen.
Datenteam: Kooperation	Mehr Teamarbeit in Zukunft (generell), ev. Kommunikationsschwierigkeiten, Kooperation und Austausch, Unterstützung in der Community (DJ) Konkurrenzdenken in Österreich hoch.	602-635	Teamarbeit wird wichtiger. Kommunikationsschwierigkeiten können entstehen. Ergebnis der Forschungen der Teilnehmerin ist, dass Kooperation intern und extern wichtig ist, wie Austausch in der Community und Unternehmen. Sie hat große Hilfsbereitschaft erfahren. Das Konkurrenzdenken in Österreich ist aber hoch.
Konkurrenz: Wettrennen um Technologie	"Wiener sind viel langsamer", Wettrennen im Einsatz, Einsatz von Analysetools, Unterstützung: Kick-Rate	637-688	Die Entwicklung in Ö. hängt etwa nach und es ist ein Wettrennen im Einsatz von Technologie. Derzeit möchte die TeilnehmerIn, ein Analysetool (Unterstützung: Kick-Rate) für die Redaktion, das andere schon im Einsatz haben.

Automatisierte Texterstellung/ Technologieanwendung,: Bereitschaft zur Technologie	Vorstellbar auch Visualisierung, Bereitschaft Neues zu lernen, Berufsfeld ändert sich- abwechslungsreicher, Radio (mit Technikschön) Technologieanwendung- Spaß	713-729 731-731	Für die Teilnehmerin ist es vorstellbar automatisierten Text/ Textgenierung zu verwenden (wie Datenvergleich), bzw. müsste man es fast verwendet. Es erfordert aber Bereitschaft und Zeit reinzukommen. Das Berufsfeld wird abwechslungsreicher. Teilnehmerin hat beim Radio gerne mit Technologie gearbeitet.
Kontrolle des AJ-Outputs durch Menschen	Qualität wird nicht gut sein, Würde Output umschreiben (Sprachliche Bilder hinzufügen)	738-756	Teilnehmerin würde generierten Text mit sprachlichen Bilder versehen und verglichen wie sie es in Kontext gesetzt hätte.
Grenzen des AJ: Fehlende Eingriffsmöglichkeiten als Grenze	Kein Teil davon sein, fehlende Eingriffsmöglichkeit, Auslieferung an Technologie , Journalistische Verantwortung: Zitate zb. freigeben lassen	758-782	Die Teilnehmerin sieht es als Grenze wenn sie keine Eingriffsmöglichkeit mehr hätte. Die Einbindung der Menschen in Vertrauenssachen ist wichtig (wie auch Zitate freigeben zu lassen). Medien haben Macht und man darf sich nicht der Technologie ausliefern lassen.



### A3.5.3. J3

Überthema	Unterthemen	Zeile	FI (J3)
Wissen über AJ	Menschl. und automatisierter Content nicht unterscheidbar, KI, Kontrolle durch Menschen, Effizienz und/oder Fehlerfreiheit: Probleme: Sprachliche Vereinheitlichung, SEO-Optimierung, Algorithmische Auswahl	22-44, 46-71	Teilnehmer kennt Initiativen zu AJ, KI und Spracherkennung/Sprachverständnis. Technisch ist es möglich, dass aus verfügbaren Quellen Meldungen verfasst werden, die von menschlichen nicht zu unterscheiden ist. Wieviel menschlich. Aufsicht ist notwendig? Inhaltlicher Schwächen werden sich in Zukunft bessern. Die Effizienz ist von der Sprache abhängig. Im englischsprachigen Raum geht es schneller. Es ist eine Vereinheitlichung der Sprache zu erwarten, da Algorithmen auf Zielgruppen und „seo-optimiert“ sein werden. Die Engine-optimization sowie die Auswahl der Meldung wird brutal im Vordergrund stehen. Eine extreme Verengung der Sprachspektrums ist zu erwarten.
Sprachliche Vereinheitlichung	persönlicher Touch und Wortwitz (für AJ nicht schaffbar), Geschwindigkeit im Onlinejournalismus	73-108	Medien wollen sich voneinander unterscheiden. Auswahl, Vorlieben, Agenda, Interesse usw. Entscheidung soziale Themen mitreinnehen die hilfreich sind. Der persönliche Touch geht bei AJ verloren. Im Onlinejournalismus ist Geschwindigkeit ein Thema. Agenturmeldungen werden abgewandelt verwendet und Bots sind noch seelenloser. LeserInnen werden den Einheitsbrei erkennen. Bots werden Wortspiel, Wortwitz und Ironie nicht können.
Sprachliche Grenzen des AJ	Quantensprung notwendig, eingeschränkter journalistischer Anspruch (Recherche, Bewertung)	112-129	Ein Quantensprung wäre notwendig für den Unterhaltungswert. Journalistische Ansprüche wie Wertung, Bewertung und Recherche kann AJ nicht. Der Teilnehmer findet, dass AJ sich Texte aus verfügbaren Daten zusammenstrickt.
Grenzen des AJ, Grenzen der Fähigkeiten von KI	Informationen im Netz (Intention hinter Publisher), Intention erkennen, Kontext erkennen und Konsequenzen ziehen, Bewertung, Sorgfältiger Umgang, Auswahl und Präsentation der Nachrichten, Fehlende Information erkennen, Recherche und Nachfragen, (Welt-) Verständnis und Zusammenhänge erkennen	136-227	Inhalte im Netz wurden verfasst mit einer Intention. Bewertung der Intention und Auswahl der Inhalte für KI nicht schaffbar. KI kann weder sehen noch Meldungen im Kontext bewerten. Sie versteht nicht, dass veränderter Kontext auch eine veränderte Bedeutung nach sich ziehen kann. Sie kann keinen sorgfältigen Umgang mit Nachrichten pflegen oder sorgfältig die Auswahl und Präsentation von Nachrichten durchführen. KI kann nicht fehlende Information aufspüren und nachrecherchieren. oder Gespräche führen. Ihr fehlt ein Weltbild.

Menschliche Aufsicht: Aufwand der Aufsicht	Fehlende Nachvollziehbarkeit bei KI(Quellen, Gewichtung, Aufsicht =Aufwand	234-255	Der Teilnehmer stellt sich vor, dass die Aufsicht mehr Aufwand bedeuten könnte. Bei fehlenden Informationen müsste nachgearbeitet werden. Was ist wenn Quellen und Daten nicht mehr nachvollziehbar sind? Wie kam die KI zur Entscheidung der Textlänge, oder des Weglassens eines Wertes?
AJ ist kein Journalismus	Kein "Journalismus" - eher Nachrichtendienst/ Informationsdienst Sport, Wetter, Börse (semi-automatisch seit 20-30 Jahren, keine KI notwendig Datenbasiert	291-339	Wenn Daten in einem Schema gepresst werden, ist das kein Journalismus- auch keine KI, sondern ein Nachrichtendienst oder Informationsdienst. Für spezifische Anwendungen wie Börsenticker und Wetterportale mag das funktionieren. Die Grenze zwischen Nachrichtendienst und Journalismus ist vl. fließend. Aber beispielsweise sind Börsenseiten seit 20-30 Jahren semiautomatisch und dafür ist keine KI notwendig.
Verantwortung beim Menschen	Liegt beim Medienunternehmen, AGBs für Software denkbar (nicht haftbar) Heuristiken um Schlimmes zu vermeiden, Sprachliche Anpassungen bei KI	341-414	Verantwortung liegt immer beim Menschen, also beim Medienhaus. Es gibt Endkontrolle vor Veröffentlichung. Bei der Software wird vl. AGBs geben die Unternehmen von Haftung ausschließen. Heuristiken könnten einbaut werden, dass schlimme Dinge wie Schimpfworte nicht passieren, die darauf hinweisen. Es besteht das Risiko Strafbares zu veröffentlichen, weil der Kontext falsch gesetzt ist. Eine KI könne unerlaubt Werbung betreiben. Die Anpassung sprachlichen Ton ist heute noch nicht möglich.
Vorteile: Einsparungen und Entlastung	Entlastung: Kurzmeldungen, Zeitgründe: Meldungen von Nachrichtenagenture, Einsparung aber kein Mehrwert	416-459	Der Vorteil liegt in Einsparungsmöglichkeiten bei Personal und Entlastung bei Meldungen die gebracht werden müssen. Derzeit werde Agenturmeldungen übernommen oder editiert. Aber ein hat Mensch hat drüber geschaut. Diese Arbeit wurde unter Zeitdruck aber nach journalistischen Kriterien getan. AJ könnte Einheitlichkeit der Sprache verstärken. Zukunftsszenario: Wenn Medienunternehmen das Geld für menschl. Arbeit fehlt, müssen sie aber mitziehen. Es entsteht kein Mehrwert, wenn sie nur so gut wie die andern Medienunternehmen werden.
Mithalten am Markt	Mithalten oder/und Abgrenzung von der Konkurrenz	461-478	Das Produkt muss hervorstechen und sich von anderen abgrenzen.

Premium-Content	Mehrwert gegen Geld, Mehrwert für LeserInnen, Schrott ist gratis, Eventuell die besten Bots kaufen (aber nicht viele AnbieterInnen), Bots mit Möglichkeit zur Zielgruppenanpassung	481-536	Premium-Account: Inhalte die man sonst nicht findet verkaufen, spezifische Themen aufgreifen und dadurch einen Mehrwert für die LeserInnen und ökonomisch für das Unternehmen generieren. Tagesaktuelle Dinge und Schrott gibt es gratis weiter. Bei Bots ist kein Mehrwert erwartbar, denn diesen kann sich jedeR kaufen. Vielleicht gibt es unterschiedliche Klassen von Bots und Schieberegler für Zielgruppenanpassung und Sprachstile.
Nischen	Differenzierung, Nische wichtig, Ähnliche Ergebnisse erwartbar	538-556	Es passiert eine Differenzierung und jedeR muss sich eine angemessen breite Nische suchen.
Gratis und kostenpflichtiger Content	Automatisierte ersetzt das Günstige	558-572	Das Automatisierte wird das Günstige ersetzen. Agenturmeldungen werden auch verwendet.
Quellen und Transparenz	Bot der Quelle ausweist, Zeitfaktoren, Journalismus: Vorauswahl, Zusammensuchen und Verdichtung von Information	600-625	Bot könnte Quelle einfach ausweisen. Sichtbar wie man selbst an Information kommen könnte. Funktion des Journalismus Inhalte zusammensuchen und verdichten und sparen dadurch LeserInnen Zeit.
SEO als Risiko	Ohne Wortwitz, nette Schreibe, SEO-Optimierung möglich - Komische Texte	652-672	Bot (ohne Witz und Geschmack) Klick-optimiert arbeitet und Algorithmus schreibt, was anderen Algorithmus gefällt.
Möglichkeiten von AJ	Kurzabstracts liefern? Eher Special Interest, Tagespolitik eher weniger, Übersetzungen, Probleme wie Zugriff auf öffentliche Quellen	674-699	Algorithmus könnte Kurzabstrakt oder Themen, inkl. Quellen, oder Vorschlag produzieren.
Bot: Überblick verbreitern	Wo kann Bot hilfreich ein	702-774	Bei Special Interest könnte Bot helfen den Überblick zu verbreitern und um bei Übersetzungen die internationale Nachrichtenlage beobachten zu können. Praktikabel wäre ein Bot der zeigen kann welche Themen wie oft vorkamen. Gewisse Daten/Informationen werden aber nicht erfasst und das können Bots nicht wissen. Wo der Haken ist kann sich nur der Mensch fragen.
Skills	Software - AnwenderInnenfreundlich, Grundlegendes Wissen über Funktionsweise von Vorteil	776-809	Die Software ist wahrscheinlich mundgerecht aufbereitet. Es ist aber eine Sensibilisierung notwendig für das was kommt (AJ). Die Software ist komplex aber das Wissen um die Funktionsweise ist nicht schlecht, aber davon abhängig wie sie funktioniert. Das Arbeiten mit einer Black

			Box verführt zum „nicht-denken“. Ist eine Quellenausgabe möglich- ist das zum Arbeit gut.
Arbeitspraxis: Zeitdruck	Verführung zum Nicht-Denken (nicht Schuld der Tech.), Zeitdruck im Journalismus, Luxus des "Checks"	813-840	Journalismus ist Arbeit unter Zeitdruck und in Zukunft und Stellen werden abgebaut, obwohl Arbeit nicht weniger wird. Die Rahmenbedingungen (Zeit, Verwertungsdruck) werden entscheiden ob es den Luxus der „Überprüfung“ geben wird. Eine Überprüfung gehört zum journalistischen Anspruch aber Zeit ist messbar Geld.
Menschl. Journalismus als Luxus	Wichtig: Sensibilität stärken für Luxus (individuelle Auswahl, Betrachtung) eher Datenjournalismus wo JournalistInnen geschult werden müssen, Ernst nehmen was seit 100 Jahren im J. gilt	842-866	Es ist unabhängig ob die Quellen von einem Bot oder Unternehmen kommen. Wichtig ist, die Sensibilität zu stärken, dass die individuelle Auswahl, Betrachtung und Recherche ein Luxus ist. Eher im Datenjournalismus müsste man Leute schulen. Auch in Zukunft gilt das, was seit 100 Jahren im Journalismus gegolten hat.

### A3.5.4. J4

Thema	Unterthemen	Zeile	FI (J4)
Beschäftigung/Auseinandersetzung	Nimmt JournalistInnen Arbeit weg Agenturmeldungen im Moment Algorithmus formuliert um Fehlende Wertschätzung gg. journalistischer Arbeit	11-32	Teilnehmer hält nichts von AJ, da dieser JournalistInnen den Job wegnimmt, die ohnehin sukzessive ihre Arbeit verlieren. Ob Agenturmeldungen zum Einsatz kommen oder ob Algorithmus etwas umformuliert- bringt nichts. Journalistische Arbeit wird weniger wertgeschätzt (durch Soziale Medien, BloggerInnen)
(Fehlende) Wertschätzung journalistischer Arbeit	Feedback wichtig Verdienst niedrig Motivation Als JournalistIn: Menschen etwas zu vermitteln	34-49	Teilnehmer ist Feedback für Artikel wichtig. Verdienst im Journalismus nicht hoch. Die Motivation ist anderen Wissen zu vermitteln, das LeserInnen nicht haben.
Bereiche für AJ	Inhalte (kaum beeinflussbar) wie Unternehmensaussendungen, Pressekonferenzen	51-59	AJ könnte Bereiche übernehmen, wo es keinen Einfluss auf Inhalt gibt (Unternehmensaussendungen)
Grenzen des AJ	Kommentare und Bewertungen - Algorithmus hat konstruierte Meinung die gefällt	61-74	Kommentare und Bewertungen sollten nicht dem Computer überlassen werden, weil es eine konstruierte Meinung ist, die vl. dem Durchschnitt entspricht und Leute lesen wollen.
Umgang mit Daten	Problematisch, Menschen geben Daten her	76-86	Der Umgang mit Daten ist problematisch und hochsensibel -auch im Kontext der Datenschutzgrundverordnung. Das Internet wird mit persönlichen Daten gefüttert und es gibt keinen Überblick darüber.
Quelle; UrheberInnen	AutorInnen- Einschätzbarkeit der Inhalte, Roboter hat auch einen Grundtenor von jemanden Immer Mensch dahinter	88-113	Teilnehmer ist es wichtig, von wem ein Artikel stammt. Artikel von Roboter sollen als solche ausgewiesen werden. Hinter Roboter steht eine Mensch von dem er den Grundtenor hat.
Entscheidungsmacht und Verantwortung	Derzeit von CVD Algorithmus lernt- Durchschnitt als Ergebnis, Gefahr- Roboter als Populist	115-154	Der C oder CVD entscheidet was veröffentlicht wird und dann entscheidet das Syknet (lacht)? Der Algorithmus würde den perfekten Durchschnitt anstreben, desto mehr er lernt, und er könnte dadurch zum Populisten werden. Weit hergeholt wäre, dass der Algorithmus nicht mehr für LeserInnen schreiben will.
Kontrolle durch Mensch	Auch aus ethischer Sicht- negative Nachrichten	163-181	Aus ethischer Sicht ist es wichtig Kontrolle über Maschine zu halten. Wenn ein Algorithmus bei sensible Themen nicht entsprechend formuliert ist das nicht gut (zb. Mord).

Vorteile und Einsatzgebiete: Fakteninformation	Fakteninformaton Grenze: Persönlicher Touch Zeiterparnis langweilige Tätigkeiten (Bilanzgeschichten)	183-227	Vorteile liegen bei Texten mit reiner Fakteninformation. Bei persönlichen Touch ist AJ disqualifiziert. Zeitersparnis würde eher Unternehmensberichte oder Bilanzberichte ,die langweilig sind, betreffen.
Nachteile: Joverlust	JournalistInnen wird Arbeit weggenommen (Praktika, Volontariat)	239-244	Nachteile werden JournalistInnen haben, denen weggenommen wird. Tätigkeiten für Praktika und Volontariat werden von Roboter gemacht.
Jobverlust	JournlistInnen- In Zukunft nicht mehr Weniger Nachfrage nach Stories	246-262	Beruf der JournalistInnen wird in Zukunft wegfallen. Durch Blogs fühlt sich jederR als JournalistIn und es gibt weniger Nachfrage nach Stories.
AJ etabliert sich?	Hype zu Beginn=aber nichts wert, AJ systemerhaltend Uninteressant wenn Menschen begreifen, dass es nur eine Maschine ist	264-286	Um AJ wird es einen Hype geben und dann wird erkennbar, dass die Investition nichts bringt ein System des Journalismus, in der Form zu erhalten. Wenn Leute begreifen, dass es Maschinen sind, werden sie es nicht annehmen.
Skills	Zu Beginn eher Korrektur, Softwareabhängig TechnikerIn gebraucht	288-327	Teilnehmer weiß nicht wie Arbeit damit aussehen soll. Mit Roboter gemeinsam arbeiten, wie sieht die Arbeitsteilung aus. Zu Beginn wird es mehr Korrektur geben und das ist abhängig von Können der Software. Ist Roboter gut genug braucht es nur mehr ChefredakterIn und jemanden der sich mit Software auskenne („Techniker“).
Geschultes Personal	Vorgehen bei Eigendynamik der Software	329-336	Wichtig ist, dass jemand weiß wie man es ausschaltet, wenn es zu viel Eigendynamik entwickelt.
Koexistenz und Grenzen AJ		338-356	Koexistenz kann funktionieren, wenn langweilige Firmenaussendungen für den Roboter bleiben und nicht Politik. Algorithmus für politische Berichterstattung geeignet. Neben der Blattlinie, könnte man AJ darauf trainieren auf Ungereimtheiten hinwegzusehen, denn Abwägen kann er nicht.
Roboter in Kriegsberichterstattung	Sinnvoller Einsatz von "Roboter": Kriegsgebiete(Drohne, Rohberichte)	365-386	Sicherheitsaspekt: Einsatzgebieten für Roboter (Drohnen, AJ, Rohschnitte) wären in der Kriegsberichterstattung, wo JournalistInnen gefährdet sind.

Umbruchphase und Tätigkeitsbereiche	Neue Chancen und/oder auf der Strecke bleiben, Contentfilterung, menschliches Produkt als Luxus weniger Personal in Zukunft AJ- Geschichten die es nicht wert sind zu überarbeiten	386-420	Wir leben in der Zeit des digitalen Umbruchs und Chancen können ergriffen werden. Möglichkeiten zur Contentfilterung aufgrund der Datenmengen, oder "human-generated" Produkt als Luxus. Es wird weniger Personal in Zukunft geben, aber genausoviel Arbeit. AJ- Geschichten die es nicht wert sind zu überarbeiten (zb. Unfallbereichterstattung).
-------------------------------------	---	---------	---

### A3.5.5. J5

Überthema	Unterthemen	Zeile	FI (J5)
Wahrnehmung des AJ, Innovation	Zukunftsgestaltung AJ als Innovation, Fehlende Transparenz: Welche Art von AJ (Neural Network, etc.) Prinzipielle Begeisterung Antropomorphismen Angst der J. vor Jobverlust	9-19, 21-36	Medienhäuser suchen nach Lösungen um die Zukunft des Journalismus zu gestalten und wie sich positionieren. Roboterjournalismus wird als Innovation gepriesen, auch als Markenpflege sich innovativ zu zeigen. Es gibt aber die Scheu zu sagen, das es fix in Verwendung ist- Ein Bemühen gibt es, dass noch ein Mensch dabei ist. Es klingt so als ob: „Wir haben den Algorithmus kreiert und trainiert, vermenschlicht und die Frage welche Laborien und Daten kamen zum Einsatz“. Es gibt wenig Transparenz welche Algorithmen, AI usw. eingesetzt werden können. Es herrscht eine prinzipielle Begeisterung aber auch Angst, dass Algorithmus den Job wegnehmen kann.
Ersatz mensch. Tätigkeit	Frage wo Ersatz sinnvoll ist und wo nicht Guten oder schlechten Arbeitsplatz verlieren Kompetivität Misstrauen gg. Technologie Arbeitsbedingungen (Z.B. Schicht)	41-85	Wo Tätigkeiten ersetzt werden können, wird dies auch passieren. Die Frage ist in welchen Bereichen es sinnvoll ist und was ersetzbare Tätigkeiten sind die JournalistInnen nicht fordern (wie Redundanz). Unterschieden werden sollten Jobs die gemacht werden wollen oder müssen, weil sie als geistige Flucht dienen, wenn man es beruflich nicht schafft, da sonst jene JournalistInnen kompetitiver werden müssten. Menschen werden gg. Technologie misstrauisch wenn ihnen etwas versprochen wird. Arbeitsbedingungen wie Schichtbetrieb sind mühsam und die Angst vor Jobverlust hält sich in Grenzen.
Bereiche des AJ	Frage die geklärt werden müssen: Training, Verlässlichkeit, Bereiche, Neuronale Netzwerk (Entscheidungen), Impact von Falschmeldungen, Maßnahmen bei Fehler	87-132	AJ kann Entlastung sein wenn diesen Fragen geklärt sind: Wie Verlässlich ist AJ-Verlässlichkeit ein korrektes Ergebnis zu erzeugen. Journalistische Texte werden nochmal angesehen und es gibt eine Auseinandersetzung über Text. Bei Deep Neural Network ist nicht nachvollziehbar warum es zu einer Entscheidung kam. Vorhersagen von Algorithmen werden geliebt aber wir haben eine Verantwortung: Wo setzen wir, wie transparent AJ ein, und was tun wenn Fehler passieren, da diese einen Impact haben werden (sichtbar bei Social-Media). Algorithmus ist besser als Menschen (math.). Sie sind nicht so schnell und können überlegen. Wir müssen bei der Automatisierung überlegen warum und was wir tun bei „worst case“.



Menschen	Maschinen nüchtern Faktoren die mensch. Denken bestimmen wichtig	132- 142	Medien leben vom Menschen und wollen diskutieren, aufregen, inspiriert werden und jemand die/der weiterfragt. Die Maschine ist nüchtern im Fakten präsentieren und das hat sich nicht durchgesetzt.
Verlässlichkeit, Möglichkeiten und Gefahren durch AJ, Technikgläubigkeit	Funktionsweisen verstehen: SpezialistInnen, Training und Ziel von Algorithmus, AJ als Tool (auch kooperativ) Überprüfung von Inhalten (Sprachübersetzung), Gefahren: Überprüfbarkeit (Sprachübersetzung), Malware durch AI, Fake News, Frage nach Korrektiv, Manipulierbarkeit, Sicherung des A. vor Zugriff? Welche Daten werden genutzt? Maschine differenziert nicht, Politik: Nationalratsitzungen	144- 157, 157- 176, 176- 196	Wie das System funktioniert und lernt, der Algorithmus trainiert ist und Ziel, sind wichtig zu wissen. Derzeit sind das SpezialistInnen und nicht JournalistInnen die es als Tool verwenden. Denkbar wäre die Toolverwendung kooperativ, Übersetzung in Echtzeit, wobei aber die Frage der Absicherung bleibt. Die Teilnehmerin stellt die Entlastung in Frage. Bei Interviews wird sie die Inhalte überprüfen, aber Übersetzung ist das schwer. Es bieten sich unfassbare Möglichkeiten bei Einbeziehung von Übersetzung. Sie fragt sich ob die Arbeit mit Maschinen ihre Geschichten beeinflussen. Die Verbreitung von Malware, Fakenews und die Beeinflussung von Algorithmen sind ein Risiko. Wo ist das Korrektiv? Technikgläubigkeit könnten AngreiferInnen zur Manipulation nutzen. Wichtig ist die Sicherung des Algorithmus vor fremdem Zugriff und auf welche Daten der Algorithmus selbst zugreift. Jetzt in geschütztem Rahmen wie Sport kontrolliert der Mensch. Bei politischen Bereichen (zb. Nationalratssitzungen) müssen Fragen zur Sicherung gestellt werden.
	Werkzeuge für die man technisches Verständnis braucht oder nicht, Probieren von Technik, kleine Gruppe im J) Je sensibler- mehr tech. Verständnis	215- 228	Software wird handhabbar konstruiert und ist ohne technisches Verständnis nutzbar. Aber bei sensiblen Themen und im Sinne der Transparenz braucht es zur Überprüfung mehr technisches Wissen. Je spezialisierter und investigativer desto mehr technisches Verständnis ist erforderlich.
Arbeitspraxis: Kooperation	Virtueller Arbeitsraum Physischer Raum: Software (Kooperation), Datenmengen verarbeiten, Überprüfung des Outputs,	230- 267	Charmantere Idee der Nachrichten der Zukunft wäre eine virtueller Newsrooms, wo die Leute zuliefern aber es wird nichts outgesourced wird. Im physischen Newsroom wird ist die Kooperation unspektakulär, indem die Software als Tool verstanden wird (nicht als AI), das bei Recherche von großen Datenmengen unterstützt. Spielraum wird es geben bei Interpretation, verstehen und Überprüfung der Inhalte der Maschine.

Arbeitspraxis: Kooperation, Übersetzung	AJ als Programm, Unterstützung bei redundanten Tätig- keiten, Potential, In- halte von Newsport- ale	274- 279, 279- 288	Es wird ein Programm sein, dass bei Re- cherche unterstützen soll, redundanten Tätigkeiten automatisiert, und Überset- zung als große Schiene liefert. Korrespon- dentInnen sind teuer. Teilnehmerin wun- dert sich, dass es das noch nicht gibt: <u>Eine Maschine, die automatisiert Open Source Nachrichten des jeweiligen Landes sammelt, übersetzt und nach Relevanz beurteilt.</u>
Ethische Per- spektiven, Faktor Mensch	Antropomorphismus (vermenschlichen, menschähnlicher gestalten) Maschine als Werk- zeug verstehen	308- 341	Das Programm bekommt einen Men- schennamen um die Scheu und Angst da- vor zu nehmen. Wieviel wollen wir Maschinen zugestehen und was bringt die Vermenschlichung? Besser wäre es die Maschine als Werk- zeug zu verstehen, als sie menschenähni- licher zu gestalten. Da tauchen neue ethi- sche Fragen auf.
Antropomorphi- smen	KollegIn Roboter? Bewertung des Publikums, In Konkurrenz tre- ten mit Roboter (Roboter als han- delnde Entität)	367- 391	Sollen JournalistInnen hier mitpielen? Mit der Vermenschlichung von Maschine ma- chen wir sie zur Kollegin. Das hat einen Vergleich zur Folge und die Bewertung des Publikums und JournalistInnen in Konkurrenz mit der Maschine treten. Ma- schinen sind „objektiver“? Sie sollen als Unterstützung dienen, dass Menschen bessere Dinge gestalten können.
AI und Roboterj.	Programm als nicht- lebendig erkennbar, AJ als Mythos -Au- ßenwahrnehmung, Innovation, Reale Situation entmystifi- ziert,	393- 419	Jetzt ist es transparent, dass das Pro- gramm kein Lebewesen ist. Aber wie ist die Außenwirkung, wenn darunter das Kürzel unter den Beiträgen steht? Es wird ein Mythos aufgebaut, der zeigt wie inno- vativ das Medienunternehmen wäre. Der Mensch nähert sich Dingen spielerisch an und die Maschine als Lebewesen nimmt uns Angst davor. Enttäuschend und ent- mystifizierend ist die Klärung dann, dass es keinen Roboter gibt sondern es einfach ein Programm ist.
Transparenz (Ri- siken)	Erkennen von mensch. Content, Transparenz wo es im Einsatz ist, Kon- kurrenz: "Roboter"	440- 443, 443- 449	Klärung (intern und extern) und Transpa- renz welchen Stellenwert die Software hat und wo es eingesetzt wird. Die ethische Grenze sollte nicht überschritten werden eine KI als KollegIn zu sehen und mit ihr in Konkurrenz zu treten.

Risiken (UrheberInnenrecht, Reputation und Trainingsdaten)	Programmierung, Einsatz, Output, Daten, UrheberInnen, spezifische Meldung (verloren), Zitation und Quellen, Daten mit den denen AI trainiert wird	450-481, 482-485	Ethische Fragen beziehen sich auf Programmierung und den Einsatz des AJ, Datenherkunft und das Datenschutzgesetz. Sind UrheberInnen einverstanden mit der Weiterverwendung ihrer Inhalte und ist das Produkt einer KI nicht ein Sammelsurium an Nachrichten? Wie gestalte sich die Angabe der Quellenangabe? Ist diese nicht ewig lang? Wieviel Eigenständigkeit können wir der Maschine zugestehen und, dass sie aus Gelerntem was Neues bilden? Im Bereich Urheberrecht sind Fragen nach „geklauten“ Aspekten einer Geschichte relevant, weil es auch um Reputation geht. Welche Daten verwendet eine KI. Im Journalismus gibt es kein Freeze weil die Welt gestaltet unsere Nachrichten
Risiken (Daten)	KI: Gewichtung der Inhalte, Erkennen von Inhalten (PR?), Schwellenlogik	490-500	Wie gewichtet eine KI Social Media-Inhalte? Erkennt sie PR? Welchen Einfluss haben die Meldungen auf die Geschichte, die gestaltet wird?
	AI -Vertrauen- Manipulation	530-537	Wir vertrauen in KI weil sie Teil der Redaktion ist. Aber welche Daten stehen im Hintergrund? Social Media im Hintergrund? Inwieweit ist die KI manipulierbar? Beeinflusst eine AI die andere?
Kontakt zwischen Systemen	KI würde Social Media einbeziehen, Schutz vor Fake-news, Manipulation, Konsequenzen, Forschung notwendig, Grenzen setzen	538-560	KI würde Social Media miteinbeziehen, weil es ihre Stärke ist alle Nachrichten zu sammeln. Der Algorithmus sollte von Manipulation geschützt werden. Das ist wichtig gerade bei sensiblen Themen von denen Existenzen abhängen und der Impact von (Falsch-)Meldungen.
Innovation	AI -gebrandet: Fortschritt, Vergleichbar- Blog Chain, mit AI zeigen wollen, dass man "visionär" ist	560-568	Künstliche Intelligenz ist emotional für Innovation gebrandet, wie Blog Chain wo nur der Begriff einen Impact auf Geschichte hatte. Wer nicht visionär denken kann bedient sich dieser Begriffe wie KI.
Zukunft gestalten: Interdisziplinär	ITA, Auf Lösungen einigen, KI als medienübergreifendes Großprojekt	569-578	Technikfolgenabschätzung ist nur interdisziplinär möglich. Medienhäuser sollen sich als übergreifende Großprojekt, sich für eine gemeinsame Lösung zusammenschließen. Das bedeutet Zukunft zu gestalten. Der Einzelkampf am ist am Abklingen.

Einsatz von AI (JournalistInnen)	JournalistInnen: Spielerischer Tech-Zugang (keine Scheu), Vor AI-Einsatz: Vernetzung mit Medienhäuser-untereinander, Arbeitsplätze: Positiv- Sich neu erfinden müssen, Luxus: Geschichten von Menschen für Menschen, Redundanzreduktion: Mehr Zeit für anderes	609-640	Im Journalismus gibt es wenig Scheu vor Neuem, aber wenn es ernst wird sollen Medienhäuser stehen bleiben und sich zum Erfahrungsaustausch über Einsatz zusammentun. Arbeitsplätze werden wegfallen aber dafür werden JournalistInnen gefordert sich selbst neu zu erfinden. Ein Ansatz wäre Geschichten von Menschen für Menschen zu schreiben -als Luxusgut. Vielleicht bleibt durch AJ mehr Zeit Geschichten intensiver und aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten, mehr Platz und länger an einem Thema zu sein.
Verlässlichkeit von AI	Verlässliche Medienhäuser, Vertrauen, Aufklärung zur Technik betreiben,	640-653	Fehler sollten Ausnahme bleiben und transparent gemacht werden und korrigiert. Vertrauen muss man sich erarbeiten und die Frage bleibt wie Verlässlichkeit garantiert werden soll. Die Rolle des Journalismus ist größer als gedacht. Man muss Technik in Frage stellen und Aufklärung betreiben.
Druck auf J	Einsparungen, Ressourcenknappheit, Verdienst als J., Bedingungen	653-689	Medienhäuser klagen, dass sie kein Geld haben und die Dystopie dazu wäre, dass künstliche Intelligenz praktisch ist Geld und MitarbeiterInnen zu sparen oder sich den schlechter werdenden Bedingungen fügen. Die Dystopie wäre, dass Medienhäuser nur wirtschaftlich kurzfristig denken und glauben Maschinen können alles machen.
Einfluss von AI	Wie gehen wir mit AI um? Gewinnorientiertes Denken in Frage stellen	689-699	Die Frage ist wie wir Journalismus der Zukunft gestalten wollen. Wer beschäftigt sich mit Hybridlösungen im Journalismus? Es wird viel darüber nachgedacht wie man KI einbauen kann und was sie mit uns macht. Aber was ist mit der Ethik des Menschen? Was machen wir mit KI? Wir müssen anfangen altruistischer zu werden im kapitalistischen Denken, sonst können wir keine Zukunftsvisionen entwickeln. KI ist nur ein Schlagwort und Branding.

Abschließendes: Zukunft, Visionen	Zentren der Datenmacht (Google-JournalistInnennetzwerk), Demokratipolitische, Vernetzung der Verlage, Bewusstsein für Wert des Journalismus, Wahrnehmung von Social Media,	701-725	Es gibt Ideen von Google (Zentren der Datenmacht) für ein Journalisten-Netzwerk, wo JournalistInnen ihre Daten und Wissen verschenken. Die Journalistenmacht sollten diese Zentren nicht bekommen, sonst haben wir keine Demokratie mehr. Zu hoffen ist, dass Medienhäuser miteinander Kooperationen eingehen, denn die Autonomie im Sinne der Demokratie ist wichtig auch was öffentlich-rechtliche betrifft. Es ist wichtig ein Bewusstsein für den Wert des Journalismus entwickeln und es braucht eine andere Wahrnehmung von sozialen Medien.
Infrastruktur der Medien	Würde, mehr gesprochenes Wort, Vertrauen im demokratischen Sinn, Internet der Dinge, Spielräume	768-793	Eine Vision die vorstellbar wäre, ist die medial Infrastruktur neu aufzubereiten für mehr Würde, weg von der Wertlosigkeit des schnell Geschriebenen. Vielleicht wird das gesprochene Wort wieder wichtig (Spracherkennung). Vertrauen ist wichtig im demokratischen Sinn und Meinungspluralität zu gewährleisten. Es gibt die Vision vom Internet der Dinge, das Daten und Wissen zur Verfügung stellt, das Medien dann nutzen. Neue Strukturen können geschaffen werden, Einsatz von beispielsweise Citizen Journalism genutzt werden. Die Rolle von JournalistInnen ist es dann die Dinge wieder zusammen zu führen.
Vision der Zukunft	Kooperation: AI führt Befehle aus,	793-799	Die Vision von Journalismus der Teilnehmerin ist die Kooperation mit der KI, die auf sprachliche Anweisungen reagiert und Datenbanken und Internet durchforstet.
Vorstellungen der Zukunft	AI gibt Zusammenfassung (Recherche-Tool), Datenmengen verarbeiten, Kreativprozess der Annäherung an das Material, AI die unterstützt auf allen Ebenen, zeitliches Korsett abgeben	809-822	Die idealisierte Zukunft wäre, dass für Recherche-Arbeiten eine KI genutzt werden kann, die eine Zusammenfassung zu einem Thema gibt, die hilft aus Datenaspekten und Vielschichtigkeit zu einigen, ExpertInnen empfiehlt die man dazu Fragen kann, im Kreativprozess unterstützt wie die Geschichte anzugehen ist und welche Artikel es dazu schon gab. Kreativität ist schon verloren gegangen sich Gedanken machen können und was Neues machen. Es wäre schön, wenn die KI auf allen Ebene unterstützen und von zeitlichen Korsett befreien könnte.

### A3.5.6. J6

Überthema	Unterthemen	Zeile	FI (J6)
Einsatz in Lokalberichterstattung	Unklarheit über Grad der Automatisierung	10-37	Teilnehmer setzte sich mit Bias und algorithmisch festgelegten Entscheidungen auseinander. Es ist unklar was händisch gemacht wird und wie dynamisch das festgelegt ist. Das Verkaufen von Artikel als Roboterleistung klingt cool. Der Automatisierungsgrad ist nicht klar (was der Aufhänger oder Titel einer Meldung ist, die Struktur ist, oder ob der, dass es auch möglich ist es, aus dem Datensatz einzelne Sätze generiert werden, aber die Sätze dann von Menschen eingeordnet werden Problem: Transparenz.
Transparenz	Interpretationsmuster in der Datenverarbeitung und Reproduktion von Spins, Intransparenz der Agenda	39-62	Im Journalismus etablierte ethische Praktiken und Ehrencodexes und Datenverarbeitung, Datenanalyse, bei Roboterjournalismus sind per se nicht bedenklich aber ein bestimmtes Interpretationsmuster von einem Datensatz in Massenproduktion ist bedenklich. Die Ausrichtung/ Richtung in AJ reproduziert sich in Massen. Bei sozial relevanten und sensiblen Themen kann das bedenklich sein. Bedenklich ist auch die Intransparenz warum Geschichte so geschrieben wurde, Gedanken der AutorInnen oder AJ.
Quellen, die AJ verwendet	Imperfektion der Daten: Datenqualität, Vollständigkeit, Kontext	64-106	Eine Untersuchung ergab, dass die meisten Nachrichtenagenturen (die mit AJ arbeiten) externe Quellen verwenden die u.a. kostenpflichtig sind. DatenanbieterInnen können nicht daran gehindert werden die Daten nicht herzugeben und selbst z.B. als Nachrichtenagentur tätig zu werden (Abhängigkeit). Imperfektion der Daten: Die Integrität der Daten kann nicht sichergestellt werden auch wenn es Neutrale wie Regierungsdaten sind. Sie können Bias enthalten, die Kontextualisierung fehlt, Daten nicht vollständig sind weil etwas nicht gemeldet wurde, schlecht erhoben oder Daten andere Sachen verschleiern, externe Effekte.
Grenzen AJ: Menschlicher Bereich	Schlüsse ziehen, komplexe Intelligenz des Menschen	112-148	Die menschliche Aufgabe wird es bleiben Schlüsse aus Daten zu ziehen. Die Realität ist zu komplex. Software kann Korrelationen aber keine Kausalitäten erkennen. Debatte über KI aber komplexe Form der Intelligenz von Menschen kann eine Maschine nicht (wie Leerstellen mit Wissen,

			Intuition oder Erfahrung füllen, Sachen hineinfakturieren).
Entscheidungen an AJ abgeben (Grad der Kontrolle, menschlicher Eingriff)	Einschränkung auf Bereiche mit festgesetzten Regelsystem.	150-175	Eine redaktionelle Entscheidung, da Verantwortung immer bei Redaktion liegt. Deshalb AJ auf spezielle Aufgaben beschränkt oder Vorstufen leistet. Nachrichtenagenturen: Idee des Cybernetic newsroom: Maschinelle Analysen als Text (Bausteine) ausgegeben werden Mensch wird immer Einordnung, Interpretation, Einschätzung, Erklärungen liefern. Geschichten sind möglich nur bei festgesetzten Regelsystem, templatebasiert.
AJ Projekt Grenzen	Menschlicher Touch	225-236	Der Versuch eine Interpretation zu entlocken aber nicht sicher wie es aufgenommen werden würde, bzw. einen menschlichen oder emotionalen Touch. Roboter kann lustig sein, aber da ist sehr aufwändig, sonst wird Dadaistisches aus den Daten generiert. Für einzelne Situationen müssten Bemerkungen geschrieben werden
Erwartungen an Texte von AJ	Schwierig: Menschliche Wahrnehmung nicht quantifizierbar	250-261	Es ist schwierig menschliche Erwartung an Text zu stellen (wie würde das ein Mensch schreiben), da menschliche Wahrnehmung schwer quantifizierbar ist.
Künftiger Einsatz von AJ, Möglichkeiten	Datensätze individualisiert zu interpretieren um ein maßgeschneidertes Produkt erstellen.	263-334	Teilnehmer ist nicht skeptisch gegenüber Technologie aber fragt sich wie sinnvoller ein fein abgesteckter Bereich ist. In Zukunft sehen wir vll. Mehr, die Fähigkeiten große Datensätze individualisiert zu interpretieren, wie beispielsweise ein Rechercheprojekt mit komplexen Daten um ein maßgeschneidertes Produkt erstellen. Beispiele gibt es bereits: Schule (Bezirke-Einkommen- Chancen für das Kind), Read-Charts zu Immobilienpreise in der Nachbarschaft, Chronikales aus Regierungsdatensätzen, Historisch Vergleiche die einfließen, oder Texte über Arbeitslose (Statistiken) die an Regionalzeitungen geliefert werden könnten. Die Daten müssen vergleichbar (aufwändiger) sein und AJ weiß nicht um Regionale Begebenheiten.
Veränderungen durch AJ	Automatisierung niedergradiger Arbeit, Vorarbeit von AJ für JournalistInnen,	336-360	Wenn die Automatisierung weiter voranschreitet (in Österreich betreibt noch niemand Roboterjournalismus), werden eher niedergradige Arbeiten automatisiert. Eine Meldung von Arbeitslosenzahlen können generiert werden und dann damit weitergearbeitet werden (Reaktionen einholen, Einordnung liefern).

Veränderungen durch AJ	Änderung der Organisationsstruktur und Abläufe	362-394	AJ führt zur Änderung der Organisationsstruktur eines Unternehmens und soziale Folgen. Abläufe ändern und neue Strukturen schaffen. Nicht per se Jobverlust. Arbeitsbereiche von JournalistInnen können analytischerer werden und Nachrichtenredaktionen können schneller werden. Automatisierung könnte auch bei der investigativen Arbeit helfen.
Einsatz von AI	AI- Textgenerierung weit weg	425-435	Von AI in der Textgenerierung sind wir weiter weg. Es wird noch nicht damit gearbeitet und auch mit keinen selbstlernenden Algorithmen. Begriffe werden oft falsch eingesetzt.
Hyping der Technologie	Funktionsweisen und Konzept lange bekannt, wenige Unternehmen verwenden hochkomplexe Software, die Innovation liegt in der Datenverarbeitung, Datensätzen	437-459	Roboterjournalismus klingt cooler als textgenerierende Software. Gehypte Technik gibt es tlw. Seit den 90er (zb- Serienbrief-Funktion). AJ ist eher eine Innovation in den Datensätzen und wie sie bearbeitet werden, auch als soziale Innovation.
Quellen/ Transparenz	Kennzeichnung wichtig (auch wo würde menschl. Nachgearbeitet)	461-486	Texte sollten ausgewiesen ob sie automatisiert oder teilautomatisiert sind. Es soll nachvollzogen werden können, dass ein Artikel algorithmisch generiert wurde und auch was menschl. nachbearbeitet wurde.



### A3.5.7. C1

Überthema	Unterthemen	Zeile	C1
Algorithmus: Distribution von Inhalten	Mehr Traffic erzeugen	12-33	<p>Algorithmen kommen bei der Distribution von Inhalten zum Einsatz, wie auf Webseiten, wo es um die Positionierung bei Übersichtsseiten geht.</p> <p>Der Teilnehmer erklärt den Ablauf der Trafficsteigerung. Das beste Ergebnis ist eine Mischung aus Quantifizierbarkeit und qualitativen Faktoren wie journalistische Relevanz). Verschiedene Parameter fließen in den Algorithmus. Auf Social Media entscheidet ein Algorithmus, welche Artikel dann wann gepostet wird. Das soll mehr Traffic erzeugen (Zusammenarbeit mit Anbieter)</p> <p>Ob die mehr Traffic erzeugt ist schwierig zu überprüfen, da inhaltliche Kriterien für Traffic mitverantwortlich sind.</p> <p>Die freie Zeit die entsteht ist relevant (bei Social Media ManagerInnen) und weniger wieviele Zugriffe es gab. Der Zeitaspekt steht hier im Vordergrund, dass für die Social Media ManagerInnen mehr Zeit frei wird, indem ein Algorithmus die Bespielung von Social Media übernimmt.</p>
Algorithmus: Distribution von Inhalten	Gewichtung und Platzierung	108-154	<p>Die Trafficfaktoren lassen sich ableiten von journalistischer Gewichtung. Hoher Traffic ergibt sich z.B. Wenn Artikel weit oben platziert sind oder Thema einen „Zug“ hat, also aufgrund inhaltlicher Parameter. Die Verweilzeit ist ein qualitativer Faktor. Die Qualifizierungsgründe für Positionierung bedingen sich gegenseitig (außer Ausreißer, gut geklicktes Youtube-Video) und sollen neutral zu Zielgruppe gestaltet werden.</p> <p>Der nächste größere Schritt wäre die Ausstattung der Objekten mit inhaltlichen Kriterien- dann integrieren und im Trocken-training testen (wie wirken sich Änderungen aus).</p>
AJ: Automatisierte Textgenerierung	Auseinandersetzung mit AJ	156-165	<p>In der Redaktion wird über Textgenerierung zwar gesprochen, aber es gibt kein konkretes Projekt dafür und auch nicht geplant</p>
AJ: Automatisierte Textgenerierung: Schweden	Immobilienverkauf, Regionalität, Datenverfügbarkeit	167-177	<p>Personenbezogene Daten in Schweden frei zugänglich wie Gehaltsdaten. Roboter liefert Texte aus Grundstücks- oder Immobilien An- und Verkauf-Daten (Paywall). NachbarInnen bekommen Benachrichtigung, wenn in der Umgebung Immobilien gekauft oder verkauft wurden (inkl. Preis).</p>

			Es besteht Interesse für regionale Geschehnissen aber die Geschichte würde es so ohne dem Roboter nicht geben.
Einsatzgebiete in Zukunft	Entwicklung in Zukunft	195-232	Der Umweltbereich ist ein großes Thema. Hier könnte man mit Sensoren arbeiten (Platzierung in Österreich, Luftverschmutzung) und automatisierte Texte produzieren, bzw. spezifisch mit Eingabe der Ortsadresse. Die Einsatzmöglichkeit von Content-Creation-Prozess, wie Trigger bei extremen Werte wäre interessant. Das Immobilienbeispiel ist ein gutes Beispiel das zeigt, dass Daten die es schon gibt, anders aufbereitet werden können. Es gibt eine Nachfrage danach und Information können anderes gebündelt und vermarktet werden. Welche Daten kann man sammeln, erschaffen, dass ein Wettbewerbsvorteil entsteht? Ein interaktives Stück was man entwickelt hat, programmiert hat, das kann man nicht kopieren. Die Inhalte können dann über Aggregatoren gefunden werden.
Einsatzgebiete in Zukunft	Nischen finden	237-254	Es geht darum Nischen zu finde die noch nicht bedient werden. Die Nachrichtenseiten in Österreich sind General Interest-Portale, dass auch durch den Anzeigenmarkt getriggert wurde, eine gewisse Breite anzubieten. Der globale Trend geht in Richtung weniger Anzeigenkunden- dafür stärker in die Finanzierung durch LeserInnen.
Anzeigenmarkt	Mithilfe von Algorithmen Reichweite erlangen	256-279	Onlinebereich: Werbepreise im Digitalen niedriger und brauchen mehr Reichweite (Rentabilität). Algorithmen können helfen an Reichweite zu gewinnen.
Anzeigenmarkt	Quantitative höherer Output, wiegt geringeren Wert des einzelnen Objektes auf , Nischenangebote: Werbefinanziert oder LeserInnenfinanziert	281-286, 288-305	Automatisiert erstellter Immobilienbeitrag macht nur ein Bruchteil der Page-Impressions, aber durch die Höhe an Artikelproduktion ist es durch die Masse rentabel und der geringeren Wert des einzelnen Objektes wird aufgewogen. Ein gutes Beispiel für Nischenmöglichkeit ist eine Plattform die Regional News (Heimatverein, Live-Ticker) bringt. Die Plattform besteht aus vielen kleine Einheiten, erzeugt dadurch eine hohe Reichweite und ist so finanzierbar. Kommt das Geld von Werbetreibenden ist hohe Reichweite wichtig. Kommt die Finanzierung von LeserInnen, die die Inhalte brauchen, wird in Qualität investiert. Mit Algorithmen können Inhalte erzeugt werden, die es so nicht gäbe.

Nischen: Paywalls	Paywalls- LeserInnen zahlen für Inhalte, die sie brauchen	307-346	Paywalls, wie bei Wirtschaftsdaten, für die Leute zahlen weil sie (und bedingt weil es journalistische gut gemacht ist) die Informationen, beruflich brauchen (Auswirkungen auf Job) bzw. Vorteile daraus ziehen können. Das sind hochspezialisierte Bereiche, in denen viel Geld verlangt werden kann weil es woanders nicht gibt. Seo-optimierte Inhalte, gratis Inhalte und tiefere Informationen, die kostenpflichtig sind. Unternehmen die Daten sammeln und dann eigene Portfolios für Industrien erstellen. Derzeit machen das AnalystInnen. Tiefere Infos betrifft kleinere Zielgruppe, aber diese ist bereit zu bezahlen.
Automatisierte Texterstellung	Texterstellung auf Befehl: Vergleich von Daten	366-377	Generator vorstellbar, der Daten vergleicht und Text dazu ausgibt, wie von Bevölkerungszahlen . Man klickt sich die Dinge zusammen die man braucht. Im Hintergrund muss es Systeme geben, die so schlau sind und die Daten korrelieren.
Effizienz der Technologie	Strukturierte Daten , structured Journalismus	379-407	Es geht darum ob Daten in strukturierter Form vorhanden sind und normalerweise sind sie das nicht. Solange es einfacher und schneller ist wenn ein Mensch darauf schaut als den Computer zu trainieren, wird es so sein. Structured journalism ist interessant, denn es geht darum, dass Informationen in Daten zerlegt werden- für AJ (Artikel im System verfügbar). Es geht darum, dass ein System erkennt Wie war wo das Wetter oder welche Akteure im Artikel vorkommen. Wenn Daten da sind ist der Nutzen erkennbar. Große Datenmengen würden in Form von Artikel täglich erzeugt erzeugt werden.
Anforderungen, Skills,	Datenbewusstsein, Kleiner Bereich von AJ, Mensch muss bessere Arbeit als Algorithmus machen	418-426, 426-453	Datenbewusstsein (Data Literacy) grundsätzlich ist wichtig, aber momentan nicht vorhanden. Ein Problem zeigt sich darin, dass Leute nicht erkennen ob eine Nachrichtenseite echt ist oder nicht, oder den Ursprung der Daten. Schwer vorstellbar wie JournalistInnen helfen könnten. Ein kleiner Teil von JournalistInnen werden in diesem Bereich tätig sein, die wissen wie man diese Inhalte erstellt, sich darum kümmern, Regeln befolgt. JournalistInnen werden nicht ersetzt. AJ wird ein Teilbereich sein und kommt hinzu. Auch Verlage sind von Digitalisierung und Automatisierung in allen Ausprägungen betroffen. Menschen müssen also bessere Arbeit

			leisten als Algorithmus. Solche Entwicklung wird häufig als Bedrohung wahrgenommen.
Datenbewusstsein		455-481	Die Stimmungslage im Newsroom zum AJ eher Angst vor Jobverlust, aber auch verletzter Stolz, dh. besser als Computer sein oder einfach nicht gut genug sein. Das ist nur die emotionale Seite. Für LeserInnen wird es kein Problem sein. Wichtig ist woher der Text kommt und Quellen da sind. Das kann sehr transparent sein (Vorwurf gg. Qualitätsjournalismus, Quellen nicht nachvollziehbar). Aber Vertrauen in Medien würde nicht per se gestärkt werden.
Was in menschlicher Hand bleiben sollte		483-537	Menschliche Hand: Wo es um Menschen geht- aufpassen wie man das macht Extreme im Journalismus (10%) aufpassen Risiken: personenbezogene Daten- Texte über persönliche Sachen erstellen, Leute wissen selbst nicht, dass es Texte und Daten gibt.
Verantwortung: Verletzung der Persönlichkeitsrechte	Nationale Anpassungen	539-569	Das Medium ist haftbar. Das ist eine medienrechtliche Frage und die Tatbestände werden erfunden, da es sie noch nicht gibt und wir sind noch weit weg davon. In Österreich würden veröffentlichte Informationen (Verkauf, Preise, usw.) einen Aufschrei auslösen. Bei Algorithmen geht's immer auch um Skalierbarkeit. Algorithmen müssen an nationale Bedingungen angepasst werden.
Lage in Österreich: Fehlendes Know-How und Entwicklungskapazität	Datenbewusstsein, Wissen in den Redaktionen über Technologie	575-601	In österreichischen Medien u. Verlagen wird Daten, Datensicherheit, Privacy zu wenig beleuchtet. Der Großteil (2/3) der Unternehmen ist auf die Datenschutzgrundverordnung darauf vorbereitet. Die Trennung von Redaktion und Verlag ist problematisch, da in den Newsroom es selten DatenexpertInnen gibt, die sich rechtlich auskennen. Es fehlt an Daten-Know-How und Entwicklungskapazität, das wiederum eine Ressourcenfrage in Österreich ist. Hinderlich sind Reibungsverluste, dass kaum Wissen über vorhandenes Wissen in Redaktionen besteht, zb., dass es bereits Personen gibt die sich damit auskennen oder Interesse daran haben (Umweltbeispiel). Führungspersonen in der Redaktion müssen wissen wie man mit dieser Tech umgeht und es ergeben sich dadurch auch Aufstiegschancen.

Skills	Software, Bridgeroles: Überschneidungen zw. Newsroom-Geschäftsentwicklung/ Business Development.	603-629	<p>Aus Erfahrung: Software wird immer wichtiger (digitale Transformation) und neue Berufsbilder, wie Bridge Roles zwischen Verlag und Newsroom, zwischen Entwicklung, also Programmierabteilung, zwischen Anzeigen und Geschäftsfeldentwicklungen, entstehen.</p> <p>Es kommt zu Überschneidungen zw. Newsroom- Geschäftsentwicklung/ Business Development. Ethische Fragen müssten gestellt werden, welcher Produkt automatisiert angeboten wird und ob dieses dem - journalistischen Wertekompass/ Ethos entspricht.</p> <p>Statt automatisierte Texte auf Basis von Paparazzifotos + gute Deals mit Modehäusern, wird die Reaktionen lieber mit Umweltdaten arbeiten.</p> <p>Denkbar wäre in Zukunft eine App als Aggregator der auf Medien verlinkt mit besten Algorithmus erstellest Produkt, aber sie selbst den besten Algorithmus haben und so beste Produkt anzubieten, was LeserInnen brauchen.</p>
--------	--	---------	---

### A3.5.8. C2

Überthema	Unterthemen	Zeile	FI (C2)
Bedeutung der Technologie	B2B Unternehmen: Automatisierungslösungen für KundInnen, Prototyp: begrenztes Use-Case, Kollaboratives Produkt	12-24, 25-41	In der Innovationsabteilung setzte man sich mit der Bedeutung dieser Technologie für Medientunternehmen und ihre Produkt auseinander. Als B2B Unternehmen sind andere Medien KundInnen. Aus der Frage „was sind Automatisierungslösungen für KundInnen“ war das Ergebnis ein Prototyp. Der Prototyp ist nutzbar für ein begrenztes Use-Case, kann Content automatisiert erstellen Daten visualisieren. Der automatisierter Output ist ergänzend. Das Tool mit der intellektuellen Leistung der Redaktion und der technologischen Leistung der IT, soll KundInnen ermöglichen Content generieren, den sie brauchen.
Vergleich mit anderen Medienunternehmen	Anwendungsbereiche, Produktion automatisiert	41-56	Teilnehmerin vergleicht mit Medienunternehmen in Europa, die für Geschäftsberichte, oder als Fußballroboter und Parlamentswahlen eingesetzt haben. Den Ansatz, die Textproduktion auf maschinell erstellten Content umzusteigen, verfolgen sie für ihren Prototyp nicht, der ein Tool ist.
Prototyp	Kollaboratives Produkt: Algorithmus	58-81	Das Unternehmen erstellt einen Algorithmus als Produkt. Dieser ist ein kollaboratives Projekt der IT und JournalistInnen. Das Produkt des A. ist eine journalistische Leistung. Ohne JournalistIn ist die Maschine dumm.
Weiterentwicklung des Prototyp	Abhängig von KundInnen, AJ schreiben beibringen, sind journalistische Blickwinkel und Leistungen	83-107	Der Prototypen ist derzeit nicht im Einsatz. Die Entscheidung steht noch aus und hängt von den KundInnen ab. Wie und was der Prototyp schreibt ist eine journalistische Leistung und Blickwinkel. Ein Kollege aus der Sportredaktion musste analysieren, was die Geschichte ist, wie der Aufhänger, wie er der Maschine erklären, Gewichtungen. Das sind journalistische Kriterien. Prototyp ist also mehr als ein Lückentext. Er erkennt Serien von Geschehnissen.
Selbstlernende Algorithmen	Versuche die noch nicht funktionieren	110-130	Es gab den Versuch die Maschine anhand von Spielberichten beizubringen sich das Schreiben selbst beizubringen. Ohne grundsätzliche Instruktion für die Maschine ist das sehr schwierig. Die Datengrundlage ist sehr gering. Der Mensch schreibt sehr vielfältig. Der Content muss auf konkrete Daten reduziert werden. So bleibe nur mehr ein Wochentag übrig.

Daten	DatenanbieterInnen und Datenstrategien für Unternehmen Leistbarkeit und Investition	132-175	Viele DatenanbieterInnen im Sportbereich (deswegen hier auch der Robo-J.), bieten strukturierte an. Daten sind nicht gratis und Medienunternehmen müssen sich überlegen ob sie sich Daten dafür leisten oder selber haben oder erheben lassen. Im Kontext der Entwicklung von AI im Newsroom, sollten sich Medienunternehmen Datenstrategie überlegen. Generell eine Frage der Investition. Wertschöpfungskette.
AJ: UserInnen zentriertes Angebot	Neue Formen von Content	181-223	UserInnen zentriert- viele Gespräche mit KundInnen Einsatz sinnvoll um zusätzlichen Content zu erstellen Berichte über zb. Ligaspiele. Profis die gut schreiben können, schneller sind, ihre Texte viel reichhaltiger sind, können Daten intuitiv erfassen und Details zur Geschichte hinzufügen. - Journalistische Kür und Pflicht. Content den es noch nicht gibt: Regional und Lokalmedien (Fußballspiele, Dorfebene): Keine Ressourcen Es gibt Publikum im Onlinebereich (zb. keine Redaktionen am Wochenende) UserInnebedürfnisse immer fragmentierter Content wird granulärer Personalisierung kommt hier rein
AJ: Möglichkeiten	Contentvarianten und Distributionsmöglichkeiten	224-254	Möglichkeit: Arten des gleichen Contents auf unterschiedlichen Kanälen gleichzeitig: Spielbericht, Absetzen eines Tweets, Lifeticker, Verständigung über Spielergebnis via Alarm der Regionalzeitung. Keine journalistische erfüllende Tätigkeit. JournalistInnen können in der Zeit an einem Bericht arbeiten.
Arbeitspraxis im Umgang mit dem Tool	Als Unterstützung: Bei Datenmenge und statistischen Ausreißern- Verbindung zu Datenjournalismus Erstschlüsse durch Datenverarbeitung.	255-312	Prototyp: Verarbeitung großer Datenmengen. Eingebaut: Reagiert auf statistische Ausreißer und besondere Ereignisse -> Prototyp macht darauf aufmerksam. Algorithmus gibt Überblick über Daten. Mensch kann Daten nie komplett erfassen. Als Unterstützung für Redaktion. Erstschlüsse durch Datenverarbeitung durch Maschine möglich. AJ greift Datenthema auf - Verbindung zum Datenjournalismus. Personalisierung, Push, Notifizierung - datengetrieben. Gebrauch von Technologie machen- wenn unterstützt (auch bei nicht attraktiven Content). Content erstellen, der noch nicht da ist.

Finanzielle Vor- oder Nachteile	Hohe Kostenfaktoren von AJ	312-336	Angst vor Wegrationalisierung schwingt mit, - Szenario skeptisch. AJ muss gepflegt werden, es geht nicht ohne Menschen, Erfahrung: Viel und qualifizierte Arbeit. Journalistische Profis und EntwicklerInnen: Teuer Initialaufwand von AJ ist enorm (auch bei bestehenden Lösungen). Auch bei Lückentexte: Kombinieren muss man selbst. Datenbestand beschaffen Neben Mensch viele andere Kostenfaktoren.
Berufsbild: Journalismus	Der Beruf der selbe, nur die Werkzeuge ändern sich	337-352	Journalismus als Handwerk und nur die Werkzeuge ändern sich. Aufgaben: Informationen verarbeiten, hinterfragen, erklären und darlegen. Vergleich mit Zeit 1998.
Skills		354-385	Intern eine Weiterbildungsoffensive stark nachgefragt: Thema Daten (aufbereiten, strukturieren, verarbeiten) Verifizierung online Informationen Aus Daten Geschichten lesen. Konvergenzidee der 2000 hat sich nicht bewahrheitet (alle machen alles) Programmierkenntnisse schaden nicht, aber es braucht eher „able UserInnen“, Journalismus als spezialisiertere Beruf.
Berufsbilder in Zukunft	Spezialisierung auf AJ, fehlende Begriffe für neue Bereiche	387-416	Vor 20 Jahren: "OnlinejournalistIn" undenkbar. Statt neues Berufsbild eher als Spezialisierung innerhalb des Journalismus. Bezeichnungen und Begriffe fehlen. Datenjournalismus ist tlw. Auch nicht klar. Datenjournalismus von Datenwrapper nutzen bis zur investigativen Riesengschichte.
Was in menschlicher Hand bleiben soll	Frage des Anspruchs: Qualität	418-436	Frage des Qualitätsanspruches und Entscheidung des Mediums ausschließlich maschinengenerierten Content anzubieten, aber keine Option für das Haus (Qualitätsstandards), weil es eine qualitativer Abstrich wäre, menschlich generierte Texte in der Güte zu ersetzen.
Medienethik	Transparenz der Quellen (auch Teil des Qualitätsanspruches)	436-458	Ausweisung von nicht-menschlich generierten Contents im Sinne der Transparenz sonst wäre es LeserInnentäuschung. è Glaubwürdigkeit von Medien. Transparenz als goldenen Regeln des Qualitätsjournalismus (so wie die Ws) So wichtig das Kennzeichnen eines Artikels, oder die Trennung von Meinung und Kommentar. Ausschilderung: Das der Text von einem Roboter, oder Software erstellt wurde.



Neuronale Netzwerke	Transparenz, wenn Software eigenständig Daten sucht - funktionierte nicht	481-500	Erfahrung in der Redaktion: Dass Netzwerk Texte schreibt, funktionierte nicht, da es nicht eigenständig die Daten herausfiltern konnte. Teilnehmerin hat nicht wirklich eine Meinung dazu.
Grenzen des AJ	Selbst keine Bedarf an AJ aber für KundInnen die Frage nach Grenze	502-518	Also Prototyp noch nicht die Frage nach der Grenze gestellt, eher an KundInnen ob sie es einsetzen würden. Das Unternehmen bedienen nicht den End-UserInnenkreis, als NachrichtengrundversorgerIn.
Unternehmen als IT-Dienstleister	News-Tech-Agency	520-552	wichtiger IT-Dienstleister, Prototyp vereint in sich journalistische und technologische Know-How des Konzerns. „News-Tech-Agency“- Strategie: Nachrichtenstellung und Distribution und für jedes Bedürfnis der österreichischen Medienbranche eine Technologische Lösung anbieten. Softwarelösungen die auch eine publizistische ist. -> Prototyp
Softwareangebot	Möglichkeit zur eigenständigen Weiterentwicklung der Software	567-577	Wenn der Prototyp fertig ist, dann ist die zentrale Frage wie "open-source" es ein sollte.
Skills	Grundvoraussetzungen im Journalismus gelten auch bei AJ	578-606	Grundvoraussetzung im Journalismus ist das Hinterfragen, auch der Information mit denen man arbeitet und Quellen, sowie die Skepsis und der Wille zu überprüfen. Wissen um grundsätzliche Funktionsweise- so gut informierte UserInnen wie möglich. Aus der UserInnen-Perspektive betrachtet.
Kritische Aspekte	Frage die gestellt werden müssen bei/vor Einsatz.	607-635	<ul style="list-style-type: none"> <li>• bewusste Entscheidung bis zu welchem Grad und wo es eingesetzt wird und wie wird das transparent gemacht?</li> <li>• Inwieweit werden Qualitätskriterien aufgestellt?</li> <li>• Wie und wo setze ich eine Qualitätskontrolle für AJ-Content ein?</li> <li>• Qualitätssicherungs- Prozesse als offenes Thema: Keine volle Kontrolle über Grundlage, aufgrund der Datendichte.</li> <li>• Flasche Sicherheit, dass durch AJ keine Fehler mehr passieren würden</li> <li>• Zu viel Verlassen auf Technologie</li> <li>• Ohne Menschen geht es nicht</li> </ul>
Was tun bei Fehler	Vorgehen bei Fehlern, Besonderheiten durch Datenfülle, journalistische Verantwortung	637-681	Fehler müssen richtig gestellt werden, wie wenn menschlicher Fehler passiert. Durch Datenfülle kann sich das potenzieren. Für den Inhalt sind Menschen verantwortlich und sie überlegen wieviel sie auslagern. Bei Falschmeldungen bei Lawinwarndienstmeldungen ist das schwierig. Die Euphorie zu AJ ist groß. Journa-

			listen und Medien und haben Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und machen mehr als Content zu produzieren.
Gesellschaftliche Verantwortung	Datenverfügbarkeit	681-726	<p>Daten sind schwer strukturiert verfügbar und kosten oft. Open-Data und Daten von öffentlichen Stellen haben Potential für Berichterstattung, die gesellschaftlich relevant ist.</p> <p>Der positive Aspekt dieser Tech ist, dass durch das Verarbeiten großer verfügbarer Datenmengen Erkenntnisse über das politische System und der Gesellschaft gewonnen werden könnten. In Österreich ist der Datenzugang nicht so toll. Verantwortung der Regierung: Politische Entscheidungen strukturiert verfügbar zu machen (als Bringschuld) als Gemeingut, wie öffentliche Finanzen.</p>

### A3.5.9. C3

Überthema	Unterthemen	Zeile	FI (C3)
AJ zwischen Einsparung und Erleichterung	Roboterjournalismus nach Lückentextprinzip	13-30	Der Begriff Roboterjournalismus ist falsch gewählt, da es um Algorithmen geht die wie ein Lückentext mit Textbausteinen, in denen Daten eingesetzt werden, funktionieren. Mit Journalismus verbindet der Teilnehmern positive Aspekte, wie das JournalistInnen für keine einfachen Tätigkeiten angestellt werden. Computer arbeitet fehlerfreier. Zwiespalten beim Begriff Textgenerierung. Einsparungsversuche von Verlagshäusern nicht super.
Vorteile der Maschine gg. Menschen und Richtiger Journalismus	Weniger mit Journalismus zu tun, Vorteile der Maschine gg. Menschen: Journalismus: Investigativ und individuell	32-66, 68-79	Einsatzbereiche vorallem bei Fußballergebnisse, Lottozahlen, Börsenkurse, Sportberichterstattung, kurze Meldungen. Es gibt Versuche in Richtung Reportage. Aber es sind Lückentexte, bei denen Textbausteinen aneinandergereiht werden, also die gleichen Meldungen mit anderen Daten und Fakten. Algorithmus hat den Vorteil, dass bei 40 gleichen Meldungen die Bausteine durchmischen kann, aber der Mensch müde werden würde. Diese Tätigkeitsbereiche haben mit Journalismus wenig zu tun, sondern mit Texterstellung. Als Unterstützung nicht schlecht. Richtiger Journalismus hat etwas Investigatives und Individuelles, Recherche, Schreibstil. Daten und Fakten holen die nicht für alle zugänglich sind.
Risiken durch AJ	Weniger RedakteurInne, mehr Content, Falschmeldungen, Verlust der Gatekeeperfunktion	81-95, 95-107	Der Content auch mit Online-Plattformen würde massiv zunehmen, da der Algorithmus schneller ist und mehr produziert als der Mensch. Es wird weniger RedakteurInnen geben. Interessant wäre bei der Meldungsflut die Anzahl der Falschmeldungen und inwiefern der Algorithmus unterscheiden kann ob Daten valide sind oder nicht. Risiken: Fehlermeldungen (Beispiel mit Erdbeben) die durch automatisierter Textgenerierung ungefiltert und ungeprüft veröffentlicht werden. Gefährlich, da dies auch bewusst steuerbar wäre, Manipulation von Plattformen. Gatekeeperfunktion des Menschen geht ein Stück verloren und Redaktionen werden ausgedünnt.

Mögliche Arbeitsbereiche	Zusammenarbeit zw. JournalistInnen und DatenspezialistInnen (Daten-Archiv)	109-165	Archive und die Redaktionen werden enger zusammen rücken. Software muss mit Material/ Daten gefüttert werden. Daraus könnte sich neues Berufsfeld ergeben mit der Aufgabe Informationen zu sammeln, zur Verfügung stellt, und zu verteilen. „Archivare“ die Informationen aus Daten herausholen. JournalistInnen wird es zeitlich und von Fähigkeiten nicht möglich sein Software zu pflegen, aber sie qualitativ zu überprüfen. AJ muss auf individuelle Dinge reagieren können, bzw. eine individuelle Note hinzufügen, sonst müsste die Nachrichten korrigiert werden.
Skills, Mögliche Zeitersparnis	Bedienbarkeit der Software, Schnelle Fütterung	166-193, 195-202	RedakteurInnen müssten Output zu lekturieren. Produktbeschreibungen müssten mit Datenblätter gefüttert werden- weniger Arbeit als Text selber schreiben? Es müsste leicht bedienbarer System sein. Zahlt sich aus, wenn System schnell fütterbar ist. Meldungen gegenchecken lassen.
Finanzielle Perspektive und Anstellungsverhältnisse	Faire Arbeitsbedingungen für JournalistInnen	204-234	Einsparungsmöglichkeit: Stellt sich die Fragen ob Redaktionen verkleinert werden. Möglicherweise positiver Effekt auf Beschäftigung (jetzt prekär). Massensturm eindämmen und JournalistInnen vernünftig bezahlen, anstellen, versichern. Fairness, denn Leute leisten sehr viel und sind gut.
In menschliche Hand	Recherche, Individuelle Informationen, investigative Arbeit und „Standpunkt vertreten“	236-259	In menschlichem Bereich sollten die Recherche, Individuelle Informationen, investigative Arbeit und „Standpunkt vertreten“, bleiben. Auch wenn kein neutraler Standpunkt eingenommen, sondern Position zu einem Thema bezogen werden sollte (Durch PR überschwemmt zu werden- sich dagegen auflehnen). Kontrolle von Inhalten und Nachrecherche kann Maschine nicht.
Datenthematik	Aufgabe: AnbieterInnen oder ArchivarInnen	261-285	Daten: Könnte auch Aufgabe von ArchivarInnen (der/die auch redaktionelle Arbeit durchführen sollte) sein, Daten zu prüfen und ob sie eingespeist werden könne. Viele Daten von AnbieterInnen. Bei politischen Themen wäre das gefährlich, wie Interessen dahinter stehen würden- Transparenz wichtig., denn sehr oft Interessen dahinter. Redaktionsinterne Informationen nachweislich seriös.
Datenthematik und Interessen von 3.	Wirtschaftliche und politische Interessen bei Daten	288-293	Daten: Sie können Macht innehaben und so politisch und wirtschaftlich Einfluss nehmen.

Verantwortung und Kontrolle	Kontrolle in der Realität weniger- Mehr Vertrauenswürdige Quellen	302-315	Wenn Quellen bekannt sind, und vertrauenswürdig, dass es nicht kontrolliert wird, weil sich sonst der Einsatz nicht auszahlen würde. Aber das ist grenzwertig, gerade wenn Quellen undurchsichtig sind.
Einfluss auf AJ auf Journalismus	Zukunft: Mehr echter Journalismus, bessere Arbeitsbedingungen	317-354	Es gibt Angst vor Jobverlust, aber wenn Textgenerierung gezielt eingesetzt wird, kann es redaktionelle Unterstützung sein. Ausgebildete JournalistInnen Tätigkeiten machen, die eine Maschine nicht leisten kann.- Verbesserung der beruflichen Situation. Prekäre Beschäftigung eindämmen und journalistische Arbeit, als Handwerk, dass man lernen muss, honorieren und wertschätzen. Bereiche wird es geben, die direkt mir Textgenerierung zu tun haben können. „Irgendwas mit Medien“ wird vl. Weniger.
Skills	Datenbank pflegen und Software bedienen können	359-371	Kenntnisse im Bereich Datenverarbeitung, Informatik werden gebraucht, da somit Datenbank gepflegt werden können, oder Software bedient werden kann. Das können ArchivarInnen und RedakteurInnen jetzt nicht. Investigative Arbeit und individuelle Reportagen-> das wird noch dauern, dass das eine Maschine könnte.

**A3.5.10. C4**

<b>Überthema</b>	<b>Unterthemen</b>	<b>Zeile</b>	<b>FI (C4)</b>
Arbeitspraxis	Vergleich Sprachassistenten, mit bereits vorhandenen Textbausteinen arbeiten	30-52	JournalistInnen: Was schon recherchiert, was schon darüber geschrieben. Verwendung von Bestandteilen die bereits erstellt wurden und hinzufügen neuer Daten. Roboterjournalismus arbeitet nach ähnlichen Prinzipien, besonders bei standardisierten, gleichen Inhalten (Sportergebnisse).
Mögliche Vorteile	Standardisierte Sachen	71-90	Formalisierte Sachen – die eigentliche Copy-Paste sind. Eingeschränkter Sprachschatz, verbales Füllmaterial ist KI zutraubar. RedakteurInnen erfinden Texte nicht neu.
Mögliche Vorteile	Auswahl von Informationen, Zeitaspekt	92-129	Frage ob Software bei Suche eine Auswahl trifft und welchen. Unterstützend wäre eine Software die Daten raussucht, gewichtet um Recherche zu beschleunigen, als Zeitaspekt. Einsatz von Crawler, aber interessant wäre das Abfragen von nicht-öffentlichen Datenbanken, abseits von konventionellen Suchmaschinen-Ergebnissen.
AJ als kontinuierliche Weiterentwicklung	Digitalisierung-Veränderungen im Journalismus	132-183	Durch Digitalisierung: Technischen und finanzielle Hürden geringer Content herzustellen. Viel kleinere Redaktionen können Content erstellen. Sehr viele Sachen zentral abfragbar, anlieferbar. Investigativen Journalismus findet man nicht im Netz, aber Standardjournalismus. AJ gehört zur kontinuierlichen Weiterentwicklung des Journalismus. Immer weniger Leute werden jetzt für J. gebraucht aber es gibt mehr Content. Durch neue Tech (zb. mobile Geräte) sind neue journalistische Produkte entstanden, mehrere Arten von Content. InfluencerInnen die selbst journalistische Rollen einnehmen und werden ernst genommen.
Skills/Eigenschaften	Erfahrene JournalistInnen wissen was nicht automatisierbar ist, kein Angst vor Technik haben	195-222	Es sollte niemand mit Abneigung dagegen sein, bzw. Angst vor Technik haben. Erfahrene JournalistInnen wissen was nicht automatisierbar ist. Nicht wissen wie sich KI entwickelt, und welche Fortschritte in Zukunft. Von menschenähnlicher KI, die versteht was das Gegenüber sagt, die Geschichte versteht, die zur produzieren ist, Widersprüche entdeckt und Interview führt - davon sind wir weit entfernt.

AJ als kontinuierliche Weiterentwicklung: Automatisierung worden was automatisierbar ist	Copy-Paste ersparen, ArchivarInnen ersparen	224-256	Sachen automatisiert, die jetzt zum Teil eh auch schon automatisiert sind und ein Programm übernimmt das. JournalistInnen die Copy-Paste machen können eingespart werden und ArchivarInnen. Software stattdessen automatisch suchen lassen (...) JournalistInnen übernehmen immer mehr Tätigkeiten in der Produktionskette.
Mögliche Risiken	Vertrauliche Informationen, Redaktionsgeheimnis	340-377	Negative Seiten wäre das zuviel verraten von Redaktionsgeheimnissen an die Software. Politische Richtung und Einflussnahmen verraten.
Software Informationen geben	Redaktionsgeheimnisse- heikel (Cloudsysteme)	379-398	Cloudsystem: Bei Betriebsgeheimnisse und Redaktionsgeheimnisse, ist es heikel.
Bereiche der Automatisierung	Einsparung nach Gehaltspyramide	400-410	Nach betriebswirtschaftlichen Logik- Einsparungen nach Gehaltspyramide bringt finanziell am meisten.
Grenzen des AJ	Investigativer J.	412-419, 462-470	Aufdeckerjournalismus kann eine Maschine nicht leisten. Investigativer Journalismus: Vieles beruht auf vertraulichen Informationen und persönlichen Beziehungen
Daten und Transparenz, Verantwortung und Kontrolle	Haftung des Verlags, Kontrolle der Inhalte	497-520	Verlag haftet zur ungeteilter Hand. Kontrolle hat der Verlag über die Software- Deshalb Kontrolle des Outputs.
Verantwortung und Kontrolle	Inhaltliches Verständnis für das Ressort, Kürzungsvorschlag	536-558, 563-598	Inhaltliches Wissen zum eigenen Bereich wichtig. Erkennen von Veränderungen, Tendenzen, etc. Derzeit Agenturmeldungen (umgeschrieben, eingekürzt). Zum Einkürzen eine Software verwenden. Software sollte dann erkennen, was weggekürzt werden darf. Software müssten Sinn des Textes verstehen. Könnte Kürzungsvorschlag machen und verbindenden Sätze zwischen den Teilen einfügen, oder Synonyme einsetzt.
Möglichkeiten	Artikel verbessern	601-613	Verwendung der Software um Texte zu verbessern, durch Einsatz zb. Von Synonymen um Wordwiederholungen zu vermeiden.

**A3.5.11. C5**

<b>Überthema</b>	<b>Unterthemen</b>	<b>Zeile</b>	<b>FI (C5)</b>
Auseinandersetzung mit AJ	Überlegungen zur Erstellung von Textbausteinen,	9-19	Frühe Überlegungen zur Erstellung von Textbausteinen, in denen Ergebniszahlen und Absatzzahlen verglichen werden (Wirtschaftsberichterstattung). Damals kaum Bedeutung- wenig Ressourcen- heute noch kaum ein vernünftiges Ergebnis.
Grenzen des AJ	Leistungen die AJ bei Finanzbericht können müsste: Zusammenhänge und Marktanalysen	21-41	Finanzbericht: Zahlen vergleichen, Kleingedruckte zu analysieren, Zusammenhänge herstellen und Marktbeobachtung kann ein AJ nicht.
AJ in Zukunft	Nur Standardtexte möglich	43-52	In Zukunft wären Standardtexte vorstellbar, wo es nicht um Hintergründe geht. Bei Hintergründe oder Querverweise wird es inabsehbarer Zeit nicht möglich sein.
Versuche in Richtung: Frühformen des AJ	Vor 10 Jahren, Ressourcen und Know-How nicht vorhanden	54-70	Zur Weiterentwicklung der Idee fehlten Programme, Ressourcen und Know-How (vor 10 Jahren)
Versuche	Relevant: Geschwindigkeit (zb. Finanzagenturen)	72-87	Geschwindigkeit im Finanzsektor, Aktienhandeln, Hochfrequenzhandel sehr wichtig. Vergleichbar mit AJ: Muster erkennen und dann handeln.
Mögliche Vorteile durch AJ	AJ bliebe beschränkt	89-95	Konzept auf Basis der Textbausteine sind beschränkt auch wenn es viele Kombinationsmöglichkeiten gäbe.
Kosten-Nutzen relativiert sich	Relativierung von Nutzen von AJ bei Finanznachrichten	102-126	Relativierung von Nutzen, da die Zahlen selbst eine Aussage haben. Textbausteine: Wäre mühsam gewesen, da nur Standardtext möglich gewesen wäre. Ohne Variationsmöglichkeiten ist es sinnlos und je ausführlicher, desto schwieriger (zb. Bei Tageszeitungen oder Magazinen).AJ schafft klassischen 5-Zeiler.
Stellenabbau und Qualität	Einsparungsmöglichkeiten, aber Investition- bringt höhere Auflagen	128-140	Mögliche Vorteile: Weniger Leute aber Erinnerung an Finanzkrise, bei der die Investition in Personal die Auflage erhöhen konnte. Die Qualität hat sich bezahlt gemacht.
Grenzen des AJ	Zusammenhänge als Grenze des AJ	142-161	Zusammenhänge und Hintergründe. Diese müssten in AJ einfließen und das wäre zu komplex.
Verantwortung bei Fehler	Grenzen des AJ, AJ kein qualitativer Mehrwert	163-171	Fehler, Verantwortung: Mensch. AJ kann nur das was ihm beigebracht wurde.



Anforderungen an Software	Qualitativen Mehrwert erzeugen können (Zusammenhänge, Informationen selbstständig abrufen )	173-193	Software müsste qualitativen Mehrwert erzeugen dazu müsste es Schlüsse ziehen, neue Querverbindungen herstellen, auf Zusammenhänge kommen. Dazu braucht er Informationen und die Frage ist wie selbständig er es suchen/finden kann.
Mögliche Vorteile durch AJ	Mehr Zeit für Recherche	209-223	Vorteile bei der Recherche, indem mehr Zeit frei für Recherche.
Rolle: JournalistInnen, Kritische Faktoren bei AJ	Überprüfung des Outputs notwendig	225-283	Überprüfung des Outputs ist gerade bei automatisch erhobenen Daten notwendig. Falsche Informationen gelten als Problem und die Frage was veröffentlicht werden kann (Grenze). Heikle Themen reißen möglicherweise Gräber (Politik, Soziales, Wirtschaft), gerade wenn es um Menschen geht. Der Unterschied zwischen Information und dem Heischen nach Auflage und Missachtung der Persönlichkeitsrechte (heute schon so).
Transparenz und Verantwortung	Datenquelle, Letztverantwortung durch den Menschen,	285-307	Datenquellen sollen angegeben werden, Letztverantwortung und Korrektur durch den Menschen,
Grenzen des AJ	Witzig, gerne lesen	323-328	Qualität von JournalistInnen ist für AJ nicht schaffbar. Witz und das Gefühl haben den Text gerne zu lesen.
Arbeitspraxis: Skills	Bewusstsein, Letztverantwortung, Datenqualität, Wissen um Funktionsweise, Mensch hinter AJ	331-360	Letztverantwortung bei Mensch, AJ nur so gut wie seine Daten. Es steckt noch immer ein Mensch dahinter (Vergleich selbstfahrende Autos). Verständnis für Funktionsweise ist wichtig.

A3.5.12. C6

Überthema	Unterthemen	Zeile	FI (C6)
Sicht auf AJ	Zwiespältig: Redaktionelle Entlastung, Zeit für Recherche, Jobsorgen bei J.-Einsparungen, Emotionen im J. wichtig	14-20	Zwiespältig Sicht auf AJ weil es Redaktionen entlasten kann und mehr Zeit für Recherche bleibt. Emotionen, von denen der Journalismus lebt, kann AJ nicht leisten. JournalistInnen sorgen sich um ihre Arbeitsplätze (Einsparungsmöglichkeiten von Verlagen durch AJ).
Grenzen des AJ	Emotionen (außer bei Tabellen, usw)	22-33	Tabellarische Umsetzung kein Problem aber Emotionen fehlen.
In menschlicher Hand	Wertung, Gewichtung, Beispiel: KI bei Social Media, gefällige Meinung	35-48	Grenzen sind Wertung und Gewichtung muss in journalistischer Hand bleiben. Beispiel mit Facebook, wo eine KI versuchte Emotionen zu beeinflussen. Grenze wenn Algorithmus so eingestellt wird, dass die Meinung die den meisten gefallen könnten.
Sprache und AJ	JournalistInnen geben Handwerk ab	71-77	Sprache ist ein Handwerkszeug. Vernachlässigen wir das, werden die Geschichten nicht gut.
Zukunft des AJ	Weniger Durchsetzung von AJ, eher als Tool, Dateninterpretation von Mensch,	79-93	AJ wird sich nicht stark durchsetzen. Es wird ein Tool, was man für sich nutzen kann (Datenaufbereitung) Datenjournalismus ist hier wichtig. Interpretation der Daten weiterhin von JournalistInnen.
Arbeitsbereiche	Prognosen schwierig, Vergleich mit Social Media-Entwicklung, Möglichkeiten: Karte die aktualisiert wird, mensch. Intelligenz dahinter	95-119	Prognosen für Zukunft schwierig, aber Entwicklung vergleichbar mit Social Media möglich. Maschinen werden nicht die Macht übernehmen. Emotionen wichtig. Hinter AJ steckt Mensch. Beispiel mit Landkarte und aktualisierter Daten.
Umgang mit Endprodukt	Redigieren, Korrektur, Alte Tugenden des Journalismus	121-145	Generell sollten Texte vorher redigiert werden. Bei manchen Texten jetzt nicht der Fall. „Kunst des Redigierens soll im Journalismus wieder Glanzzeiten erhalten“. Handgemachter Journalismus. Alte Tugenden, sollen auch in der Zeit von AJ goldene Zeiten haben.
Transparenz	Nicht so groß bei AJ als Tool und RedakteurInnen redigieren (Vergleichbar mit Computer oder Schreibmaschine), bei algorithmusgesteuerten Geschichten- Transparenz wichtig.	148-176	Transparenz: AJ als Tool und RedakteurInnen redigiert den Text. Bei rein algorithmusgesteuerten Content kann man AutorInnen als AJ ausweisen. Unvorstellbar, dass diese Geschichten bei LeserInnen ankommen. Mensch ist noch gescheiter als Maschinen.

A3.5.13. E1

Überthema	Unterthemen	Zeile	FI (E1)
Software Implementierung	Strukturierte Daten, Erstellung des Datenmodells	20-27	Als Input werden strukturierte Daten benötigt. Ein Datenmodell wird entwickelt. Als Basis dienen exemplarische Texte die automatisiert werden sollten, die in Einzelbausteine zerlegt werden, und Festlegung der Datenattribute.
Nutzung von AJ	SEO relevant und Unique, Automatisierung wiederkehrender Aufgaben und mehr Zeit für journalistische Arbeit	50-95	Mit Software können "SEO"-relevante und "Unique" Texte erzeugen. Credo ist die vollständige Digitalisierung der Produktion von Content. Textroboter in Verlagen übernehmen wiederkehrende Aufgaben die kein journalistisches Handwerkzeug brauchen. Das Geschäftsmodell von Verlagen ist es auch ein journalistisches Trägermedium zu haben, das mit Werbung bespielt wird. So müssen X-Mengen an Newsletter pro Tag produziert werden, die UserInnen motivieren sollen auf die Website zu kommen. RedakteurInnen sind dadurch im Hamsterrad und haben dadurch weniger/keine Zeit für Hintergrundstories, Recherche usw. Im Nachrichtenbereich wo in Masse mit geringer Halbwärtszeit produziert gilt deshalb: Wegautomatisierung wo es möglich ist. Durch Einsatz von AJ soll Zeit geschaffen werden damit JournalistInnen sich gut aufbereiteten Output widmen können.
"Roboter" nicht als Feind	Konzentration auf Tätigkeiten die nicht automatisiert werden können	95-113	Es wird missinterpretiert, dass durch Roboter Redaktionen verschwinden. Journalistische Formate, die keine Herausforderung sind werden automatisieren und somit entsteht Zeit, Freiraum und Ressourcen für gute journalistische Stücke. Textroboter haben disruptive Kräfte aber nach Erfahrung kam es nicht zum Personalabbau in Unternehmen. JournalistInnen kümmern sich nun mehr um Tätigkeiten, die die Roboter nicht können, wie Hintergrundstories und Analysen. Automatisierbar sind nur Texte wo regelmäßiger Dateninput vorhanden ist.
Glaubwürdigkeit von automatisch erstellten Content	Gleichbleibende Qualität von sich wiederholenden Content	166-203	Qualität der Texte so gut, dass LeserInnen sie nicht von manuell erstellten unterscheiden können. Automatisch erstellte Texte werden als glaubwürdiger empfangenden (Studie). Bei sich wiederholenden Content ist Mensch in der qualitativen Leistung nicht so gut wie die Maschine, die bis zu 500000 Texte pro Stunde in gleichbleibender Qualität ausgibt.

Gestaltung des Textes	Struktur und Tonalität der Texte	206-237	Bei formalen Aufbau und Struktur des Textes - völlig frei (Überschrift, Bullet-points, Zwischenüberschriften, Fettungen, Verlinkungen, Handlungsaufrufe Ende des Textes haben, etc.) Die Anpassung von Tonalität und Sprachstil, sowie Ausschluss von Begriffen oder Synonymisierung ist möglich. Das können auch JournalistInnen bearbeiten/ pflegen
E-Commerce	Automatisches Nachbetexten (wäre sonst sehr teuer)	263-279	Regelbasiertes Arbeiten kann hier nützlich sein, indem automatische nachbetextet wird. Beispiele anhand von E-Commerce.
Nachbetexten	Content dynamisch halten	303-325	Anlassbezogen betexten mit Regelwerk um zb. Text aktuell zu halten.
Einsatz von AJ: Umweltdaten	Automatische Textgenerierung auf Basis von Messdaten	326-358	An LeserInnen wurden Messgeräte verteilt, die die Feinstaubbelastung messen, die Daten an Rechner übermittelt, der automatisch Text generiert um aktuellen Feinstaubbericht zu liefern. Texte können auch im Nachhinein mit Daten angereichert werden.
Texte mit Daten anreichern	Zusätzliche Daten um Texte umfangreicher und interessanter zu gestalten	360-389	Projekt mit Fußballspiele und Wetter: Fußballspiele werden mit Wetterdaten und historische SpielerInnenendaten angereichert. Diese erzeugen Mehrwert und die Texte werden umfangreicher und interessanter. Für einen kurzen Fußballbericht würde sich Recherche von RedakteurInnen nicht auszahlen.
Journalistischer Arbeitsalltag durch AJ	Entlastung durch Textroboter	391-412	Redaktionen haben die Herausforderung, dass sie bestimmte Textformate regelmäßig und in großer Zahl produzieren müssen – chronische Überlastung. Textroboter sollen eine Entlastung bringen. Personal fehlt aus Kostengründen. Redaktionen hätten mehr Zeit für Qualitätsjournalismus und Tätigkeiten die Textroboter nicht übernehmen kann. Vorgehen zur Automatisierung: Datenmodell erstellen: Wie müssen strukturierte Daten vorliegen.
Entwicklung und geforderte Kenntnisse	Entwicklung von Textrobotern und Arbeit damit	447-483	Bei Programmierung des Textroboter sind TexterInnen, ProgrammiererInnen und Personen mit hohen Datenverständnis wichtig. Für JournalistInne ist es von Vorteil Programmierkenntnisse, zu haben, bzw. wird das besonders in Onlineredaktionen schon erwartet. Oder Verständnis für HTML, Quellcodes – ein gewisses technisches Verständnis wird mehr erwartet, gerade von DatenjournalistInnen . <i>Gewisses technischen Verständnis vor allem bei Online- und Datenjournalismus</i>

Implementierung	Unterstützung von HerstellerInnen	483-496	Die Programmiersprache ist offen zugänglich. Es werden Kurse und Trainings für JournalistInnen angeboten, via E-learning und danach werden im persönlichen Coaching, wo Textprojekte gemeinsam angeschaut wird und Tipps zur Programmierung gegeben. Zusätzlich gibt es Foren zum Austausch unter AnwenderInnen. -> Ziel ist es gute Erfolge mit der Software erzielen.
Aufgabengebiete	Stärkere Trennung der Bereiche Journalismus und algorithmischer Journalismus	498-515	Teilnehmern würde die Aufgabengebiete klar trennen. Redaktionen werden auseinanderwachsen (auch aus Interessensgründen von JournalistInnen) Bereiche die sich auf qualitätsjournalistische fokussieren und Bereiche, die sich auf Datenaufbereitung, Datenmodelle und automatisierte Texte konzentrieren. Davon werden mehr in Redaktionen Einzug halten. In Summe ergibt das eine komplette Berichterstattung in allen journalistischen Formaten.
Notwendige Skills mit AJ	Ausbildung	517-529	Automatisierter Textgenerierung wird tlw. in Ausbildung schon behandelt und welche Möglichkeiten es gibt. Diese Technologie geht nicht mehr weg.
Anwendungsbereiche von AJ	Themen die aus Ressourcengründen nicht möglich wären	529-564	Als Redaktion überlegen wie sich Technologie nutzbar machen. Themen die aus ressourcengründen nicht realisierbar wären und automatisch stattfinden mit wenig menschliche Eingriffe mit einmaligen Aufwand. Weitere Möglichkeit wären Datentracker (zb. Sportberichterstattung) bei der Daten (strukturiert) aufgezeichnet werden, über verschieden Kanäle bestspielen wie Blog oder einen Podcast erstellen.
Weiterentwicklungen in Zukunft und Anspruch	Schaffung eines automatisierten selbstoptimierenden Regelkreises mit Machine-to-Machine-C und AI	566-636	Entwicklung geht in diese Richtung: Analyse mit Trackingtool wie Texte bei LeserInnen funktionieren (Verweildauer, Klickrate, Leseverhalten – je nachdem welches Ziel der Algorithmus hat). Mit Machine-to-Machine-learning: Textroboter erkennt, dass eine Textvariante besser ist als die andere und passt die Text an das Feedback an. KI könnte weitere optimierte Textvariante vorschlagen und der Content verbessert sich datengetrieben auf Basis messbarer Parameter.

Risiken	Algorithmische Einflussnahme	638-668	<p>Mögliche Risiken wären Fake-News und Bots die Einfluss nehmen durch Berichterstattung.</p> <p>Es ist ein Stückweit ein Wettrennen der Maschinen. Medienkompetenz muss viel mehr in den Vordergrund gestellt werden (schon in der Schulbildung), auch dass Bewusstsein gibt, dass Texte vl. algorithmisch erstellt wurde, mit Ziel der Einflussnahme -&gt; Überprüfung der Inhalte.</p>
Menschlicher Bereich	Steuernder und Hirnleistung	670-694	<p>Ein Mensch hat ein viel höheres Abstraktionsvermögen und analytischen Sachverstand als Maschine. Das Führen von Interviews oder Hintergrundgeschichten können Menschen machen, da sie Wissen in Kontext stellen und sich ein Gesamtbild machen können.</p> <p>Die Zukunft ist ein Stück ungewiss, weil Algorithmen immer besser werden. RedakteurInnen werden in Zukunft steuernder eingreifen und Dinge in Zusammenhang bringen. Die Hirnleistung wird mehr gefragt.</p>
Transparenz	Texte ausweise sollte Redaktionen überlassen werden	696-715	<p>Transparenzdiskussion ist notwendig, aber es sollte überlassen werden ob Redaktionen das wollen oder nicht. Teilnehmer ist gegen eine staatliche Regulierung.</p> <p>Es kommt auf den Text an und eher ob sich LeserInnen auch informiert fühlen, wie hoch der Informationsgehalt ist. Das ist das Wissen ob der Text maschinell erzeugt wurde oder nicht, nebensächlich.</p>

A3.5.14. E2

Überthema	Unterthemen	Zeile	FI (E2)
Täuschung des mensch- Wahrnehmungssystems	Simulation von Interaktion	86-96	Das Wahrnehmungssystem lässt sich leicht täuschen und so geschieht das Reinfallen auf etwas. In näherer Auseinandersetzung wird sichtbar, dass es ein Algorithmus, etwas Generatives oder etwas Programmiertes ist.
Staunen bei der 1. Begegnung	Funktionsweise, geblendet sein	108-121	Es gibt das Geblendet sein von der Funktion aber das Potential bricht nach nähere Betrachtung, denn Unterhaltung und Geschichten erzählen hat mehr Aspekte als das Zusammenfügen und Einordnen von Daten und Fakten. Die Qualität einer Metaebene ist nicht schaffbar.
AJ Grenzen	Sprachliche Finesse	129-140	AI sind Finessen, die eine Sprachqualität ausmachen wie Verwenden von Stilmitteln, Tropen, Oxymora, Pleonasmen nicht zuzutrauen. Fakten aneinanderreihen funktioniert. Gesellschaftliche Analysen sind nicht möglich.
Entwicklung von AI in Zukunft	Frage nach der Möglichkeit des Bewusstseins der Maschinen	142-167	Transhumanismus und Singularity: Mensch und Maschine in Zukunft nicht mehr voneinander unterscheidbar sind, in Konsequenz werden Maschinen ein Bewusstsein, Moral und Ethos haben, was die Teilnehmerin nicht glaubt. Uns ist nicht klar was Bewusstsein tatsächlich ist. In einer biomechanischen Vorstellung (und eingeschränkten Wahrnehmung) von Bewusstsein wäre das möglich- Bewusstsein als moralische Agentur und der Körper in Abgrenzung zur Umwelt.
Falscher Eindruck vom Status Quo der Technologie, Androiden	Analogisierung von Technologie, Anschein erwecken, durch basale Dialoge reflektieren zu können (KI)	167-185, 185-195	Analogisierung: Gleichsetzung von Mensch und Maschine in Didaktik und Wissenschaftsvermittlung um Verständnis für Funktionen zu erzeugen. Computer analogisieren („Gehirn“) ist veraltet. Starke Versimplifizierung durch Gleichsetzung von Mensch und Maschine. Robotik-Industrie vermittelt falschen Eindruck von Status Quo der Tech. Androide erwecken den Anschein von Reflexion durch gesciptete Aufnahmen.
Wunsch den Menschen nachzubilden	kultur-historisch bedeutendes Bedürfnis	197-217	Spannender Aspekt des Menschen: Kultur-historisch ein bedeutendes Bedürfnis von Menschen. (Beispiele: Pygmalion-Effekt, Golem und Frankenstein) Golem als programmierbares Wesen.
Nutzung der Textgenerierung	Nicht die Hochkultur des Journalismus	258-268	Zusammenfügen von Ergebnissen-Nicht die Hochkultur des Journalismus. Mit anderer Technologisierung vergleichbar mit Potential und Risiken

Risiken des AJ	Angst und Ersetzbarkeit	270-284	Angst davor ersetzbar zu sein. Angst ist natürliche Reaktion bei Erneuerung. Das passierte im Zuge der Industrialisierung auch (Aufstand der ArbeiterInnen gegen die Maschinen). Algorithmen sind „allein“ tätig.
Potential des AJ	Mehr Zeit für qualitative Aspekte	285-303	Möglichkeiten der Gewichtung im Journalismus auf qualitative Aspekte und investigativen Journalismus- zu dem Algorithmus nicht fähig ist. Einsparungen haben niedrigere Qualität der Artikel zur Folge. Schlechtere Recherche, Druck, Geschwindigkeit. Abgabe lästiger Arbeiten an die Maschinen und selbst mehr Zeit für qualitativen Arbeit.
Arbeitspraxis: Tool	Nutzung als Tool	305-332	JournalistInnen können es als Tool nutzen als intelligente Methode sich nicht-ersetzen zu lassen. Bei Recherchewerkzeug sollten sie aufpassen, da Algorithmus eine Art Blase generiert (auch wo sie hincrawlen). Verkürzung von Recherche. Technophobie Einstellung in Mitteleuropa. Kollaboration ist die Zukunft im Umgang mit Technologie. Entwicklung so gestaltet werden, dass es als Tool dient und einfach nutzbar ist.
Vorgehensweise in der Entwicklung	Developer-Team	334-362	Es braucht interdisziplinäre Herangehensweise. ProgrammiererInnen schreiben ihre Vorstellungen ein, ihrer Lebensrealität. Beste Lösung: Developer-Team: EntwicklerInnen mit JournalistInnen gemeinsam-Bedürfnisse von JournalistInnen.
Gefahrenpotential	"Bewertungen" der Quellen durch AI	364-403	Chatbot der von UserInnen lernte und rassistisch und antisemitisch wurde, durch Anlocken der Trolle. Problem der Quellenzuschreibung- eruieren woher sie kommt, aber die Quellen sind gleichwertig. Algorithmus kann nicht Kontextualisieren in sozialen Begebenheiten.
Grenzen des AJ	Schwierigkeit einen Code of Ethics einer Maschine einzuschreiben.	405-420	Schwierigkeit einen Code of Ethics einer Maschine einzuschreiben und inwieweit das möglich ist. Diese Frage muss gestellt werden, aber auch definieren was Moral ist, als ureigenes Menschliches.
Grenzen des AJ	Was der Technologie überlassen	422-452	Generalisierend kann das nicht gesagt werden und hängt von Qualität der Medien ab. Urteile fällen wäre eine Grenze. Journalistischen Eid gibt es.



Journalistisches Selbstverständnis	maschinenproduzierte Text als Material, mit dem ich arbeite	454-483	<p>Bild von dem, wer ich bin was ich bin, und wie ich in der Welt positioniert bin, wie ich gewissen Dingen gegenüber stehe, Weltverständnis. In diesen komplexen System ist die Moral drinnen und das Bewusstsein.</p> <p>Maschine wird immer Bewusstsein fehlen und dadurch kein Selbstverständnis haben, deshalb wird AJ ein Instrument sein. JournalistInnen als Instanz, die in deren Selbstverständnis, journalistischen Ethik, inhaltlich abändert- so als würde sie den Text selbst produzieren.</p>
Reflexion der Rolle als JournalistIn	Verschwimmen ideologischer Grundhaltungen durch Alltag und Routine - Permanente Reflexion der Tätigkeit	483-507	<p>TeilnehmerIn erzählt von einem Journalist der aufrief nicht vorschnell Urteile und Bewertungen abgeben, und zunächst Fakten prüfen. Das findet sie gut und erinnert sie an AJ. Überprüfen von Inhalten auch bei AI. Revision geben und eine permanente Reflexion wo ich als JournalistIn stehe notwendig. Zu Beginn: Ideologische Grundhaltung durch Ausbildung oder persönlichen Anspruch. In Routine und Alltag – Kompromisse. Deshalb die Arbeit hinterfragen auf moralisch-ethische, ideologische Qualität.</p>
Nutzung der Tech	Nutzung ohne sich in Position bedroht zu fühlen	509-519	<p>Technologie sollte so genutzt werden, dass UserInnen sich in Ihrer Profession nicht bedroht fühlen. Journalismus eine Berufssparte von vielen die damit konfrontiert ist</p>

**A3.5.15. E3**

<b>Überthema</b>	<b>Unterthemen</b>	<b>Zeile</b>	<b>FI (E3)</b>
Summarizing	Automatische Zusammenfassung	63-90	Summarisation bedeutet einen Artikel zu shrinken. Sätze werden nach einem Algorithmus ausgewählt: Extractive Summarisation. Oder shrinken auf Basis einer semantischen Repräsentation aus dieser beispielweise ein Text erzeugt wird, der sich vom Original komplett unterscheidet: Generative Summarisation. Robojournalism: Mit Bausteinen, wo die Grammatik schon enthalten ist. Für die Genierierung, inkl. Grammatik wären eine tiefe Repräsentation notwendig und linguistische Komponenten gefragt.
Einsatzgebiete bei Summarizing	Domänenbezogen, Schwierigkeit bei der Übertragbarkeit	92-135	Kommt auf die Breite an. Ausdrücke und Entitäten können nicht für andere Bereiche angewandt werden. Realistisch ist domänenbezogen und Sprache geregelt ist und wenig Abweichungen hat, wie im Katastrophenbereich. Besonders für "first responders"(Hilfskräfte) Informationen zusammenfassen. Das könnte App-Gebunden, abrufbar etc. sein.
Vokabularanpassung an Zielgruppe	Spezifische Anpassungen an Personengruppen und Ziel der Nachricht	137-225	Die Sprache könnte an die Zielgruppe angepasst werden wie Fachvokabular und Spezialtermini für ExpertInnen oder leicht verständlich kolloquial für DurchschnittsbürgerInnen. Satzlänge, Ausdrücke, Komplexität des Vokabulars, die Länge der Berichte. "first responder" brauchen andere Daten die für DurchschnittsbürgerInnen uninteressant sind. Sprache der Leute sprechen die man adressiert. – Glaubwürdigkeit der Nachricht (zwischen Anpassung und „offiziell“). Übersetzung auch interessant (in jeweiliger Sprache ausgeben)
Implementierung von Software	No free lunch, Aufgaben noch zu erfüllen,	227-244	Bei technologischen Produkt ist es so, dass noch bestimmte Aufgaben von UserInnen zu erfüllen sind. "no free lunch". Als AnwenderIn wirst du Einflussmöglichkeiten haben.
Einsatz von AI	System interaktiv lernen lassen	246-263	AI und Machine- to- Machine-Learning: Vorstellbar ist es die Bevorzugungen nicht direkt einzugeben, sondern durch Feedback zu trainieren, dass das System interaktiv von JournalistInnen lernt (Spezifika bei Texten).

Sprache	Begleitende Einführung der Technologie im Kontext von Team und Organisation	265-297	Die Dauer des Lernens ist abhängig davon wieviele Parameter gelernt werden müssen. Das Lernen ist ein kontinuierlicher Vorgang und redaktionelle Richtlinien und Einschränkungen bei Texten, müssen in oder für die Software reflektiert sein. Sinnvoll ist das begleitende Einführen von Technologie und sich zu fragen was das für Organisation und das Team bedeutet.
Tätigkeitsbereiche durch AJ	Kontrollinstanzen, Interdisziplinäre Zusammenarbeit	299-352	Eine der Veränderungen die vorstellbar ist, dass es jemanden gibt die/der automatisch generierte Beiträge durchforstet nach einem Set von Regeln, um zumindest grobe Probleme zu verhindern. Es braucht auch jemand, die/der die mögliche Wirkung des Textes abschätzen kann (emotionale Dinge). Die menschliche Kontrollfunktion kommt zum Tragen. Vorstellbar wäre ein Feedback-Cycle, in dem diese Korrektur ins System zurückfließen kann und es so weiterlernt. Teilnehmer erklärt die neuen Tätigkeitsbereiche mit den Data-Scientists, ein interdisziplinäres Konzept. Für AJ braucht es Personen, die mit Sprache vertraut sein müssen, Dinge begutachten und interpretieren die rausgehen. Die Rückseite von Data-Scientists quasi.
Sprache	Auswahl des Terminologie	354-364	Es ist auch die Frage Terminologie und wie spezifisch ein Text sein soll. Welche Auswahl soll der Algorithmus treffen, wenn er mehrere Möglichkeiten hat.
Skills, Arbeitsbereiche	Interdisziplinäre Positionen, Journalismus/Informatik, Informatik/ Daten-AnalystInnen	366-410	Es müssen keine JournalistInnen sein, sondern interdisziplinäre Zusammenarbeit (zb. J. und Informatik). Das gefällt den Teilnehmer. JournalistInnen müssen nicht programmieren können, aber Zusammenarbeiten zw. Informatik und Daten-AnalystInnen denkbar, oder, dass I. und J. zusammenarbeiten. Hybridpositionen die auch durch neue Studienrichtung bedingt sind (zb. Computerlinguistik) oder auch aus KSA.

Technische Grenzen von AJ	Ablachen der Entwicklungskurve und Paradigmenwechsel	412-469	Humor, Zynismus, Wortgewandtheit und eine fesselnde Geschichte kann eine Maschine nicht. Sie könnte 90% so gut sein wie der Mensch, aber die restlichen 10% sind nicht schaffbar. Mit 10% des Aufwandes kannst du 90% des Effektes erreichen, die restlichen 10% sind 90% des Aufwandes, da sich die Entwicklungskurve verflacht und mit steigender Komplexität die Entwicklung verlangsamt. Hier kommt die Investition in Forschung hinzu. Ein Paradigmenwechsel löst das Problem wie bei Deep Learning und Deep Neural Networks der Fall war. Ab einer gewissen Schwelle (abgeflachten Entwicklungskurve) ist eine Verbesserung für die LeserInnen bei AJ nicht mehr wahrnehmbar.
AI- Problem der Einteilung, Ethische Grenzen	Fehlende Nachvollziehbarkeit der Begründung, Themen um Leben und Tod	471-491, 493-522	Es ist immer die Frage was ist der Input und was ist der Output? Neuronale Netze brauchen enorm viel Lernmaterial. Die Entscheidung warum ein N.N. zur einer bestimmten Lösung kommt, bleibt verborgen aber die Verbindungen sind sichtbar. Für bestimmte Verfahren sind N.N. nicht zugelassen. Ethische Grenzen sind bei Themen um „Leben und Tod“ zu ziehen. Auch bei Naturkatastrophen: Wenn das System versagt, welche Auswirkungen das haben könnte (Börsencrash). Wer ist dafür verantwortlich? Es braucht den Menschen der es nochmals sichert und verifiziert. Die Entscheidungsmacht sollte bei Menschen bleiben.
Risiken: Quellen	Falschmeldungen die geteilt werden, Fake-News,	524-565	Vorstellung, dass Falschmeldungen auf sozialen Plattformen ungehindert landen und geteilt werden und vielleicht extreme Auswirkungen haben. Ist dem Output zu vertrauen wenn es sich um eine automatisch erstellte Zusammenfassung handelt? Welche Quellen wurden verwendet? Bei Fake-News spielt das eine große Rolle: Die Transparenz über Ketten. Dass, das es nachvollziehbar bleibt- derzeitige Ansätze das zu verbessern, woher die Information kommt. Wie werden Überschriften formuliert, damit der Text möglichst weitergegeben wird? Das Potential der negativen Verwendung groß.

Risiken: Manipulation	Agenda: Bewusste Beeinflussung	567-604	Manipulation zur Beeinflussung von Meinung. AJ als Instrument für eine Agenda. Enorme Menge an Content erstellbar durch diese Programme, die ersten Nachrichten bleiben hängen. Verschiedene Texte die dazu führen alles in Frage zu stellen und verunsichern. Als Redaktion gibt es Kontrollmechnismen aber wenn die Software als Open Source verfügbar ist, kann jederR diese verwenden, die/der Einfluss nehmen will.
Transparenz und Nachvollziehbarkeit	Umgang mit Transparenz und Quellenachweise bei hybriden Artikeln, Suchemaschinen und Weiterverarbeitung von Artikel durch AI	606-689	Es sollte sichtbar, transparent gemacht werden, von was oder wem der Artikel produziert wurde. Denkbar wäre auch ein Datenmodell dahinter, sodass Programme automatisch generierte Artikel erkennen, wenn sie sie weiterverarbeiten. Denkbar wäre eine Konvention, an der sich Verlage halten, das auszuweisen. Suchmaschinen hätten Möglichkeit unterschiedlich auf Content reagieren. Nachvollziehbarkeit bei AI: Vergleichbar mit Twitter-Retweet-Situation, wer sind AutorInnen? Quellenachweise bei Online-Artikel beifügen wäre nett. Es wird auch hybride Artikel geben, dass bestimmte Teil automatisiert erstellt wurden und manche nicht.
Menschliche Bereiche	Kontext	745-788	Gebraucht wird immer noch Kontext und das schaffen System nur begrenzt, wie Anspielungen, Hintergrundinformationen, Dinge bei denen mitgeföhlt werden kann, die mitschwingen und nicht explizit sind. Diese Software ist nicht gratis und die Frage ist ob es die quantitative Leistung wert ist, die es bringt. Je mehr unterschiedliche Quellen und Bezüge, Assoziation und verschiedenste Wissensgebiete, desto eher ist der Mensch im Vorteil. Bei Sport ist das noch kein Problem bei Politik aber schon.

**A3.5.16. E4**

<b>Überthema</b>	<b>Unterthemen</b>	<b>Zeile</b>	<b>FI (E4)</b>
Semantische Analyse	Technologisch große Herausforderung	12-54	Semantik gilt als Kernpunkte der Sprachtechnologie, im Sinne des Textes erfassen ist das eingeschränkt möglich. Aber der Entwicklungsschwerpunkt geht in Richtung Deep Learning. Ansätze die auf Grammatiken, Formalismen und Modulierung basieren sind mehr oder weniger eingestellt. Ein Computer lernt ein Muster und weiß über Inhalt nichts (statistische Verfahren, Sequence to Sequence ohne linguistische Analyse). Das Erlernen von Muster ist eingeschränkt möglich, für einfache und standardisierte Verfahren aber schon (Fußballberichte). Problem: Bei Generierung werden Mehrdeutigkeiten (Mapping-Problem) erzeugt. Strukturierete Daten sollten in Text gebracht werden (Umgekehrte Reihenfolge von Analyse-Mehrdeutigkeit der Sprache auf logische Bedeutung runterzuberechnen).
Anwendungen im AJ	Bereiche in denen strukturierte Daten vorliegen	56-78	Unterschied zw. Industriellen Anwendungen und Forschungsbereich. Im Journalismusbereich kommen eher template-basierte Verfahren und regel-basierte Verfahren zum Einsatz (einfach). Anwendungsbereiche dort wo es strukturierte Daten zu Verfügung stehen wie Börse, Wirtschaftsbereich, Wahlberichte, Wahlnachrichten.
Nutzung für Medienunternehmen	Definition des In- und Outputs	80-88	Input und Output müssen genau definiert werden und in welcher Form die Daten zu bekommen sind.
Generierungs- und stilistische Möglichkeiten	Paraphrasing und Textproduktion mit AMR	90-121	Stilistische Sachen wie Paraphrasing wird viel gemacht. Bei einer Zeitung: Welche Datengrundlage? Problem: Daten in der Form zu bekommen. Mit AMR (abstract meaning representation), in Semantik natürliche Sprache beschreiben können. Es gibt Ansätze von der semantischen Beschreibungssprache (AMR) Texte zu generieren.
Rahmenbedingungen bei industriell erwerbaren Tools	Arbeiten mit Textgenerierenden Software	123-173	Mit KundInnen werden gemeinsam Lösung erarbeitet oder Developmentkits angeboten um selbst damit zu arbeiten oder cloudbasierte Lösungen. Textgenerierung ist zum Teil trainierbar aber hier sind wir noch nicht so weit. Entweder werden template-basierte Lösungen die angepasst werden müssen angeboten, oder Texte werden durchlaufen gelassen um dadurch

			Regeln zu bekommen, die angepasst werden. Unternehmen bieten gute Unterstützung.
Skills im Umgang mit Software	Grundverständnis für Computerlinguistik, Fachkenntnisse,	175-209	JournalistInnen als AnwenderInnegruppe. Toolkits werden eingesetzt und nicht selbst entwickelt. Grundverständnis von Computerlinguistik von Vorteil. Es braucht ein Verständnis von Sprache (und Aufgaben, Schwierigkeiten, Fehlermöglichkeiten), man muss den Output interpretieren können und nicht blind auf die Anwendung vertrauen. Beweis der Fakten im Journalismus so wichtig.
Faktenlage	Unterschiede zw. Regelbasierten Algorithmen und Deep Learning	211-235	Bei Deep Learning ist die Faktenlage derzeit ein Problem, da es keinen Nachweis gibt, wie der Computer zur Lösung kommt. Bei regelbasierte Algorithmen ist Output nachvollziehbar (Fakten, Ableitung). Bei Deep Learning: Problem der Nachvollziehbarkeit auf welchen Fakten Output zusammengesetzt wurde, bzw. auf welcher Grundlage die Entscheidung getroffen wurde. Erklärung, Nachvollziehbarkeit, Transparenz sehr wichtig. Generelle eine Problem bei AI.
Deep Learning Einsatz in Zukunft in Redaktionen	Machine Translation- funktioniert schon gut - aber redaktionell weit entfernt	237-280	Relativ weit entfernt. Problem sind immer die Daten. Machine Translation- funktioniert ganz gut: Satzpaare, Textteile werden hineingeschmissen, Muster gesucht und ab einem gewissen Schwellenwert ergibt der Output Sinn und wird immer besser. Das Problem ist woher die Daten nehmen? Für die Texte in der Redaktion braucht es wieder die Eingabe, die strukturierte Darstellung. Die Eingabe (woher kommt ein Artikel) muss stattgefunden haben.
Anwendungsmöglichkeiten: Datenlage	Meldungen auf Basis von Daten - regelgeleiteten Output	282-300	Möglich sind kurze Meldungen mit Fakten, aus Tweets zusammengesetzte Meldungen, Katastrophennachrichten mit seismografischen und sensorisch erhobenen Daten. Regelbasiert.
Entwicklungsspezifische Anforderung	Leichte Wartbarkeit und Verständlichkeit für Nicht-InformatikerInnen, Einsatz von Grammatiken	302-328	Praktischer Einsatz: Feedback zurückholen ist sinnvoll. Die Software muss leicht wartbar und veränderbar, für Nicht-InformatikerInnen verständlich sein. Grammatiken haben Vorteile, da sind in beide Richtungen funktionieren, nämlich den Satz analysieren was rausbekommen und umgekehrt. So ist es möglich von einer formalen Beschreibung zur schönen Sprache zu kommen.

Einsatzmöglichkeiten von Paraphrasing	Customizing	330-350	Bereiche im Journalismus wo es strukturierte Daten gibt. Interessant, Output customzen. Geht in Richtung Paraphrasing. Einen Output erzeugen und je nach Zielgruppe anpassen und verschiedene Kanäle damit bespielen.
Neue Berufsbilder durch AJ	Brückenkompetenzen: Vermittlung Interdisziplinär	367-424	Informatikkenntnisse von Vorteil, vor allem Kenntnis von Modellierung und linguistische Kenntnisse. Das sind Brückenkompetenzen. Eine Schnittstelle zwischen Informatik und AnwenderInnen wäre, das richtige Angebot raussuchen, Tools ansehen, AnwenderInnen einschulen, beraten. Interdisziplinarität braucht eine gemeinsame Schnittmenge in der Sprache. Vokabular wird fachspezifisch unterschiedlich eingesetzt. Die Erfahrungen von Teilnehmer ist das es fuzzy wird. Wichtig ist zu wissen: Was ist der Input, was der Output, welche Anforderungen gibt es und welche Daten sind vorhanden um so ein geeignetes Verfahren zu finden. Ein Use case hilft sich die Anforderungen vorstellen zu können.
Ethische Fragen aus Entwicklungsperspektive	Quellen und Nachvollziehbarkeit, Qualitätsteigerung vs. Zensur	425-466	Wichtig ist die Faktenlage, die Quellen überprüfbar sind und der Output real und nachvollziehbar ist. Fakenews, Fehlalarme bei Katastrophen sind möglich und deshalb sollte der „Mensch immer drüber schauen.“ Technologie soll Qualität und Produktivität steigern (Translationswissenschaft und Journalismus) im Sinne von Stilkontrolle, Qualitätskontrolle. Es darf aber nicht Zensur werden.
Zensur	Politische und Sprachpolitische Regelwerke	468-493	Eine Art von Zensur die Computer ausführt, durch das Regelwerk gibt es bei folgenden Bereichen: Kontrolle sensibler Begriffe, politische Diskussion was gesagt werden kann und was nicht und sprachpolitische Maßnahme in kulturellen Räumen.
Nachweisbarkeit mit regelgeleiteten Algorithmen	Nachvollziehbarkeit auch der Beweislage.	495-542	Deterministische Regeln: Zurückverfolgen des Zustandekommen des Textes. Wenn-Dann-Regeln. Transparenz und Nachvollziehbarkeit sind gewährleistet, auch zb. bei Behauptungen (als Fehler) nachweisbar sauber gearbeitet zu haben. Wichtig, dass Daten stimmen- nachvollziehbar sind (Wissenschaftl.)
Verantwortung bei Fehlern	Problematik bei AI	544-564	Es gibt große Diskussion um Verantwortung. Die Verantwortung hat die/der die Regeln erstellt. Das sind Redaktion, AnwenderInnen oder Softwareunternehmen. Ganz andere Problematik bei AI, wo Nachvollziehbarkeit fehlt.



Entwicklungspotentialregelgeleiteter Algorithmen in Textgenerierung	Einsatz von Hybriden	566-629	<p>Miteinbeziehung von "Hintergrundwissen" Entwicklungsfokus auf Deep Learning. Schade: Modellierungsarbeit und Grammatiken in den Hintergrund rücken. Arbeit mit Hybriden: Da Kombinieren wäre wichtig.</p> <p>Neben Daten sollen auch die Wissensquellen zugänglich sein oder Grammatik, die eine Wissensbasis beim Generieren von Hintergrundwissen sein könnte. Ansätze: Nutzung von RDF- Daten und diese kombinieren. Qualität wird besser. Formulierungen, Sprachschatz und Variationen steigern.</p> <p>Nicht alles manuell sagen müssen. Unterschiedliche Architektur der Hybride. Anwendung von Mehrheitsverfahren- beste Lösung nehmen</p>
Einsatz von Hybriden	Sprachliche Formulierungen (Zukunft)	631-678	<p>Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Begriffe in den Kontext zu setzen. Bei letzten Stufe bei Formulierungen wäre Deep Learning auch möglich, wenn formal alles passt und nicht mehr so viel Sensitivität (mit passenden Sprachmodell notwendig ist. Bedeutungen und Wahrscheinlichkeiten werde ausgewählt , was flüssiger klingt. Die Natürlichkeit der Sprache kann mit Deep Learning mit statistischen Verfahren (einem Sprachmodell) erreicht werden. Mit AMR wird gewährleistet, dass die Semantik das in Sprache bringt. Aber wir sind noch weit davon entfernt.</p>
Ablauf von Textgenerierung	Viele Zwischenschritte und Planung	680-707	<p>Es gibt viele Schritte vor der eigentliche Textgenerierung. Davor gibt es die Planung, wie zb. Länge und Beschreibung der Sätze. Dann erst die logische Darstellung für Textgenerierung, die der letzte Schritt ist und die eigentliche Generierung ist. Bei Kommunikation (Roboter) bräuchte es zb. Ein Dialogmodell. Nur Endprodukt für andere sichtbar. Deshalb: Grundkenntnisse in Computerlinguistik um Problemstellungen zu verstehen.</p>
Implementierung, Realisierung	Komplett automatisierte Abläufe	708-795	<p>Als Forschungsprototyp ist alles möglich. Es gibt genug Systeme wie Webcrawler, strukturierte Wissensbasen, Faktenwissen, RDF. Schwierigkeit daraus Struktur bekommen. Der Text ist dabei weniger das Problem. Viele Trainingsdaten sind aber notwendig und deshalb sammeln Firmen viele „Daten für die AI der Zukunft“. Wenn es nachvollziehbar wäre, indem man ein System einsetzen würde, das Entscheidungen (was kommt rein, wie wird strukturiert, Headlines, Sprachstil) mitprotokolliert</p>

			und das einspeichert (welche Grundlage) Daten sammelt und laufen lassen. – damit was trainieren können. Zb. Ein Medienunternehmen Jahre diese Prozesse unterstützt- mit CMS-Systemen, die Workflows und Quellen haben, immer mehr zu automatisieren möglich.
Übersetzungssoftware	Arbeitet statistisch und weniger mit Grammatik. Grammatik funktioniert recht gut.	797-821	Sprachliche Besonderheiten sind eine Herausforderung, aber es ist eine grammatikalisch korrekte Darstellung möglich. Die Grammatik funktioniert recht gut.
Analysen	Begriffs- und Themenentwicklung, Klick-Rate, Korpuslinguistik, Textanalysen, und Visualisierungstools	823-844	Analyse von Klicks: Ziel kann von Algorithmus sein so viele Klicks wie möglich zu generieren. Interessant wäre auch Analyse der Begriffsänderungen und Themen über die Zeit hinweg. In der Literaturwissenschaft werden Korpuslinguistik, Textanalysen, und Visualisierungstools verwendet.
Grenzen der Textgenerierung	Neuronale Netzwerke verstehen nicht was sie tun	846-874	Schade, dass formalen Sachen (Semantik und Modellierung) zu kurz kommen. Deep Learning ist eigentlich auch nur Statistik und Pattern-Matching und keine Intelligenz. Das Verstehen, die Semantik kommt zu kurz. Die Reflexion des Menschen: Wir verstehen was wir tun (bei der Sprache) Beispiel Sprachtests (Lückentexte- fehlenden Begriff einfügen), wo die derzeitigen Lösungen scheitern weil sie den Kontext nicht verstehen. AMR ist ein guter Ansatz. Die Frage ist was ist Semantik und wie es modelliert werden kann.
Zukunft von Deep Learning	Quanteninformatik/Quantencomputing	874-930	Die Reflexion wird für Roboter immer wichtiger. Quantencomputings bieten großes Entwicklungspotential (aber jetzt noch in den Anfängen) als großer Paradigmenwechsel das natürlichen Intelligenz näher kommt als Neuronale Netzwerke. Parallele Zustände, Kollabierung und Lösung- ähnlich unserem Gehirn. 0 oder 1 oder jeweils beides sein. Bei Sprachproblem würde das so aussehen: Nimmt Struktur, rechnet alle Lösungen parallel, gleichzeitig aus und kommt zur Lösung, so wie der Mensch bei der Sprach (nicht nachdenken über Fälle sondern einfach spontanes Anwenden) Das Paradigma der KI menschähnliches zu erzeugen. Bildung: Es sollte Inhalte zu QI geben

**A3.5.17. E5**

<b>Überthema</b>	<b>Unterthemen</b>	<b>Zeile</b>	<b>FI (E5)</b>
Summarizing	Richtung (Forschung)	75-92	Es wurde versucht Neues hinzufügen, damit neuer Text entsteht.
Triplets	Explizit Semantics	145-175	Grundstein war explicit semantics: Triplets (bestehend aus 3 Teilen, Prädikat, Subjekt....). Es wurde versucht diese zu sammeln. Es gibt viele Duplikate und „Garbage“.
Textgenerierung nach Wahrscheinlichkeit	Empfindlichkeit des Menschen auf korrekte und sinnhafte Inhalte	352-400	Textgenerierung funktioniert mit Wahrscheinlichkeiten. Wenn das Muster nicht deutlich ist, entstehen Sätze ohne Sin- als ein „embarassing failure“. Das beschreibt, wenn das Ergebnis so schlecht ist, dass es nicht mehr weiterverwendet wird. Bei Texten sind Menschen sehr empfindlich, ob es korrekt ist und Sinn macht. Bei automatischer Übersetzung ist die Struktur nicht immer die richtige, aber es ist verständlich.

## **A3.6. Zusammenfassung der Formulierenden Interpretation und Basis des Feedbacks**

### **A3.6.1. Algorithmen Template-basiert**

#### **(1) Algorithmischer Journalismus als Innovation?**

Einerseits wurde von Mystifizierung der Technologie gesprochen und die Enttäuschung darüber, dass hinter Roboterjournalismus/Algorithmischer Journalismus nur eine Software steht<sup>2</sup>. Der Algorithmische „Journalismus“ ist eher ein Nachrichten- oder Informationsdienst<sup>3</sup>. Zusätzlich könne die automatische Textgenerierung als Teil einer kontinuierlichen Weiterentwicklung der Digitalisierung betrachtet werden<sup>4</sup>. Teilweise automatisiert erstellte Texten würden im Nachhinein durch Menschen doch noch nachkorrigiert werden<sup>5</sup>.

**(FI) Z1:** Textgenerierenden Algorithmen werden als Innovation<sup>6</sup> verkauft und gehypt<sup>7</sup>. Sie sind eher als Informationsdienst zu verstehen<sup>8</sup>.

#### **(2) Einsatzbereiche in der Content-Produktion**

Redundante Tätigkeiten, auf faktenbasierte Inhalte und Abläufe -Tätigkeiten die keine hohe journalistische Leistung benötigen, können für ein begrenztes Use-Case automatisiert werden. Hierfür werden u.a. Templates für abgegrenzte Bereiche (Use-Case) wie Sport, Finanz, E-Commerce, Umweltdaten, Wetter, Katastrophenwarndienste, etc. erstellt<sup>9</sup>. Das Potential der erstellten Templates liege u.a. aus Ressourcengründen (Personal, Zeit, Monitres) darin, dass Regional - und Lokalnachrichten zusätzlichen Content anbieten können<sup>10</sup>.

**(FI) Z2:** Algorithmen zur automatisierten Textgenerierung werden eingesetzt um faktenbasierte Inhalte und redundante Abläufe mittels Templates ressourcensparend, ergänzend<sup>11</sup> und in quantitativ in hoher Menge und kurzer Zeit<sup>12</sup>, in den Bereichen Sport, Finanzbereich, E-Commerce, Umwelt und Wetter, sowie Katastrophenwarndienste<sup>13</sup>, und für Regionale Berichterstattung, automatisiert zur erstellen<sup>14</sup>.

#### **(2) Einsatzbereiche in der Content-Distribution**

Inhalte können automatisch auf unterschiedliche Kanäle verbreitet werden, wie beispielweise durch automatisches und zeitgleiches Bespielen von Aggregatoren wie Social Media-Plattformen oder Verbreitung der Inhalte auf Blogs bis hin zur automatischen Erstellung von

<sup>2</sup> J6: 10-37

<sup>3</sup> J3: 291-339

<sup>4</sup> C4: 123-183

<sup>5</sup> J6: 10-37

<sup>6</sup> J6: 10-37

<sup>7</sup> J6: 10-37

<sup>8</sup> J3: 291-339

<sup>9</sup> J4: 51-59; J5: C1: 167-177, 195-232, C2: 41-56;

C3: 13-30; C4: 224-256, E4: 282-300

<sup>10</sup> (E1: 528-564; C1: 167-177; 288-305; C2: 181-223; 224-254; J6: 263-334)

<sup>11</sup> (E1: 528-564; C1: 167-177; 288-305; C2: 181-223; 224-254; J6: 263-334)

<sup>12</sup> (E1: 166-203)

<sup>13</sup> J4: 51-59; J5: C1: 167-177, 195-232, C2: 41-56; C3: 13-30; C4: 224-256, E4: 282-300

<sup>14</sup> (E1: 528-564; C1: 167-177; 288-305; C2: 181-223; 224-254; J6: 263-334)

Podcasts auf Basis von Content<sup>15</sup>. **Feedback:** Es zeigt sich Diskurs-Shift, indem die Entwicklung nun stärker in integrierte Automatisierungsstrategien geht, die Chancen für interne Workflows und Content-Distribution bietet, im Sinne von Algorithmen als dienstleistenden Elemente<sup>16</sup>.

**(FI) Z3:** Algorithmen können zur Distribution von Content<sup>17</sup> eingesetzt werden, dass nun stärker fokussiert wird<sup>18</sup>, und mit der automatisierten Erstellung von Content-Generierung, wie Erstellung von Podcast, Tweets, Texte, verbunden werden<sup>19</sup>.

### **(3) Technologische Möglichkeiten: Erstellung und Nachbearbeitung**

Die automatisierte Textgenerierung ermöglicht eine enorm hohe Zahl an Content in geringer Zeit (500000 Texte/h)<sup>20</sup>. Eine automatische Nachbetextung bereits erstellter Inhalte, das Anreichern der Texte mit Daten, sowie automatisierte Übersetzung sind möglich<sup>21</sup>.

#### **Personalisierung der Inhalte**

Die Basis zur Textgenerierung ist Template- basiert/regelgeleitet<sup>22</sup> und lässt eine Anpassung der Tonalität an die Zielgruppe zu<sup>23</sup> Regionale bzw. eine lokale Verknüpfung mit der Zielgruppe ist möglich (z.B.: Wetter)<sup>24</sup>. Die Distribution und das Format der Inhalte können an die LeserInnen angepasst werden<sup>25</sup>.

#### **Weitere Möglichkeiten bez. Textgenerierung**

Summarizing: Texte werden geshrunked. Durch „Generative Summarazation“ unterscheidet sich der Text vom Original (inkl. Grammatik). Dafür ist eine tiefe semantische Repräsentation notwendig (siehe AMR)<sup>26</sup>. Weitere Verfahren, wie Paraphrasing, Synonyme und Ausgabe SEO-orientierter Texte<sup>27</sup> könnten innerhalb der Textgenerierung genutzt werden<sup>28</sup>. Es können also Hybride im Sinne von Mehrheitsverfahren genutzt werden um bestmögliche Ergebnisse zu erzeugen<sup>29</sup>.

**(FI) Z4:** Algorithmen ermöglichen eine eine hohe Anzahl an Content in kurzer Zeit, die automatische Nachbetextung bereits erstellter Inhalte, das Anreichern der Texte mit Daten,

---

<sup>15</sup> (E1: 528-564; E4: 330-350; C2: 224-254)

<sup>16</sup> (C2-R: 5-12)

<sup>17</sup> (E1: 528-564; E4: 330-350; C2: 224-254)

<sup>18</sup> (C2-R: 5-12)

<sup>19</sup> (E1: 528-564; E4: 330-350; C2: 224-254)

<sup>20</sup> (E1: 166-203)

<sup>21</sup> (E1: 326-358)

<sup>22</sup> (J6: 150-175; E4: 123-173; 282-300; 282-300)

<sup>23</sup> (E1: 203-237; 341-414; 481-536; E3: 137-225)

<sup>24</sup> (E1: 360-389)

<sup>25</sup> (C1: 12-40; 539-569; C2: 224-254)

<sup>26</sup> (E3: 63-90)

<sup>27</sup> (E1: 203-237)

<sup>28</sup> (E4: 90-121, 631-678)

<sup>29</sup> (E4: 566-629)

automatisierte Übersetzung<sup>30</sup>, Summarizing<sup>31</sup>, Paraphrasing, Synonyme und die Ausgabe SEO-orientierter Texte<sup>32</sup> und in Zukunft die individualisierte Ausgabe von Texten auf Basis von Statistiken<sup>33</sup>.

#### **(4) Daten: Notwendigkeit von Datenstrategien**

Daten sind u.a. ein Kostenfaktor. Unternehmen müssen entscheiden ob sie selbst Daten erheben und so eine Wertschöpfungskette generieren, oder Daten erwerben. Nur wenige Medienunternehmen verfügen über eine Datenstrategie<sup>34</sup>. Datensicherheit und Privacy werden in Österreich noch zu wenig beleuchtet<sup>35</sup>.

#### **Imperfektion von Daten**

Die Integrität der Daten kann teilweise/kaum sicher gestellt werden<sup>36</sup> Daten könnten Bias enthalten, unvollständig oder fehlerhaft sein<sup>37</sup>. Ob Daten verfügbar sind, könne auch mit einem Bewusstsein für eine bestimmte Problematik in der Bevölkerung zusammenhängen (Bsp. Erkrankungen)<sup>38</sup>.

#### **Potential für Berichterstattung Daten öffentlicher Stellen**

Daten zur Regierungsentscheidungen und öffentliche Finanzen sollten als Gemeingut zur Verfügung stehen<sup>39</sup>.

#### **Quellen**

Nachvollziehbarkeit und Herkunft der Daten soll gewährleistet werden<sup>40</sup>.

**(FI) Z5:** Eine Datenstrategie ist ausfolgenden Gründen notwendig: Umgang mit Datensicherheit<sup>41,42</sup>, und ihrer Quellen<sup>43</sup>, Nutzung der Wertschöpfungsmöglichkeit durch Datenerhebung/ Datenerwerb, Nutzung des Potentials von Daten öffentlicher Stellen<sup>44</sup> und der Umgang mit Problemstellungen durch eine mögliche Imperfektion von Daten<sup>45,46</sup>.

#### **(5) Technologische Grenzen: Emotion und Kontext**

Ein menschlicher Touch und Emotionalität sind durch template-basierte Lösungen nur be-

<sup>30</sup> (E1: 326-358)

<sup>31</sup> (E3: 63-90)

<sup>32</sup> (E1: 203-237)

<sup>33</sup> (J6: 263-334)

<sup>34</sup> (C2: 132-175)

<sup>35</sup> (C1: 575-601)

<sup>36</sup> (J6: 64-106)

<sup>37</sup> (E4: 495-542, J6: 64-106)

<sup>38</sup> (J2: 115-139)

<sup>39</sup> (C2: 683-704; 115-139)

<sup>40</sup> (J2: 325-355; J3: 234-255; J5: 450-481; C1: 455-481; C2: 436-478; C3: 302-315; C5: 285-307)

<sup>41</sup> (C2: 132-175)

<sup>42</sup> (C1: 575-601)

<sup>43</sup> (J2: 325-355; J3: 234-255; J5: 450-481; C1: 455-481; C2: 436-478; C3: 302-315; C5: 285-307)

<sup>44</sup> (C2: 683-704; 115-139)

<sup>45</sup> (J6: 64-106)

<sup>46</sup> (J2: 115-139)

grenzt möglich. Die Grenze vollzieht in folgenden Bereichen wo das Verstehen und Herstellen von Zusammenhängen<sup>47</sup>, Begreifen des Kontext<sup>48</sup> und das Verstehen von sprachlicher Metaebenen<sup>49</sup>, sowie die intuitive Interpretierung und Anwendung von Wissen<sup>50</sup> verlangt wird. Deshalb können keine menschlichen Erwartungen an diese Texte gestellt werden<sup>51</sup>. Außerdem reagieren Menschen sensibel auf inkorrekte und sinnlose Textabschnitte<sup>52</sup>

**(FI) Z6:** Tätigkeiten in welchen das Verstehen und Herstellen von Zusammenhängen<sup>53</sup>, Begreifen des Kontexts<sup>54</sup> und das Verstehen von sprachlicher Metaebenen<sup>55</sup>, sowie die intuitive Interpretierung und Anwendung von Wissen<sup>56</sup> verlangt, können nicht durch Algorithmen automatisiert werden.

### **(5) Technologische Grenzen: Abflachung der Entwicklungskurve**

Mit 10 % des Aufwandes sind 90% der Entwicklungsoutput zu erreichen, für die letzten 10% werden aber 90 % der Entwicklungsenergie gebraucht. An diesem Punkt führt ein Paradigmenwechsel zu einem erneuten Aufschwung in der Entwicklungskurve, wie es beispielweise bei (Deep) Neural Networks der Fall war<sup>57</sup>.

### **(6) Strukturelle Einschränkungen: (Fehlende) Entwicklungskapazität in Medienunternehmen**

Fehlendes Daten-Know-How in Unternehmen oder fehlendes Wissen über Know-How im Unternehmen selbst schränkt die Entwicklungsmöglichkeiten und (Implementierungsmöglichkeiten) ein. Die teilw. strikte Trennung zw. Verlag und Redaktion führt zu Informationsverlusten<sup>58</sup>. Durch die Fokussierung in der Entwicklung auf (Deep) Neural Networks kamen semantische Verfahren und Modellierung für Textgenerierung zu kurz<sup>59</sup>.

**(FI) Z7:** Die Entwicklungsgrenzen von automatisierter Textgenerierung liegen einerseits in einer Abflachung der Entwicklungskurve<sup>60</sup> und geringere Fokussierung auf semantische Verfahren<sup>61</sup> und in der fehlende Entwicklungskapazität zur Implementierung in Unternehmen, durch Wissensasymmetrien zwischen den Bereichen und fehlendes Daten-Know-How<sup>62</sup>.

<sup>47</sup> (J1: 376-393, 445-477, C5: 21-41, 142-161, 173-193)

<sup>48</sup> (J1: 527-554; J2: 151-166; J6: 224-236; C6: 14-20, 22-33; J6: 64-106, E1: 670-694; E2: 364-403; E3: 745-788; E4: 846-874)

<sup>49</sup> (E2: 108-121)

<sup>50</sup> (J2: 151-166, 174-200; C2: 181-223)

<sup>51</sup> (J6: 250-261)

<sup>52</sup> (E5: 352-400)

<sup>53</sup> (J1: 376-393, 445-477, C5: 21-41, 142-161, 173-193)

<sup>54</sup> (J1: 527-554; J2: 151-166; J6: 224-236; C6: 14-20, 22-33; J6: 64-106, E1: 670-694; E2: 364-403; E3: 745-788; E4: 846-874)

<sup>55</sup> (E2: 108-121)

<sup>56</sup> (J2: 151-166, 174-200; C2: 181-223)

<sup>57</sup> (E3: 412-469)

<sup>58</sup> (C1: 575-601)

<sup>59</sup> (E4: 846-874)

<sup>60</sup> (E3: 412-469)

<sup>61</sup> (E4: 846-874)

<sup>62</sup> (C1: 575-601)

## (7) Ethische Rahmenbedingungen

### Die Vereinbarkeit mit journalistischen Werten steht hier in den Vordergrund.

Die Entscheidung der Automatisierung bestimmter Produkte muss mit Wertekompass vereinbar sein<sup>63</sup>. Problematisch werden vollautomatisierte Abläufe mit geringer menschlicher Eingriffsmöglichkeit bewertet<sup>64</sup>. Sensible Inhalte, die persönliche Daten zur Personen<sup>65</sup> und soziale sensible Thematiken<sup>66</sup> und insbesondere Texte bei denen die Wirkung nicht abschätzbar ist<sup>67</sup>, sollten eher nicht automatisiert erstellt werden.

Ein weiterer Punkt bez. Ethische Rahmenbedingungen bezieht sich auf die **Transparenz** algorithmisch erstellter Texte. Zum einen wird eine Nichtausweisung als LeserInnen-täuschung bewertet<sup>68</sup>. Hinzukommt, dass der Grad der Automatisierung ausweisen werden sollte<sup>69</sup> *Dies beinhaltet auch den Grad des menschlichen Eingriffes oder Korrektur*. Es bestehen Überlegungen zur Einschreibung von Textausweisung in die Software selbst<sup>70</sup>. Zum anderen gibt es Gegenpositionen zur Transparenz. Die Ausweisung sollte freiwillig sein<sup>71</sup>. Menschen bleiben UrheberInnen der Texte<sup>72</sup> Der Algorithmischer Journalismus wird als Tool verstanden<sup>73</sup>. **Feedback:** Es sollte eine Hinwendung zum Wert des Journalismus<sup>74</sup> stattfinden und ein Bewusstsein darüber, dass die Objektivität der Daten ein Missverständnis ist<sup>75</sup>.

**(FI) Z8:** Vollautomatisierte Abläufe mit geringer menschlicher Eingriffs- und Einflussmöglichkeit und das Abgeben von Entscheidungsmacht an eine „Maschine“ oder AI<sup>76</sup> sind eine Risiko, auch für die Demokratie<sup>77</sup>.

**(FI) Z9:** Ansätze der Quanteninformatik kommen den menschlichen Sprachverhalten näher<sup>78</sup>, aber Neuronale Netzwerke verfügen über kein Bewusstsein und Intelligenz<sup>79</sup>.

## (8) Prototypen als kollaborative Produkte

Für Entwicklung von textgenerierender Software werden journalistische Leistung, Programmierung und Datenkenntnisse benötigt<sup>80</sup>. Die Anwendung ist auf spezifische Use-Cases begrenzt<sup>81</sup>.

---

<sup>63</sup> (C1: 603-629)

<sup>64</sup> (J1: 176-185/199-239)

<sup>65</sup> (C1: 483-537)

<sup>66</sup> (J4: 338-343, C5: 225-283; E2: 364-403; E3: 493-522, 745-788)

<sup>67</sup> (J5: 87-132)

<sup>68</sup> (C1: 436-478)

<sup>69</sup> (J6: 10-37)

<sup>70</sup> (E3: 606-689)

<sup>71</sup> (E1: 696-715)

<sup>72</sup> (C6: 148-176)

<sup>73</sup> (C1: 337-352, C2: 41-56; C6: 148-176, E2: 305-332; E4: 367-424; J5: 144-157, 230-267, 308-341)

<sup>74</sup> (J5-R.: 7-20)

<sup>75</sup> (J5-R.: 22-43)

<sup>76</sup> (E3: 493-522, J1: 176-185, 199-239, 303-344)

<sup>77</sup> (J5: 701-725)

<sup>78</sup> (E4: 874-930)

<sup>79</sup> (J1: 376-393, E2: 142-167)

<sup>80</sup> (E1: 447-480; C1: 25-41)

<sup>81</sup> (C2: 25-41, J6: 263-334; C3: 32-66)



## (9) Risiken

Daten könnten manipuliert werden, oder Fehler könnten sich durch den Automatisierungsprozess potenzieren. In letzteren Fall ist das Unternehmen verantwortlich<sup>82</sup>.

**(FI) Z10: Neuronale Netzwerke:** Falschmeldungen und Einflussnahme mithilfe eigenständiger Informationssuche durch Bots, Social Media, oder Feedbackeinfluss, die die Inhalte die AI lenken könnten<sup>83, 84</sup> in Kombination mit der fehlenden Nachvollziehbarkeit der Entscheidungen von Neuronalen Netzwerken<sup>85, 86</sup>, würden zu nicht vertrauenswürdigen Content führen<sup>87</sup>.

## (10) Zukunft

Der Trend geht in die Richtung, dass hochwertiger menschlich generierter Content, der von LeserInnen finanziert wird<sup>88</sup>. Automatisiert generierter Content könnte über Plattformen kostenlos/ kostengünstiger zur Verfügung gestellt werden<sup>89</sup>. Datensätze könnten in Zukunft vermehrt individualisiert interpretiert werden, bzw. Texte über Statistiken automatisiert für Zielgruppen ausgegeben werden<sup>90</sup>. Hinzukommen hybride Artikel, die teilweise automatisch und menschl. manuell erstellt/ nachbearbeitet wurden<sup>91</sup>. Aus Perspektive der Gegenposition wird sich die automatisierte Textgenerierung nicht oder wenig durchsetzen<sup>92</sup>. Die Software müsste qualitativen Mehrwert erzeugen. Dafür müsste sie Zusammenhänge herstellen, selbständig Informationen suchen und Schlüsse ziehen<sup>93</sup>. **Feedback:** Das Konzept der kostenlosen Grundlageninformation und des kostenpflichtigen erweiterten Content ist denkbar<sup>94</sup>. Eine Gegenposition zeigt sich hier in Bezug auf die Finanzierung: LeserInnenfinanzierter Journalismus wird sich nicht etablieren. Medien sind hauptsächlich werbefinanziert<sup>95</sup>. LeserInnenfinanzierung ist eher in ausgewählten Bereichen/ Nischen denkbar<sup>96</sup>, die über Blogs und Webpages betrieben werden<sup>97</sup>.

**(FI) Z11:** LeserInnenfinanzierter „menschlich“ generierter Journalismus<sup>98</sup> (in ausgewählten Bereichen) und hybride Artikel<sup>99</sup>, in Kombination mit kostengünstiger/kostenloser automatisierter Content, sowie die individuelle automatische Ausgabe von Content auf Basis von Statistiken<sup>100</sup>, stellen teilweise<sup>101</sup> ein mögliches Zukunftsszenario dar<sup>102</sup>.

<sup>82</sup> (C2: 95-107; C3: 95-107; E3: 567-604; J5: 176-196, 530-538, 538-560)

<sup>83</sup> (J5: 157-176, 692-699, E1: 638-668; E3: 524-565; E4: 425-466)

<sup>84</sup> (J2: 225-237; J4: 61-74)

<sup>85</sup> (E3: 471-491; E4: 207-235)

<sup>86</sup> (E4: 207-235; E3: 524-565)

<sup>87</sup> (J3: 112-129, E3: 524-565)

<sup>88</sup> (C1: 288-305)

<sup>89</sup> (J3: 481-536, C1: 288-305)

<sup>90</sup> (J6: 263-334)

<sup>91</sup> (J6: 461-486, E3: 606-689; E4: 566-629)

<sup>92</sup> (C6: 79-93)

<sup>93</sup> (C5: 173-193)

<sup>94</sup> (J5-R.: 45-52)

<sup>95</sup> (C4-R.: 5-35)

<sup>96</sup> (C4-R.: 35-41)

<sup>97</sup> (C4-R.: 43-55)

<sup>98</sup> (C1: 288-305)

<sup>99</sup> (J6: 461-486, E3: 606-689; E4: 566-629)

<sup>100</sup> (J6: 263-334)

<sup>101</sup> (C6: 79-93)

<sup>102</sup> (J5-R.: 45-52)

## A3.6.2. Algorithmen als Tool

### (1) Implementierung

Diese ist aufwändig und mit hohem Initialaufwand verbunden. Datensätze müssen gepflegt werden und geschultes Personal ist für die Nutzung notwendig<sup>103</sup>. Daten müssen für die automatisierte Textgenerierung in strukturierter Form vorliegen<sup>104</sup>.

Die Implementierung sollte begleitend stattfinden. Die Definition des Inputs, also welche Daten zur Verfügung stehen und in welcher Form und die Definition des Outputs (Content)<sup>105</sup> müssen im Vorfeld vorgenommen werden. Template-basierte Lösungen werden nicht fertig übernommen, sondern Unternehmen bieten Toolkits an, die in Redaktionen an ihre Bedingungen angepasst werden, bzw. weiterentwickelt werden müssen<sup>106</sup>. Die Software muss leicht bedienbar sein<sup>107</sup>. Unterstützend bieten tlw. Softwareunternehmen Trainings, Coachings und Foren zum Austausch an<sup>108</sup>. Algorithmischen Journalismus sollte bereits jetzt in facheinschlägigen Ausbildungen thematisiert werden<sup>109</sup>.

### (2) Definition des Inputs

Für den Input sind strukturierte Daten notwendig, die beisp. sensorisch erhobene durch Messgeräte, erworben, aufbereitete oder dgl.<sup>110</sup>. Zunächst werden die exemplarisch zu automatisierenden Texttypen analysiert. Das ermöglicht die logische Darstellung für die Textgenerierung/ Entwicklung eines passenden Datenmodells, sowie die Festlegung der notwendigen Datenattribute<sup>111</sup>. *Die exemplarische Analyse der zu automatisierenden Texte ist für die Definition des Outputs natürlich ebenfalls notwendig.*

Es gibt aktuell gute Ansätze mit semantischen Beschreibungssprachen wie AMR (Abstract Meaning Representation), mit der gut natürliche Sprache beschrieben werden kann. Mit Input in (unter anderem) dieser Beschreibungssprache, sind Texte generierbar<sup>112</sup>.

### (3) Definition des Outputs

Zunächst müssen sich Unternehmen die Frage des qualitativen Anspruches stellen und der Entscheidung, welche journalistischen Texte automatisiert produziert werden können<sup>113</sup>. - *exemplarische Analyse der zu automatisierenden Texte*. Zusätzlich ist die Definition von Qualitätskriterien und Überlegungen zu Qualitätssicherungsprozessen im Vorfeld notwendig. Aufgrund der hohen Datendichte ist die Qualitätssicherung bisher noch ein offenes

---

<sup>103</sup> (C2: 309-336; J4: 329-336)

<sup>104</sup> (C2: 132-175, 683-704; E1: 20-27, 391-412, 528-564, E4: 56-78, 330-350)

<sup>105</sup> (E4: 80-88)

<sup>106</sup> (E4: 175-207).

<sup>107</sup> (C3: 166-193)

<sup>108</sup> (E1: 482-496).

<sup>109</sup> (E1: 517-528)

<sup>110</sup> (E1: 326-358; 44: 282-300)

<sup>111</sup> (E1: 20-27)

<sup>112</sup> (E4: 90-121, 846-874)

<sup>113</sup> (C1: 603-629; C2: 418-436)

Thema<sup>114</sup>.

**(FI) Z12:** Mit der Implementierung von automatisierter Textgenerierung ist ein hoher Initialaufwand verbunden, da geschultes Personal<sup>115</sup>, strukturierte Daten<sup>116,117</sup>, eine konkrete Definition des In<sup>118</sup>- und Outputs<sup>119</sup>, dafür notwendige Anpassungen und eine Definition der Qualitätssicherung<sup>120</sup> vorhanden sein müssen.

#### **(4) Nutzung**

Algorithmischer Journalismus wird als Unterstützung oder unterstützendes Tool betrachtet. Durch die Zeitersparnis, bleibe mehr Zeit für qualitativ hochwertigere Arbeiten (Hintergrund, Recherche investigativ, Interviews führen, etc.)<sup>121</sup>. *Diese Perspektive findet sich im aktuellen Forschungsstand zur Thematik wieder.* Nützlich wäre die automatisierte Erstellung von Zusammenfassung mit denen weitergearbeitet werden könnte<sup>122</sup>.

**(FI) Z13:** Automatisierte Textgenerierung könnte JournalistInnen helfen Zeit zu sparen und durch die gewonnen Zeit qualitativ hochwertigere Arbeiten nachzugehen<sup>123</sup>.

#### **(5) Angst vor Jobverlust**

Zum Thema „Jobverlust“, dass innerhalb des Panels formuliert wurde, stellt die Nutzung des Algorithmischen Journalismus als Tool eine adäquate Möglichkeit dar, auch um nicht ersetzt zu werden<sup>124</sup>. Dazu bilden sich zwei Positionen heraus. Zum einen soll es angeblich durch den Einsatz von AJ zur Einsparungen von Personal kommen<sup>125</sup>, die letztendlich die Befürchtung, dass dies in einer tlw. Abschaffung von JournalistInnen<sup>126</sup> mündet. Die automatisierte Textgenerierung könnte ein Versuch sein, das aktuelle „System“ des Journalismus zu erhalten<sup>127</sup>. Der Initialaufwand ist aber sehr (*siehe (1)*) hoch und Personaleinsparungen sind wenig bis kaum möglich. Automatisiert erstellte Texte kommen zum bestehenden Angebot hinzu und stellen somit Content dar, der vorher nicht verfügbar gewesen ist/möglich gewesen wäre<sup>128</sup>.

#### **(6) Mögliche Folgen**

Durch die Implementierung von AJ kommt es zu Änderung der Organisationsstrukturen in

---

<sup>114</sup> (C1: 607-635)

<sup>115</sup> (C2: 309-336; J4: 329-336)

<sup>116</sup> (E1: 482-496).

<sup>117</sup> (C2: 132-175, 683-704; E1: 20-27, 391-412, 528-564, E4: 56-78, 330-350)

<sup>118</sup> (E1: 482-496).

<sup>119</sup> (C1: 603-629; C2: 418-436)

<sup>120</sup> (C1: 607-635)

<sup>121</sup> (E1: 50-95, 391-412; E2: 285-303, J5: 609-640; C5: 209-223; C6: 14-20)

<sup>122</sup> (J2: 388-405)

<sup>123</sup> (E1: 50-95, 391-412; E2: 285-303, J5: 609-640; C5: 209-223; C6: 14-20)

<sup>124</sup> (E2: 305-332)

<sup>125</sup> (C3: 13-30, 204-234, C6: 14-20, J3: 416-459)

<sup>126</sup> (J4: J4: 246-262)

<sup>127</sup> (J4: 264-286)

<sup>128</sup> (C2: 309-336)

Medienunternehmen. Für veränderte Abläufe, müssen neue Strukturen geschaffen werden<sup>129</sup>. Zu den möglichen Folgen bezüglich Anstellungsverhältnis von JournalistInnen zeigen sich zwei Positionen. Zum einen könnte der Einsatz von AJ positive Auswirkung auf das Anstellungsverhältnis haben und zu mehr Wertschätzung nicht ersetzbarer journalistischer Leistung führen<sup>130</sup>. Zum anderen könnte das Arbeitsumfeld kompetitiver werden. Die geistige Flucht der redundanten Tätigkeit würde verwehrt werden und es entstehe vermehrt der Druck besser oder so gut zu sein als die Maschine<sup>131</sup>.

**(FI) Z14:** Die Implementierung von Algorithmen hat Änderung der Organisationsstrukturen und Abläufe<sup>132</sup> zu Folge und wird entweder zu einem kompetitiveren Umfeld führen<sup>133</sup> oder sogar zu Aufwertung menschlicher nicht ersetzbarer journalistischer Leistung<sup>134</sup>.

### **(7) Tätigkeitsfelder/ Arbeit in Zukunft „ohne JournalistInnen bleibt die Maschine „dumm“**

135

Durch den Einsatz von AJ könnte sich die Journalistische Tätigkeit analytischere Schwerpunkte hinzukommen<sup>136</sup>.

#### **Interdisziplinarität**

Die Arbeitsbereiche könnten sich interdisziplinärer gestalten. Konkret wurde im Panel von Brückenkompetenzen oder auch Schnittstelle zw. Inf. und AnwenderInnen) gesprochen<sup>137</sup>. Sogenannte Bridge-Roles zw. Verlag und Newsroom, Entwicklung und Programmierung, sowie der Anzeigen und Geschäftsfeldentwicklung<sup>138</sup> könnten sich stärker entwickeln. Softwareprodukte müssten ausgewählt und AnwenderInnen eingeschult werden. Das Finden einer gemeinsamen sprachlichen Schnittmenge der Sprache wird notwendig um Anforderungen an In- und Output und zu klären<sup>139</sup>.

### **(8) Mensch als Kontrollinstanz und Gatekeeper**

Automatisch generierte Texte kommen ergänzend zum bestehenden journalistischen Angebot hinzu<sup>140</sup>. Es muss also Personen geben, die den Output begutachten und interpretieren, die mögliche Wirkung des Textes abschätzen und den Output nach einem Set von Regeln überprüfen können<sup>141</sup>. Die Nachkontrolle von Content, ist wichtig, da fehlerhafte

---

<sup>129</sup> (J6: 336-394)

<sup>130</sup> (J4: 34-49; C3: 13-30, 317-354)

<sup>131</sup> (J5: 41-85)

<sup>132</sup> (J6: 336-394)

<sup>133</sup> (J5: 41-85)

<sup>134</sup> (J4: 34-49; C3: 13-30, 317-354)

<sup>135</sup> (C2: 58-81)

<sup>136</sup> (J6: 336-394, E1: 670-694)

<sup>137</sup> (C1: 603-629, E4: 367-424)

<sup>138</sup> (C1: 603-629)

<sup>139</sup> (E4: 367-424)

<sup>140</sup> (C2: 25-41, 181-223)

<sup>141</sup> (E3: 299-352)

Meldungen möglich sind<sup>142</sup> und die Verantwortung bei Fehlern beim Menschen (o. Medienunternehmen) liegt<sup>143</sup>. Ob die Nachkontrolle in der Umsetzung tatsächlich betrieben wird, ist fraglich<sup>144</sup>. Die Entscheidungen sollten nach wie vor von Menschen getroffen werden (Veröffentlichung, Korrektur, Gefahr der Abgabe von Entscheidungen). Wichtig bleiben natürlich Tätigkeiten die nicht automatisierbar sind (siehe Grenzen von AJ)<sup>145</sup>.

**(FI) Z15:** Das künftige Arbeitsfeld von JournalistInnen könnte analytischer werden. Brückenkompetenzen, bzw. Schnittstellenpositionen (Programmierung und Geschäftsfeldentwicklung, Verlag und Newsroom)<sup>146,147</sup> und Tätigkeiten zur Kontrolle und Umsetzung<sup>148,149</sup> von automatisch generierten Content als zusätzliche Angebote zum bestehenden journalistischen Angebot<sup>150</sup>, könnten sich in Zukunft etablieren.

### **(9) Fähigkeiten im Umgang mit AJ**

Zum einen ist Datenbewusstsein notwendig, innerhalb einer Sensibilisierung für Algorithmischen Journalismus und ein Grundverständnis für Daten, ihrer Herkunft und Produktionsbedingungen<sup>151</sup>. In Weiterbildungsmaßnahmen sind Datenthemen stark nachgefragt<sup>152</sup>. Zum anderen ist eine Sensibilisierung notwendig (auch der RezipientInnen), dass Texte automatisiert erstellt sein könnten<sup>153</sup>. Abgesehen von persönlichen Interesse an der Materie und der Eignung<sup>154</sup> spiele die Fähigkeit zur interdisziplinäre Kommunikation eine Rolle<sup>155</sup>. Zu wenig JournalistInnen sehen sich auf aber auf technischer Seite<sup>156</sup>. Für die Arbeit mit Algorithmischen Journalismus sei ein Grundverständnis von Computerlinguistik notwendig um mögliche Problemstellungen der Textgenerierung und Planung dahinter zu verstehen. Dazu gehört auch ein Verständnis von Sprache, also das Wissen um sprachliche Fehlerquellen, etc.)<sup>157</sup>. Die Fähigkeit der Interpretation des Outputs (Grundlage, Daten, etc.) und Kenntnisse von Modellierung (Software, Sprache) sind relevant<sup>158</sup>. Abseits von technologischen Anforderungen ist die permanente Reflexion der Tätigkeit zwischen Grundhaltung und realen Anforderungen als JournalistIn und ggf. Neudefinition der eigenen Rolle notwendig<sup>159</sup>. Auch in der automatisierten Textgenerierung bleiben Grundfertigkeiten journalistischer Tätigkeiten wie Hinterfragen, Nachrecherche, etc. wichtig<sup>160</sup>.

**Feedback:** Die Software wird nutzerInnenfreundlich gestaltet sein. Hier wird die Wichtigkeit von Bewusstsein für den Nutzen betont<sup>161</sup>.

---

<sup>142</sup> (C2: 637-681; C3: 95-107; 202-223; J5: 640-653)

<sup>143</sup> (C6: 163-171, C5: 163-171, 331-360 J6: 150-175)

<sup>144</sup> (J3: 234-255)

<sup>145</sup> (C1: 607-635, C5: 285-307, J1: 303-344, 346-350; J3: 341-414)

<sup>146</sup> (C1: 603-629, E4: 367-424)

<sup>147</sup> (C1: 603-629)

<sup>148</sup> (E3: 299-352)

<sup>149</sup> (C6: 163-171, C5: 163-171, 331-360 J6: 150-175)

<sup>150</sup> (C2: 25-41, 181-223)

<sup>151</sup> (C1: 418-426, 418-426; J3: 776-809)

<sup>152</sup> (C2: 354-385)

<sup>153</sup> (J3: 776-809)

<sup>154</sup> (J2: 432-461)

<sup>155</sup> (J2: 602-635; E4: 367-424)

<sup>156</sup> (J2: 432-461)

<sup>157</sup> (E4: 175-207, 680-707)

<sup>158</sup> (E4: 175-207, 367-424)

<sup>159</sup> (J5: 640-653)

<sup>160</sup> (C2: 337-352, 578-606, J3: 112-129, 842-866)

<sup>161</sup> (J5-R.: 55-66)

**(FI) Z16:** Zur Arbeit mit Algorithmen (allgemein) ist interdisziplinäre Kommunikation<sup>162</sup> zur Klärung der Anforderungen an In- und Output und zu klären<sup>163</sup> wichtig, sowie ein Grundverständnis von Computerlinguistik<sup>164</sup> und Kenntnisse von Modellierung (Software, Sprache) relevant<sup>165</sup>.

### **(10) Ethische Begrenzungen**

Kritisch betrachtet wurde die Problematik des Einschreibens von Vorstellungen (bzw. Deutungsmuster) in Technologie durch die Programmierung, Template-Erstellung oder Daten<sup>166</sup>. Die vermeintliche „Objektivität“ der Maschine könne die Legitimation von journalistischer Tätigkeit schwächen<sup>167</sup>.

Feedback: Ethische Probleme können durch die Ausweisung des Contents, und ein begrenztes Use-Case vermieden werden<sup>168</sup>.

**(FI) Z17:** Die „Objektivität“ der Maschine und somit ein Legitimationsdruck gg. Der journalistischen Arbeit<sup>169</sup>, ist zu hinterfragen, da menschliche Deutungsmuster<sup>170</sup> in Technologie eingeschrieben werden. Deshalb ist die Transparenz bez. der Textgenerierung und Begrenzung auf ein Use-Case wichtig<sup>171</sup>.

### **(11) Zukunft journalistischer Tätigkeit**

In der Betrachtung der Zukunft journalistische Tätigkeit werden zwei Positionen sichtbar. Zum einen komme es zu einem Zusammenwachsen der Disziplinen (Technik und Journalismus) und somit zur interdisziplinären Arbeitsfelder<sup>172</sup>. Die aktive Mitgestaltung in Textproduktion ist JournalistInnen wichtig<sup>173</sup>. Wünschenswert ist das Zusammenarbeiten in interdisziplinären Teams um so besseren Output zu erzeugen<sup>174</sup>. Eine Kooperation der Unternehmen zum Erfahrungsaustausch wäre wichtig um gemeinsame Richtlinien für die Anwendung und den Einsatz von Algorithmischen Journalismus zu definieren<sup>175</sup>. Zum anderen wird von einer stärkeren Trennung der Aufgabengebiete ausgegangen. Der Fokus liege entweder auf manuell erstellten Qualitätsjournalismus oder auf Datenaufbereitung, das Erstellen von Datenmodellen und automatisierte Textgenerierung<sup>176</sup>.

**(FI) Z18:** Zwei Szenarien könnten sich in Zukunft etablieren:

<sup>162</sup> (J2: 602-635; E4: 367-424)

<sup>163</sup> (E4: 367-424)

<sup>164</sup> (E4: 175-207, 680-707)

<sup>165</sup> (E4: 175-207/367-424)

<sup>166</sup> (E2: 334-362, J1: 507-516, J6: 39-62)

<sup>167</sup> (J1: 412-443)

<sup>168</sup> (J5-R.: 55-66)

<sup>169</sup> (J1: 412-443)

<sup>170</sup> (E2: 334-362, J1: 507-516, J6: 39-62)

<sup>171</sup> (J5-R.: 55-66)

<sup>172</sup> (J5: 569-578, E2: 334-362; E3: 299-352, 366-410)

<sup>173</sup> (J2: 258-277)

<sup>174</sup> (J2: 580-600; E3: 366-410)

<sup>175</sup> (J5: 609-640)

<sup>176</sup> (E1: 498-515)

**1. Zusammenwachsen der Disziplinen und stärkere und aktive Interdisziplinarität<sup>177, 178</sup>** um besseren Output zu erzeugen<sup>179</sup> unter Einbindung anderen Unternehmen um Richtlinien den Einsatz von Algorithmischen Journalismus zu erarbeiten<sup>180</sup>.

**2. Stärke Trennung der Aufgabengebiete:** Qualitätsjournalismus oder Fokus auf Datenaufbereitung, das Erstellen von Datenmodellen und automatisierte Textgenerierung<sup>181</sup>.

---

<sup>177</sup> (J5: 569-578, E2: 334-362; E3: 299-352, 366-410)

<sup>178</sup> (J2: 258-277)

<sup>179</sup> (J2: 580-600; E3: 366-410)

<sup>180</sup> (J5: 609-640)

<sup>181</sup> (E1: 498-515)

### **A3.6.3. (Deep) Neural Networks**

#### **(1) Neural Networks (N.N.)**

Sie basieren u.a. auf statistische Wahrscheinlichkeiten und Pattern-Matching<sup>182</sup>. Für die automatisierte Textgenerierung sind sie regulär derzeit (noch) nicht im Einsatz, bzw. *scheiterten tlw. Versuche neuronale Netzwerke zu sinnvollen Output zu bewegen*<sup>183</sup>. Derzeit wird an der Entwicklung von AI in Newsrooms gearbeitet<sup>184</sup>. Menschliches zu erzeugen (somit auch menschl. Denken) oder zu konstruieren ist ein kulturhistorisches Bedürfnis<sup>185</sup>.

#### **(2) Implementierung**

Zunächst muss entschieden werden welche Lerndaten genutzt werden (können) (Definition des Inputs)<sup>186</sup>. Das Training von N.N. ist ein kontinuierlicher Vorgang, während dessen redaktionellen Regeln berücksichtigt werden müssen<sup>187</sup>. Unternehmen sammeln bereits Daten (u.a.) für die „AI der Zukunft“<sup>188</sup>. JournalistInnen haben eher einen spielerischen Zugang zur Technologie, dass positiv ist<sup>189</sup>.

#### **(3) Nutzungsmöglichkeiten**

Diese könnten sich für Arbeits- und Kreativprozesse ergeben, wie Inspiration und neue Zugänge die den Blick auf Themenstellungen erweitern<sup>190</sup>. Nützlich wäre eine mögliche selbstständige Informationsaneignung der AI zur Recherche zu nutzen<sup>191</sup>, wobei auch Social-Media-Daten miteinbezogen werden würden<sup>192</sup>.

#### **(4) Training**

Von Interesse ist das Lernen vom Feedback der JournalistInnen selbst bzw. das Lernen der NN anhand von Analysedaten zur Klickrate, Verweildauer und Leseverhalten. Eine mögliche Zukunftsvision wäre eine vollautomatisierter, sich selbst optimierender Feedback-Cycle, dass auf Machine- to – Machine- Learning beruht, wie die Einbeziehung von einem Trackingtool, das Klick-Rate, Verweildauer, Leseverhalten misst. Die Software erkennt die bessere Textvariante auf Basis dieser definierten Parameter und dieses Feedback fließt zurück und so würde der Content datengetrieben verbessert/ optimiert werden<sup>193</sup>.

#### **(5) Sprachliche Formulierungen**

---

<sup>182</sup> (E4: 846-874)

<sup>183</sup> (C2: 110-130)

<sup>184</sup> (C2: 132-175, J6: 150-175)

<sup>185</sup> (E2: 197-217)

<sup>186</sup> (E3: 471-491, E4: 708-795, 367-424)

<sup>187</sup> (E3: 265-297)

<sup>188</sup> (E4: 708-795)

<sup>189</sup> (J5: 393-419)

<sup>190</sup> (J2: 258-277, J5: 809-822)

<sup>191</sup> (J5: 809-822)

<sup>192</sup> (J5: 87-132, 490-500, 530-538, 538-560)

<sup>193</sup> (E1: 566-636; E3: 246-263, 299-352)



Zum einen könnte es zu einer Verbesserung von Formulierungen auf Basis von Wahrscheinlichkeiten und Feedback kommen. Auch die Natürlichkeit von Sprache könne durch statistischen Verfahren verbessert werden<sup>194</sup>. Zum anderen wird eine mögliche Verengung der Sprache aufgrund positiv bewerteter Parameter im Feedback-Cycle befürchtet<sup>195</sup>.

**(FI) Z19- Neuronale Netzwerke:** Neuronale Netzwerke könnten in Zukunft durch ihre selbstständige Informationsaneignung neue Perspektiven zu Themenstellungen liefern<sup>196, 197</sup> und eine Verbesserung der Inhalte und Sprache<sup>198,199</sup> durch Feedback-Cycles und Training<sup>200</sup>, die Messparameter anderer Tools miteinander verbinden, ermöglichen<sup>201, 202</sup>.

## (6) Technologische Grenzen

Die klare Grenze zeigt sich im fehlenden Textverständnis/ Kontextverständnis und der Schwierigkeiten des Herauslesens von Daten, oder Erkenntnis der relevanten Daten<sup>203</sup>. Das „Verstehen“ und Semantik kommen zu kurz<sup>204</sup>. Ohne deutliches Muster und hoher Lerndatenmenge bleiben die erstellten Texte sinnlos (Schwellenwerte)<sup>205</sup>.

**Feedback:** Die Produktion hochqualitativer Texte ist in Zukunft mit „Self-Supervised Deep Learning“ und Nutzung vortrainierte Modelle zwar möglich, aber das semantische Verständnis und Ziehen von Schlüssen nicht. Qualitätskontrollen werden noch wichtiger werden<sup>206</sup>.

**(FI) Z20- Neuronale Netzwerke:** Neuronale Netzwerke verfügen über kein Text- und Kontextverständnis, können aber durch „Self-Supervised Deep Learning“ und Nutzung vortrainierte Modelle den Anschein hochwertiger Texte erwecken<sup>207</sup>.

## (7) Risiken

Falschmeldungen und Einflussnahme durch Bots, Social Media, oder Feedback einfluss, die Inhalte die AI lenken, wurden als mögliche Risikofaktoren genannt<sup>208</sup>. Kritisch betrachtet wird auch eine mögliche Meinungsanpassung an die Vorlieben der LeserInnen oder an durchschnittlicher Meinung<sup>209</sup>.

## (8) Problem der Nachvollziehbarkeit

Es ist nicht nachvollziehbar warum ein N.N. zu einer bestimmten Entscheidung gelangt<sup>210</sup>,

<sup>194</sup> (E4: 631-678)

<sup>195</sup> (J3: 46-71)

<sup>196</sup> (J2: 258-277, J5: 809-822)

<sup>197</sup> (J2: 258-277, J5: 809-822)

<sup>198</sup> (E4: 631-678)

<sup>199</sup> (J3: 46-71)

<sup>200</sup> (E1: 566-636; E3: 246-263, 299-352)

<sup>201</sup> (E1: 566-636; E3: 246-263, 299-352)

<sup>202</sup> (J3: 46-71)

<sup>203</sup> (J3: 136-227, 341-414; J6: 64-106, E3: 745-788, E4: 631-678, 846-874)

<sup>204</sup> (E4: 846-874)

<sup>205</sup> (E5: 352-400, E4: 708-795)

<sup>206</sup> (E4-R.: 3-9, 11-24)

<sup>207</sup> (E4-R.: 3-9, 11-24)

<sup>208</sup> (J5: 157-176, 692-699, E1: 638-668; E3: 524-565; E4: 425-466)

<sup>209</sup> (J2: 225-237; J4: 61-74)

<sup>210</sup> (E3: 471-491; E4: 207-235)

bzw. fehlende Nachvollziehbarkeit auf welchen Fakten der Output basiert<sup>211</sup>.

Zusätzlich könne die Herkunft der Daten ein Problem darstellen. Eine Eingabe muss mind. einmal stattgefunden haben<sup>212</sup> Ist der Output vertrauenswürdig bei automatischen Zusammenfassungen<sup>213</sup>?

**(FI) Z21- Neuronale Netzwerke:** Falschmeldungen und Einflussnahme mithilfe eigenständiger Informationssuche durch Bots, Social Media, oder Feedbackeinfluss, die die Inhalte die AI lenken könnten<sup>214, 215</sup> in Kombination mit der fehlenden Nachvollziehbarkeit der Entscheidungen von Neuronalen Netzwerken<sup>216, 217</sup>, würden zu nicht vertrauenswürdigen Content führen<sup>218</sup>.

### (9) Ethische Grenzziehungen

Vollautomatisierte Abläufe mit geringer menschlichen Eingriffs- und Einflussmöglichkeit und der Überlassung von Entscheidungen einer „Maschine“ oder AI stellt eine Grenze dar<sup>219</sup>.

Außerdem wird das Abgeben von menschlicher Entscheidungsmacht über die produzierten Inhalte, als demokratisches Problem betrachtet<sup>220</sup>. Würde ein neuronales Netzwerk nicht eher für sich selbst schreiben als für andere<sup>221</sup>?

**(FI) Z22:** Vollautomatisierte Abläufe mit geringer menschlicher Eingriffs- und Einflussmöglichkeit und das Abgeben von Entscheidungsmacht an eine „Maschine“ oder AI<sup>222</sup> sind eine Risiko, auch für die Demokratie<sup>223</sup>.

### (10) Menschliche Intelligenz und Bewusstsein

Biomechanische Vorstellungen, die das Gehirn mit einer KI gleichsetzen, sind eine Ver-simplifizierung des Menschlichen<sup>224</sup>. Eine KI besitzt keine Reflexionsfähigkeit- ihr fehlt ein Bewusstsein<sup>225</sup>.

Aus Biomechanischer Perspektive wäre das Bewusstsein eine moralische Agentur, deren Körper in Abgrenzung zur Umwelt existiert<sup>226</sup>.

Die Quanteninformatik als möglicher Paradigmenwechsel, könnte der Idee der künstlichen Intelligenz näher kommen. Lösungen werden gleichzeitig berechnet, wobei Zustände von 0 und 1 parallel herrschen. Sie kommt dem menschl. Sprachverhalten näher als bisherige

---

<sup>211</sup> (E4: 207-235; E3: 524-565)

<sup>212</sup> (E4: 237-280)

<sup>213</sup> (J3: 112-129, E3: 524-565)

<sup>214</sup> (J5: 157-176, 692-699, E1: 638-668; E3: 524-565; E4: 425-466)

<sup>215</sup> (J2: 225-237; J4: 61-74)

<sup>216</sup> (E3: 471-491; E4: 207-235)

<sup>217</sup> (E4: 207-235; E3: 524-565)

<sup>218</sup> (J3: 112-129, E3: 524-565)

<sup>219</sup> (E3: 493-522, J1: 176-185, 199-239, 303-344)

<sup>220</sup> (J5: 701-725)

<sup>221</sup> (J4: 115-154)

<sup>222</sup> (E3: 493-522, J1: 176-185, 199-239, 303-344)

<sup>223</sup> (J5: 701-725)

<sup>224</sup> (E2: 142-167)

<sup>225</sup> (J1: 376-393, E2: 142-167)

<sup>226</sup> (E2: 142-167)

Verfahren<sup>227</sup>.

**(FI) Z23:** Ansätze der Quanteninformatik kommen den menschlichen Sprachverhalten näher<sup>228</sup>, aber Neuronale Netzwerke verfügen über kein Bewusstsein und Intelligenz<sup>229</sup>.

### **(11) Anthropomorphismen**

Die Konstruktion eines „Roboters“ oder „KollegIn“ (anstatt des „Tools“) führe dazu, dass das Verhältnis zwischen Mensch und Technologie sich als Konkurrenz gestalte<sup>230</sup> *Die Benennung von Software oder Roboter solle dazu führen die Angst vor Technologie zu nehmen*<sup>231</sup>.

**(FI) Z24a:** Die Betrachtung der Software als Roboters und die Vermenschlichung diesern, führt zur einen In-Konkurrenz-treten zwischen „Mensch und Maschine“<sup>232</sup>.

### **Thesenbildung:**

Die Zusammenfassung der formulierenden Interpretation, die die größte Schnittmenge bildet, liefert Thesen der inhaltlichen Dimension, der Inhalte im Panel wiedergibt. Nur in Kombination mit der vertieften und reflektierenden Interpretation ausgewählter Interviews von größter metaphorischer und inhaltlicher Dichte, gelingt ein tieferliegender Einblick in die Vorstellung und Wissensbestände bezüglich Algorithmen im Journalismus.

---

<sup>227</sup> (E4: 874-930)

<sup>228</sup> (E4: 874-930)

<sup>229</sup> (J1: 376-393, E2: 142-167)

<sup>230</sup> (J5: 367-391, 443-449)

<sup>231</sup> (J5: 308-341)

<sup>232</sup> (J5: 367-391, 443-449)

## Panel: Algorithmischer Journalismus

Inhaltliche Zusammenfassung (Analysestufe 2 von 4)  
J: 6 TeilnehmerInnen/ E: 5 TeilnehmerInnen / C: 6 TeilnehmerInnen  
Durchführungszeitraum der Interviews vom 28.3.2018 bis 16.5.2018

**(E)**  
Entwicklung (Inf.)  
Forschung (+ Inf.)  
Wissensvermittlung

**(J)**  
JournalistInnen  
Online/ Print/ Hörfunk  
DatenjournalistInnen

**(C)**  
ChefredakteurInnen  
Geschäftsführungen v.  
Medienunternehmen,  
Produktmanagement



Algorithmen  
Template-basiert



Algorithmen  
als Tool



(Deep) Neural  
Networks

# Algorithmen Template -basiert

## (1) Algorithmischer Journalismus als Innovation?

Einerseits wurde von Mystifizierung der Technologie gesprochen und die Enttaschung darüber, dass hinter Roboterjournalismus/Algorithmischer Journalismus nur eine Software steht (J). Der Algorithmischer „Journalismus“ ist eher ein Nachrichten- oder Informationsdienst (J). Zusätzlich könne die automatische Textgenerierung als Teil einer kontinuierlichen Weiterentwicklung der Digitalisierung betrachtet werden (C). Teilweise automatisiert erstellte Teten würden im Nachhinein durch Menschen doch nachkorrigiert werden (J).

## (2) Einsatzbereiche: Content

Redundante Tätigkeiten, die keine hohe journalistische Leistung benötigen, können für ein begrenztes Use-Case (E, C) automatisiert werden (J, C, E). Hierfür werden u.a. Templates für abgegrenzte Bereiche (Use-Case) wie Sport, Finanz, E-Commerce, Umweltdaten, Wetter, Katastrophenwarndienste, etc. erstellt (J, C, E). Das Potential der erstellten Templates liege u.a. aus Ressourcengründen (Personal, Zeit, Monetäres) darin, dass Regional- und Lokalnachrichten zusätzlichen Content anbieten können (C, J, E). Weitere Einsatzmöglichkeit wäre die automatische Textausgabe zur Datenvergleichen und Statistiken (J).

## Content-Distribution

Inhalte können automatisch auf unterschiedliche Kanäle verbreitet werden (E), wie beispielweise durch auto-

matisches und zeitgleiches Beispielen von Aggregatoren wie Social-Media-Plattformen (C, E) oder Verbreitung der Inhalte auf Blogs bis hin zur automatischen Erstellung von Podcasts auf Basis von Content (C,E).

## (3) Technologische Möglichkeiten: Erstellung und Nachbearbeitung

Die automatisierte Textgenerierung ermöglicht eine enorm hohe Zahl an Content in geringer Zeit (500000 Texte/h) (E). Automatische Nachbetextung bereits erstellter Inhalte, das Anreichern der Texte mit Daten, sowie automatisierte Übersetzung sind möglich (E).

## Personalisierung der Inhalte

Die Basis zur Textgenerierung ist Template- basiert/religeleitet (E) und lässt eine Anpassung der Tonalität an die Zielgruppe zu (C,E,J). Regionale bzw. eine lokale Verknüpfung mit der Zielgruppe ist möglich (z.B.: Wetter für Wohnort) (E). Die Distribution und das Format der Inhalte können an die LeserInnen angepasst werden (C, E).

## Weitere Möglichkeiten

Summarizing: Texte werden geshrunked. Durch „Generative Summarization“ unterscheidet sich der Text vom Original (inkl. Grammatik). Dafür ist eine tiefe semantische Repräsentation notwendig (siehe AMR) (E).Weitere Verfahren, wie Paraphrasing, Synonyme und Ausgabe SEO-orientierter Texte können innerhalb der Textgenerierung genutzt werden (E), sowie Hybride (Mehrheitsverfahren) um bestmögliche Ergebnisse zu erzeugen (E).

## (4) Notwendigkeit von Datenstrategien

Daten sind u.a. ein Kostenfaktor (C). Unternehmen müssen entscheiden ob sie selbst Daten erheben und so eine Wertschöpfungskette generieren, oder Daten erwerben (C). Nur wenige Medienunternehmen verfügen über eine Datenstrategie (C). Datensicherheit und Privacy werden in Österreich zu wenig beleuchtet (C).

## Imperfektion von Daten

Die Integrität der Daten kann teilweise/kaum sicher gestellt werden (J). Daten könnten Bias enthalten, unvollständig oder fehlerhaft sein (E, J). Ob Daten verfügbar sind, könne auch mit einem Bewusstsein für eine bestimmte Problematik in der Bevölkerung zusammenhängen (Bsp. Erkrankungen) (J, E). Daten öffentlicher Stellen haben für die Berichterstattung Potential. Daten zu Regierungsentscheidungen und öffentliche Finanzen sollten als Gemeingut zur Verfügung stehen (J, C).

## Quellen

Nachvollziehbarkeit und Herkunft der Daten soll gewährleistet werden.

## (5) Technologische Grenzen: Emotion und Kontext

Ein menschlicher Touch und Emotionalität sind durch template-basierte Lösungen begrenzt möglich. Die Grenze besteht dort wo Verstehen und Herstellen von Zusammenhängen notwendig sind (J, C, E).

Das Begreifen des Kontexts (J, C, E) und das Verstehen von sprachlicher Metaebenen (E), sowie die intuitive Interpretierung und Anwendung von Wissen (J, C, E) stellen weitere Begrenzungen dar. Deshalb können keine menschliche Erwartungen an diese Texte gestellt werden (J). Außerdem reagieren Menschen sensibel auf inkorrekte und sinnlose Textabschnitte (E).

#### **(5) Technologische Grenzen**

Abflachung der Entwicklungskurve Mit 10 % des Aufwandes sind 90% der Entwicklungsooutput zu erreichen, für die letzten 10% werden aber 90 % der Entwicklungsenergie gebraucht (E). An diesem Punkt führt ein Paradigmenwechsel zu einem erneuten Aufschwung in der Entwicklungskurve, wie es beispielweise bei (Deep) Neural Networks der Fall war (E).

#### **(6) Strukturelle Einschränkungen (Fehlende) Entwicklungskapazität in Medienunternehmen**

Fehlendes Daten-Know-How in Unternehmen oder fehlendes Wissen über Know-How im Unternehmen selbst schränkt die Entwicklungsmöglichkeiten und (Implementierungsmöglichkeiten) ein (C). So führe die teilweise strikte Trennung zwischen Verlag und Redaktion zu Informationsverlusten im Unternehmen (C).

Durch die Fokussierung in der Entwicklung auf (Deep) Neural Networks würde die Entwicklung semantischer Verfahren und Modellierung für Textgenerierung weniger berücksichtigt (E).

#### **(7) Ethische Rahmenbedingungen**

Die Vereinbarkeit mit journalistischen Werten steht hier in den Vordergrund. Die Entscheidung der Automatisierung bestimmter Produkte muss mit Wertekompass vereinbar sein (C). Problematisch werden vollautomatisierte Abläufe mit geringer menschlicher Eingriffsmöglichkeit bewertet (J).

Sensible Inhalte, die persönliche Daten zur Personen (C) und soziale sensible Thematiken (J, E) und insbesondere Texte bei denen die Wirkung nicht abschätzbar ist (E), sollten eher nicht automatisiert erstellt werden. Ein weiterer Punkt bez. Ethische Rahmenbedingungen bezieht sich auf die Transparenz algorithmisch erstellter Texte. Zum einen wird eine Nichtausweisung als LeserInnen-täuschung bewertet (C). Hinzukommt, dass der Grad der Automatisierung ausweisen werden sollte (E, J) Dies beinhaltet auch den Grad des menschlichen Eingriffes oder Korrektur. Es bestehen Überlegungen zur Einschreibung von Textausweisung in die Software selbst (E). Zum anderen gibt es Gegenpositionen zur Transparenz. Die Ausweisung sollte freiwillig sein (E). Menschen bleiben UrheberInnen der Texte (C) Der Algorithmischer Journalismus wird als Tool verstanden (C, J, E).

#### **(8) Prototypen als kollaborative Produkte**

Für Entwicklung von textgenerierender Software werden journalistische Leistung, Programmierung und Datenkenntnisse benötigt (E, C). Die Anwendung ist auf spezifische Use-Cases begrenzt (E, C).

#### **(9) Risiken**

Daten könnten manipuliert werden (J), oder Fehler könnten sich durch den Automatisierungsprozess potenzieren. In letzteren Fall ist das Unternehmen verantwortlich (C).

#### **(10) Zukunft**

Der Trend geht in die Richtung, dass hochwertiger menschlich generierter Content von LeserInnen finanziert wird (C). Automatisiert generierter Content könnte über Plattformen kostenlos/ kostengünstiger zur Verfügung gestellt werden (J, C). Datensätze könnten in Zukunft vermehrt individualisiert interpretiert werden, bzw. Texte über Statistiken automatisiert für Zielgruppen ausgegeben werden (J). Hinzukommen hybride Artikel, die teilweise automatisch und menschl. manuell erstellt/ nachbearbeitet wurden (J, E).

Aus Perspektive der Gegenposition wird sich die automatisierte Textgenerierung nicht oder wenig durchsetzen (C). Die Software müsste qualitativen Mehrwert erweisen. Dafür müsste sie Zusammenhänge herstellen, selbstständig Informationen suchen und Schlüsse ziehen (J, C).

## Anhang A5. Begriffsinventar der dokumentarischen Methode

• <b>Proposition</b>	Sinngehalt eines Abschnitts. Erstmaliges Aufkommen einer Orientierung in der Behandlung eines Themas Konklusion ermöglicht Neuansatz in Folge. Neue Thema wird bei Proposition aufgeworfen (Przyborski 2004:65)
• <b>Elaboration</b>	Vertiefung einer Orientierung (argumentativ, exemplifizierend, beschreibend/erzählend) (Przyborski 2004:69)
• <b>Differenzierung</b>	Grenzen der Orientierung des Horizonts markiert. Orientierungsgehalt wird modifiziert (Przyborski 2004:70)
• <b>Validierung</b>	Bestätigung von propositionalen Gehalten. Finden sich oft in Elaborationen. In Validierung steckt kein selbständiger Orientierungsgehalt (Przyborski 2004:70)
• <b>Ratifizierung</b>	Bestätigung von nicht zu entschlüsselnden Sinngehalt, der noch nicht eindeutig zuzuordnen ist. Tlw. handelt es sich um Interjektionen (Przyborski 2004:71)
• <b>Antithese</b>	Verneinendes Beziehen auf eine Proposition- Entwurf eines Gegenhorizontes (Przyborski 2004:71f)
• <b>Synthese</b>	Vollziehen sich meist in Konklusionen (Przyborski 2004:72)
• <b>Opposition</b>	Nicht vereinbar mit dem vorangegangenen Horizont. Fehlen eine gemeinsamen Orientierungsrahmens innerhalb einer Gruppe (Przyborski 2004:72)
• <b>Divergenz</b>	Kein Bezug der Orientierung aufeinander im Gespräch. „Aneinander vorbeireden“ (Przyborski 2004:73)
• <b>Konklusion in Modi</b> ( <i>gruppenspezifisch</i> )	Am Ende eines Themas. Konklusionsformen der Formulierung einer Orientierung, der Validierung, der Generalisierung, der Synthese (Przyborski 2004:74f)
• <b>Rituelle Konklusion in Modi</b> ( <i>gruppenspezifisch</i> )	Metarahmung, Themenverschiebung, Synthese, Metakommunikation, Ausklammerung eines Themas, performativ (Przyborski 2004:75f)

## Anhang A6. Reflektierende Interpretation Gruppe C

### A6.1.1.C1

**Überthema:** Algorithmus: Distribution von Inhalten

**Unterthemen:** Traffic-Steigerung, Distribution von Content, Ressourcen

**Proposition: Distribution von Content (AJ) (C1:12-17)**

Der Teilnehmer eröffnet das Thema AJ mit dem Einsatz zur Distribution von Inhalten. Algorithmen kommen bei der Distribution von Inhalten zum Einsatz, wie auf Webseiten, wo es um die Positionierung bei Übersichtsseiten geht.

**Proposition: Traffic-Steigerung (C1:17-31)**

**Beschreibung: Steigerung des Traffic durch Algorithmen (C1:17-31)**

Der Teilnehmer erklärt den Ablauf der Traffic-Steigerung, die als Proposition sichtbar wird und die Beschreibung dieser überleitet. Redaktionsinternes Experimentieren wird erwähnt um das beste Ergebnis zu erzeugen. Das beste Ergebnis ist eine Mischung aus Quantifizierbarkeit und qualitativen Faktoren wie journalistische Relevanz). Verschiedene Parameter fließen in den Algorithmus ein. Auf Social Media entscheidet ein Algorithmus, welche Artikel dann und wann gepostet wird. Das soll mehr Traffic erzeugen (Zusammenarbeit mit AnbieterInnen).

**Neg. Horizont: Steigerung des Traffics: Überprüfbarkeit schwierig (C1:27-31)**

Ob mithilfe von Algorithmen mehr Traffic erzeugt wird, ist schwierig zu überprüfen, da inhaltliche Kriterien für Traffic mitverantwortlich sind.

**Pos. Horizont: Frei gewordene Zeit (Ressourcen) (C1:31-33)**

Die freie Zeit die entsteht ist relevant (bei Social Media ManagerInnen) und weniger wie viele Zugriffe es gab. Der Zeitaspekt steht hier also klar im Vordergrund, dass für die Social Media ManagerInnen mehr Zeit frei wird, indem ein Algorithmus die Bespielung von Social Media übernimmt.

**(M) Algorithmen als unterstützende Faktoren bei der Distribution von Content (C1:12-17)**

- Distribution

**(M) Algorithmen als mögliche unterstützende Faktoren zur Traffic-Steigerung (C1:27-31)**

- Problem der Überprüfbarkeit

**(M) Algorithmen als unterstützende Faktoren im Arbeitsprozess durch Zeitersparnis: Texte auf Basis von Statistiken (C1:31-33)**

- frei gewordene Zeit

**Überthema:** Algorithmus: Distribution von Inhalten

**Unterthemen:** Traffic-Faktoren

**Proposition: Distribution von Content (AJ) (C1:12-17)**

Der Teilnehmer eröffnet das Thema AJ mit dem Einsatz zur Distribution von Inhalten. Algorithmen kommen bei der Distribution von Inhalten zum Einsatz, wie auf Webseiten, wo es um die Positionierung bei Übersichtsseiten geht.

**Proposition: Trafficfaktoren (C1:114-125)**



Die Trafficfaktoren werden wieder aufgenommen und erneut geklärt. Die Trafficfaktoren lassen sich ableiten von journalistischer Gewichtung. Hoher Traffic ergibt sich z.B. Wenn Artikel weit oben platziert sind oder Thema einen „Zug“ hat, also auch aufgrund inhaltlicher Parameter. Die Verweilzeit ist ein qualitativer Faktor.

**Pos. Horizont: Mission: Qualitativ hochwertige Journalismus (C1:125-134)**

Das Unternehmen will hochqualitativen Journalismus und eine Diskursplattform bieten können, deshalb sollten Leute mit Inhalt zu bekommen sein und nicht mit dem Teaser. Die Qualifizierungsgründe für die Positionierung bedingen sich gegenseitig (außer Ausreißer, gut geklicktes Youtube-Video) und sollen neutral zu Zielgruppe gestaltet werden.

**Neg. Horizont: Stumpfe Pageimpressions (C1:125-134)**

Der pos. Horizont des Qualitätsanspruches des Unternehmens, wird durch einen den negativen Horizont bestätigt. Hier vollzieht sich eine Abgrenzung gegenüber stumpfe Page-Impressions. Die Mission des qualitativen hochwertigen Journalismus hält hier dagegen.

**Konklusion: Plan: Ausstattung der Objekte mit inhaltliche Kriterien (C1: 147-154)**

Der nächste geplante Schritt ist nun die Ausstattung der Objekte mit inhaltlichen Kriterien und schließt so als Konklusion an die vorangegangenen Propositionen und Horizonte an. Insbesondere der pos. Horizont „*Mission: Qualitativ hochwertige Journalismus*“ erklärt den Entschluss zur Vorgehensweise. Die Beispielung der Plattformen mit den Objekten soll im Trockentraining getestet werden und auch wie sich Änderungen auswirken.

**(M) Mission: Hochwertiger Journalismus – Distribution mit A. (C1:125-154)**

- Anspruch: Qualitativ hochwertige Journalismus

**Überthema:** AJ: Automatisierte Textgenerierung

**Unterthemen:** Auseinandersetzung mit AJ

Die automatisierte Textgenerierung ist hier nicht als Proposition zu verstehen, sondern lediglich als induziertes Thema. Der Teilnehmer reagierte folgendermaßen:

**Beschreibung: Kein Projekt geplant, aber Thematisierung (C1:160-162)**

In der Redaktion wird über Textgenerierung zwar gesprochen, aber es gibt kein konkretes Projekt dafür und auch nicht geplant:

**Pos. Horizont: Begeisterung für AJ-Projekte anderer Medienhäuser (C1:162-165)**

Gleich an der Beschreibung „*Kein Projekt geplant, aber Thematisierung*“ schließt der Teilnehmer mit einem pos. Horizont an die Vorgehensweise andere Medienhäuser und bringt die Begeisterung für AJ zum Ausdruck.

**(M) Weiterentwicklung des Tätigkeitsfeldes „Journalismus“: Bridgeroles (News-Room/ Business-Development) (162-172)**

- Begeisterung für AJ-Projekte
- Datenverfügbarkeit

**Überthema:** AJ: Automatisierte Textgenerierung: Schweden

**Unterthemen:** Datenverfügbarkeit Immobilienverkauf, Regionalität der Inhalte

**Proposition: Zugänglichkeit von Daten (Immobilien, An- und Verkauf) (C1:167-172)**

Personenbezogene Daten in Schweden sind frei zugänglich wie Gehaltsdaten usw. die benötigt werden um Content zu erstellen. Der Teilnehmer führt als Beispiel automatisierte

Berichte über Immobilienan- und Verkäufe an und illustriert anhand deren pos. Horizonte und die Konklusion.

**Pos. Horizont: Interesse an regionalen Inhalten (C1:169-171)**

Personen haben Interesse an Geschehnissen in ihrer Umgebung. Ein Roboter liefert Texte aus Grundstücks- oder Immobilien An- und Verkauf-Daten. Dafür kann gut eine Paywall eingesetzt werden. NachbarInnen bekommen Benachrichtigung, wenn in der Umgebung Immobilien gekauft oder verkauft wurden (inkl. Preis).

**Konklusion: AJ ermöglicht Content (den es vorher nicht gab) (C1:173-177)**

Es besteht Interesse für regionale Geschehnissen in der Umgebung. Die Konklusion ist: Ohne automatisierten Content würde es die Geschichte nicht geben. Der Teilnehmer spricht von Roboter, der dies schreibt. Verknüpfend ist die „*Proposition: Zugänglichkeit von Daten*“ als schlüssig um diesen Content erst zu ermöglichen.

**(M) Zielgruppenorientiertheit: Weiterentwicklung des Content-Angebotes (C1:173-177)**

- AJ ermöglicht zusätzlichen Content

**Überthema:** Einsatzgebiete in Zukunft

**Unterthemen:** Entwicklung in Zukunft

**Proposition: Umweltthema (C1:195-197)**

Der Umweltbereich ist ein großes Thema. Hier könnte man mit Sensoren arbeiten (Platzierung in Österreich, Luftverschmutzung) und automatisierte Texte produzieren, bzw. spezifisch mit Eingabe der Ortsadresse zu arbeiten.

**Pos. Horizont: Schwedisches Beispiel: Immobilien (C1:197-200)**

Der Teilnehmer vergleicht das Arbeiten mit Sensoren mit dem vorangegangenen Schwedischen Beispiel „Immobilien“ und, dass dieses ein sehr gutes Beispiel ist, denn vorhanden Daten lassen sich so anderwertig neu einsetzen und es Nachfrage nach diesen Inhalten gibt. Innerhalb des Beispiels „Immobilien“ wird die Datensituation beleuchtet.

**Konklusion: Wettbewerbsvorteil durch Daten und interaktive Projekte (C1:200-220)**

Der Teilnehmer kommt zur Konklusion, dass das Datensammeln, Bundling und Unbundling oder Entwickeln von interaktiven Projekten (Vergleich mit Datenjournalismus) zu einem Wettbewerbsvorteil führt. Er stellt wieder eine Verknüpfung zum Umweltbeispiel her, in dem das Sammeln von Messdaten, Sensoren, Eingabe von Daten (zb. Wohnort) erwähnt wird.

**Beschreibung: Contentdistribution (C1:227-232)**

Die Einsatzmöglichkeit von Content-Creation-Prozess, wie Trigger bei extremen Werte wäre interessant. Die Inhalte können dann über Aggregatoren gefunden werden. In Zukunft werden die Inhalte mehr wandern.

**(M) Zielgruppenorientiertheit: Weiterentwicklung des Content-Angebotes (C1:173-177)**

- Wettbewerbsvorteil durch Daten

**Überthema:** Einsatzgebiete in Zukunft

**Unterthemen:** Nischen und Werbefinanzierung

**Proposition: Nischen vs. General Interest (C1:237-245)**

Innerhalb dieser Proposition werden die beiden Bereiche „Nischen“ und „General Interest“ verglichen. Es geht darum Nischen zu finden die noch nicht bedient werden. Die Nachrichtenseiten in Österreich sind General-Interest-Portale, dass vor allem als Reaktion des Anzeigenmarkt ausgelegt wird, eine gewisse Breite anzubieten zu müssen.

**Konklusion: Trend: Weniger Anzeigenfinanzierung- mehr LeserInnenfinanzierung (C1:247-249)**

Der globale Trend geht laut Teilnehmer nu in Richtung weniger Anzeigenkunden- dafür stärker in die Finanzierung durch LeserInnen. Dafür wäre die Bedienung von Nischen wichtig und weniger die Breite (General-Interest).

**Überthema:** Anzeigenmarkt

**Unterthemen:** Mithilfe von Algorithmen Reichweite erlangen

**Proposition: Werbung Digital und Print (265-259)**

Hier erfolgt der Vergleich von Onlinebereich und Print, dass die Werbepreise im Digitalen niedriger sind und daher ist mehr Reichweite (Rentabilität) notwendig.

**Pos. Horizont: Videos haben höheren TKP (260-276)**

Rentabilität höher im Vergleich zu anderen Formaten, was an Ressourcen in die Kreation gesteckt wird und der Höhe des TKP.

**Konklusion: Mehr Reichweite durch Algorithmen (C1:277-279)**

Algorithmen können hilfreich sein, Inhalte erstellen, die helfen mehr an Reichweite zu gewinnen.

<b>(M) Mission: Hochwertiger Journalismus – Distribution mit A. (C1:125-154)</b>
--

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Ausstattung der Objekte mit inhaltliche Kriterien (C1: 147-154) (Distribution)</li></ul> |
|--|

**Überthema:** Anzeigenmarkt

**Unterthemen:** Quantitative höherer Output Nischenangebote: Werbefinanziert oder LeserInnenfinanziert

**Neg. Horizont: Geringerer inhaltlicher Wert (durch Masse aufgewogen) (C1:281-286)**

Automatisiert erstellter Immobilienbeitrag (in Anbindung mit dem Beispiel „Immobilien“) macht nur ein Bruchteil der Page-Impressions, aber durch die Höhe an Artikelproduktion ist es durch die Masse rentabel und der geringere Wert des einzelnen Objektes wird aufgewogen.

**Differenzierung: AJ: Höhere Contentmenge (C1:291-292)**

Durch die hohe Menge an Content verortet der Teilnehmer aber eine Möglichkeit Nischen stärker zu bedienen.

**Pos. Horizont: Finanzierbarkeit: Plattformen mit kleinen Einheiten (Nischen) - Reichweite (C1:292-299)**

Auch aus dem persönlichen Umfeld erlebt der Teilnehmer, das Nischen auf Plattformen interessant und rentabel sind. Ein gutes Beispiel ist eine Plattform für Regional News (Heimatverein, Live-Ticker). Sie besteht aus vielen kleine Einheiten, erzeugt dadurch eine hohe Reichweite und ist so finanzierbar.

**Konklusion 1: Rentabilität durch Masse: Werbefinanziert (C1:300-301)**

**Konklusion 2: Rentabilität durch Inhalte: LeserInnenfinanziert (die Inhalte brauchen) (C1:302-303)**

**(M) Finanzierungstrends: Qualitativ- LeserInnenfinanziert / Werbefinanziert**

- Rentabilität durch Masse: Werbefinanziert – geringer inhaltliche Wert – AJ (C1:281-301)
- Rentabilität durch Inhalte: LeserInnenfinanziert (die Inhalte brauchen) (C1:302-303)

**Überthema:** Nischen: Paywalls

**Unterthemen:** Paywalls- LeserInnen zahlen für Inhalte, die sie brauchen

**Proposition: Paywalls (C1:310-329)**

Paywalls wie bei Wirtschaftsdaten, für die Leute zahlen weil sie (und bedingt weil es journalistisch gut gemacht ist) die Informationen, beruflich brauchen (Auswirkungen auf Job) bzw. Vorteile daraus ziehen können. Das sind hochspezialisierte Bereiche, in denen viel Geld verlangt werden kann weil es woanders nicht gibt.

**Pos. Horizont: Unternehmen- SEO-optimierte Inhalte (331-339)**

Also positives Beispiel „Die machen ihre Hausaufgaben sehr, sehr gut“ (C1:331) wird ein Unternehmen angeführt, das Inhalte SEO-optimiert, wobei manche inhaltliche kostenlos sind und tiefere Informationen zu zahlen sind. Das sind Unternehmen die Daten sammeln und dann eigene Portfolios für Industrien erstellen.

**Konklusion: Spezifizierte Information- kleinere Zielgruppe (C1:344-346)**

Immer tiefere und spezifizierte Infos betreffen immer kleinere Zielgruppen, aber diese ist bereit zu bezahlen, da sie die Information benötigt.

**(M) Algorithmen als unterstützende Faktoren bei der Distribution von Content**

- SEO-optimierte Inhalte (331-339)
- Spezifizierte Informationen an Zielgruppe (C1:344-346)

**(M) Zielgruppenorientiertheit: Weiterentwicklung des Content-Angebotes (C1:310-329/344-346)**

- Vertiefte Information- kleinere Zielgruppe (Paywalls)

**Überthema:** Automatisierte Texterstellung

**Unterthemen:** Texterstellung auf Befehl: Vergleich von Daten

**Konklusion: Texte auf Basis von Statistiken (C1:366-371)**

Der Teilnehmer führt zunächst die Konklusion an (auf Reaktion der Nachfrage von automatisch erstellten Texten), dass ein Generator vorstellbar wäre, der Daten vergleicht und einen Text dazu ausgibt, wie z.B. Bevölkerungszahlen.

**Differenzierung: Systeme die Korrelationen herstellen (371-377)**

Dinge könnten zusammengeklickt werden, die gebraucht werden. Im Hintergrund muss es aber dann Systeme geben, die so schlau sind und die Daten korrelieren. Hinzukommen Kostenfaktoren.

**(M) Algorithmen als unterstützende Faktoren im Arbeitsprozess durch Zeitersparnis: Texte auf Basis von Statistiken (C1:366-377)**

- Korrelationen herstellen

**Überthema:** Effizienz der Technologie

**Unterthemen:** Strukturierte Daten, structured Journalismus

**Proposition: Strukturiere Daten notwendig (C1:382-390)**

Es geht darum ob Daten in strukturierter Form vorhanden sind und normalerweise sind sie das nicht. Solange es einfacher und schneller ist wenn ein Mensch darauf schaut als den Computer zu trainieren, wird sich nichts verändern.

**Pos. Horizont: Structured Journalism (C1:391-403)**

Der Teilnehmer beschreibt Structured Journalism (In Bezug auf „Strukturierte Daten“) als interessant- denn es geht darum, dass Informationen in Daten weiter zerlegt werden, ein System erkennt wie war wo das Wetter oder welche AkteurInnen im Artikel vorkommen, welche Daten könnten extrahiert werden und wenn Daten da sind ist der Nutzen erkennbar? Große Datenmengen würden in Form von Artikel täglich erzeugt werden und stehen in der Redaktion zu Verfügung.

**(M) Algorithmen als unterstützende Faktoren im Arbeitsprozess durch Zeitersparnis: Texte auf Basis von Statistiken (C1:382-403)**

- Strukturierte Daten und Zerlegen von Daten

**Überthema:** Anforderungen, Skills

**Unterthemen:** Datenbewusstsein, Kleiner Bereich von AJ, Mensch muss bessere Arbeit als Algorithmus machen

**Neg. Horizont: Fehlendes Datenbewusstsein (C1:418-435)**

Der Teilnehmer betont die Wichtigkeit des Datenbewusstseins, das aber fehlt. Das fehlende Datenbewusstsein drücke sich dadurch aus, dass Leute nicht erkennen ob eine Nachrichtenseite echt ist oder nicht, oder den Ursprung der Daten erfassen könne. Für ihn ist es schwer vorstellbar wie JournalistInnen helfen könnten.

**Konklusion: AJ als hinzukommender Teilbereich (C1:436-453)**

Ein kleiner Teil von JournalistInnen werden im Bereich AJ tätig sein, die wissen wie man diese Inhalte erstellt, sich darum kümmern, dass auch die Regeln befolgt werden.

**Neg. Horizont: Wahrnehmung als Bedrohung ( C1:437-453)**

Der Teilnehmer betont, dass JournalistInnen werden nicht ersetzt werden. AJ wird ein Teilbereich sein und kommt hinzu. Auch Verlage sind von Digitalisierung und Automatisierung in allen Ausprägungen betroffen. Menschen müssen also bessere Arbeit leisten als Algorithmus. Solche Entwicklung wird häufig als Bedrohung wahrgenommen. Der Teilnehmer fordert, sich einen Umgang mit AJ zu überlegen und nicht „*wie die 3 Affen sich hinsetzen und irgendwie nix sehen, nix hören wollen und nicht drüber reden wollen*“ (C1:448-449). Die „Bedrohung“ wird zum einen darin verortet, dass die Digitalisierung und Automatisierung voranschreitet und das Bedrohungsempfinden bei JournalistInnen selbst verortet ist.

**(M) Fehlendes Datenbewusstsein/ Auseinandersetzung mit Datensicherheit**

- Datenquellen und Einschätzung von Plattformen (C1:418-435)
- AJ als hinzukommender Teilbereich-Wissen wichtig (C1:436-453)

**(M) Arbeitsdruck durch Algorithmen (Konkurrenz) (C1:437-453)**

- AJ als Bedrohung – JournalistInnen

**Überthema:** Datenbewusstsein

**Proposition: Stimmungslage im Newsroom zu AJ (C1: 460-470)**

Durch die Stimmungslage im Newsroom zum AJ identifiziert der Teilnehmer eher Angst vor Jobverlust, aber auch den verletzter Stolz, d.h. besser als Computer sein oder einfach nicht gut genug zu sein unter den JournalistInnen.

**Neg. Horizont: Angst und verletzter Stolz (C1: 462-470)**

Innerhalb der Proposition wird dieser negativer Horizont aufgeworfen, der in der Proposition angedacht wurde: Die „Angst und verletzter Stolz“ in dem die „Angst vor Jobverlust“ und „das besser sein müssen als der Computer“ thematisiert werden verweist darauf, dass dieser Horizont im Grunde ähnliche Themen als der Horizont „Wahrnehmung als Bedrohung“ ( C1:437-453) aufgreift, indem Menschen sich um bessere Arbeitsleistung bemühen müssen. In beiden genannten Horizonten wird eine Art Konkurrenzsituation der JournalistInnen greifbar, die auf die Anwesenheit des Algorithmus zurückzuführen ist.

**Proposition: Transparenz (C1:471-479)**

Für LeserInnen vermutet der Teilnehmer keine Probleme. Wichtig ist aber woher der Text kommt und Quellen da sind. Das kann sehr transparent sein. Der Teilnehmende führt an, dass die Transparenz auch den Vorwurf ggf. Qualitätsjournalismus die Quellen nicht nachvollziehbar auszuweisen, entgegenstellen könnte. Das Vertrauen in Medien würde so aber nicht per se gestärkt werden.

**(M) Mission: Hochwertiger Journalismus – Distribution mit A. (C1:471-479)**

- Transparenz (Quellen)

**(M) Arbeitsdruck durch Algorithmen (Konkurrenz)**

- Angst und verletzter Stolz (Jobverlust) (C1: 462-470)
- Transparenz (C1:471-479)- AJ für LeserInnen kein Problem

**Überthema:** Was in menschlicher Hand bleiben sollte

**Neg. Horizont: Grenze: Inhalte über Menschen (C1:491-502)**

Der Teilnehmer verortet eine Problematik, wenn Inhalte über Menschen erstellt und diese möglicherweise nicht wissen, dass es und welche Inhalte es über sie gibt. Ein vorsichtiger Umgang mit Daten ist wichtig. Dieser Horizont ist nicht klar negativ, aber es wird eine Grenze spezifiziert die sich über die Persönlichkeitsrechte von Menschen ausdrückt.

**Neg. Horizont: Medienrechtliche Problemstellungen (C1:504-526)**

Der Teilnehmern beschreibt die Fülle an Daten die wir bereits haben, von öffentlich zugänglichen Daten und Daten die UserInnen oder ihre Mobilgeräte zu Verfügung stellen (z.B. Geo- Lage). Hier könnten medienrechtliche Probleme auftauchen.

**(M) Grenze: Inhalte über Menschen (C1:491-502)**

- Unwissen über Inhalte

**Überthema:** Verantwortung: Verletzung der Persönlichkeitsrechte

**Unterthemen:** Nationale Anpassungen

**Konklusion: Bewusstsein und Empathie: Angebote schaffen die in Anwendung sicher sind (C1:525-537)**

In der Konklusion spricht sich der Teilnehmer für die Verantwortung des jeweiligen Mediums aus und dass Angebote geschaffen werden müssen, die auch sicher in der Anwendung sind um Problemstellungen (persönliche Daten, Inhalte über Personen) zu minimieren.

**Konklusion: Medienrecht: Konkrete Tatbestände noch nicht vorhanden (C1:545-552)**

Das Medium ist haftbar und das ist eine medienrechtliche Frage (Tatbestände werden erfinden, da es sie noch nicht gibt).

**Differenzierung: Nationale Unterschiede im Umgang mit Daten (C1:558-569)**

In Österreich würden veröffentlichte Informationen (Verkauf, Preise, usw.) einen Aufschrei auslösen. Im Vergleich dazu führt der Teilnehmer das Beispiel „Immobilien“ an bei dem in Schweden Daten gut zugänglich sind. Bei Algorithmen geht es immer auch um Skalierbarkeit. Algorithmen müssen an nationale Bedingungen angepasst werden.

**(M) Anwendungssicherheit der Software (AJ)**

- Personenbezogene Daten (C1:525-537)
- Nationale Unterschiede im Umgang mit Daten (C1:558-569)

**(M) Grenze: Inhalte über Menschen (C1:545-552/ 504-526)**

- Medienrecht

**Überthema:** Lage in Österreich: Fehlendes Know-How und Entwicklungskapazität

**Unterthemen:** Datensicherheit, Wissen in den Redaktionen über Technologie

Die Thematik mit Daten und Wissen über diese (Know-How) illustriert der Teilnehmer mit folgenden Horizonten:

**Neg. Horizont: Kaum Beleuchtung von Datensicherheit und- Privacy (C1:575-580)**

In österreichischen Medien u. Verlagen wird Daten, Datensicherheit, Privacy zu wenig beleuchtet. Der Großteil (2/3) der Unternehmen ist nicht auf die Datenschutzgrundverordnung vorbereitet.

**Neg. Horizont: Reibungsverluste durch Trennung von Redaktion und Verlag (C1:580-592)**

Die Trennung von Redaktion und Verlag ist problematisch, da in den Newsroom es selten DatenexpertInnen gibt, die sich rechtlich auskennen. Der Teilnehmer bedauert, dass es an Daten-Know-How und Entwicklungskapazität fehle, dass er wiederum durch die Ressourcenknappheit der Redaktionen in Österreich erklärt. Hinderlich identifiziert er die Reibungsverluste, dass kaum Wissen über vorhandenes Wissen in Redaktionen besteht, z.B., dass es bereits Personen gibt die sich damit auskennen oder Interesse daran haben (Umweltbeispiel) aber die anderen es nicht wissen.

**Konklusion: Personen (Führungspersonen) notwendig mit Daten-Know-How (C1:596-601)**

Der Teilnehmer betont, dass es Führungspersonen in der Redaktion geben werden muss, die wissen wie man mit dieser Technologie umgeht und daraus ergeben sich auch neue Aufstiegschancen für einzelne.

(M) Technologiebewusstsein/ -Wissen als fehlend (C1:580-592)

Wissensasymmetrien (Daten) durch Trennung von Redaktion und Verlag

(M) Fehlendes Datenbewusstsein/ Auseinandersetzung mit Datensicherheit (C1:575-580)

Kaum Beleuchtung von Datensicherheit und- Privacy

(M) Expertise im Umgang mit AJ (C1:596-601)

Konklusion: Personen (Führungspersonen) notwendig mit Daten-Know-How

**Überthema:** Skills

**Unterthemen:** Software, Bridgeroles: Überschneidungen zw. Newsroom- Geschäftsentwicklung/ Business Development.

**Proposition: Berufsbilder durch digitale Transformation (C1:606-619)**

Der Teilnehmer attestiert für die Zukunft eine steigende Wichtigkeit von Software. Die digitale Transformation und die Zukunft leitet er aufgrund seines eigenen Werdeganges ab. In der Beschreibung der neuen Berufsbilder werden die möglichen Folgen dieser Transformation illustriert. Es werden Bridge Roles zwischen Verlag und Newsroom, zwischen Entwicklung, also Programmierabteilung, zwischen Anzeigen und Geschäftsfeldentwicklungen, entstehen. Es kommt also zu Überschneidungen zw. Newsroom- Geschäftsentwicklung/ Business Development.

**Differenzierung: Produkte mit Wertekompass vereinbar (C1:619-633)**

Ethische Fragen müssten gestellt werden, welcher Produkt automatisiert angeboten wird und ob dieses dem - journalistischen Wertekompass/ Ethos entspricht.

Statt automatisierte Texte auf Basis von Paparazzifotos + gute Deals mit Modehäusern, wird die Reaktionen lieber mit Umweltdaten arbeiten.

**Konklusion: Nischen für den Verlag (C1:633-642)**

Sinnvoll wäre die stärkere Bedienung von Nischen. Hier wird werden die Bridgerole bearbeitet. Die Bedienung von Nischen steht mit übergreifender Zusammenarbeit in Zusammenhand. Denkbar wäre in Zukunft eine App als Aggregator der auf Medien verlinkt mit dem besten Algorithmus erstellest Produkt, aber sie selbst den besten Algorithmus haben und so beste Produkt anzubieten, was LeserInnen brauchen.

**(M) Weiterentwicklung des Tätigkeitsfeldes „Journalismus“: Bridgeroles (News-Room/ Business-Development) (C1:619-642)**

- Nischen und Vereinbarkeit mit Wertekompass



## A6.1.2. C2

**Überthema:** Bedeutung der Technologie

**Unterthemen:** B2B Unternehmen: Automatisierungslösungen für KundInnen, Prototyp: begrenztes Use-Case, Kollaboratives Produkt.

**Beschreibung: Befassung mit Bedeutung von AJ als Produkt (C2:12-17)**

In der Innovationsabteilung setzte man sich mit der Bedeutung dieser Technologie für Medienunternehmen, für KundInnen und ihre Produkt auseinander.

**Differenzierung: B2B-Unternehmen: Produkt- begrenztes Use-Case (C2:17-28)**

Hier vollzieht sich die Abgrenzung zu anderen Medienunternehmen und die Ansprüche die sich dadurch von anderen Unternehmen unterscheiden. Als B2B Unternehmen sind andere Medien KundInnen. Der Prototyp ist Ergebnis aus der Frage „was sind Automatisierungslösungen für KundInnen“. Der Prototyp ist nutzbar für ein begrenztes Use-Case, kann Content automatisiert erstellen, Daten visualisieren. Der automatisierter Output ist ergänzend. Das Tool mit der intellektuellen Leistung der Redaktion und der technologischen Leistung der IT, soll KundInnen ermöglichen Content generieren, den sie brauchen.

**Überthema:** Vergleich mit anderen Medienunternehmen

**Unterthemen:** Anwendungsbereiche, Produktion automatisiert

**Beschreibung: Intention der Entwicklung: Tool zur Contentgenerierung (C2:32-41)**

Der Prototyp wurde vor allem als Tool entwickelt, der ein Produkt der Leistung von Programmierung und Journalismus darstellt um Content zu produziert, der benötigt wird.

**Neg. Horizont: Ersetzen der eigenen Textproduktion (C2:41-51)**

Teilnehmerin vergleicht mit anderen Medienunternehmen in Europa, die für Geschäftsberichte, oder als Fußballroboter und Parlamentswahlen eingesetzt haben. Von dem Ansatz, die Textproduktion auf maschinell erstellten Content umzusteigen, verfolgen sie für ihren Prototyp nicht, der ein Tool ist. *„Das ist ein Ansatz den wir für unseren Prototypen nicht gewählt haben.“* (C2:50-51)

**(M) Algorithmen als unterstützende Tools im begrenzten Use-Case**

- Produkt: AJ für begrenztes Use-Case (C2:17-28)
- Tool zur Contentgenerierung (C2:32-41)
- Ergänzung für Textproduktion (C2:41-51)

**Überthema:** Prototyp

**Unterthemen:** Kollaboratives Produkt: Algorithmus

**Differenzierung: Fokus auf Algorithmerstellung (I.i.) (C2:58-64)**

Auf die Frage hin, ob der AJ selbstständig arbeiten würde, folgte eine Differenzierung, dass das Unternehmen den Algorithmus als Produkt erstellt, der zeichnen und schreiben kann.

**Pos. Horizont: Prototyp als kollaboratives Produkt (C2:64-81)**

Die Teilnehmerin betont, dass der Prototyp ein kollaboratives Projekt der IT und JournalistInnen.

**Neg. Horizon: Maschine ohne Mensch ist dumm (C2:72-74)**

Das Produkt des A. ist eine journalistische Leistung. Ohne JournalistIn ist die Maschine dumm. Der negative Horizont untermauert die Wichtigkeit der Menschen mit ihren Kenntnissen.

**Überthema:** Weiterentwicklung des Prototyp

**Unterthemen:** Abhängig von KundInnen, AJ schreiben bei-bringen, sind journalistische Blickwinkel und Leistungen

**Differenzierung: Derzeit nur ein Prototyp (C2:88-91)**

Die Teilnehmerin betont, dass es derzeit nur einen Prototypen gibt, der auch nicht im Einsatz ist. Es wird somit die Grenze der vorangegangene Beschreibung: *Intention der Entwicklung: Tool zur Contentgenerierung (C2:32-41)* sichtbar. Die Entscheidung steht noch aus und hängt von den KundInnen ab.

**Pos. Horizont: AJ als journalistische Leistung/ Entwicklungsleitung des Unternehmens (C2:92-107)**

Die Teilnehmerin betont wieder die menschliche Leistung am Produkt – vor allem die journalistische. Sie erzählt von einem Kollegen aus der Sportredaktion der analysieren musste, was die Geschichte ist, wie der Aufhänger, wie er der Maschine erklären das erklären kann und welche Gewichtungen. Anhand der Erzählung illustriert sie das Einfließen journalistische Kriterien. Der Prototyp ist also mehr als ein Lückentext und erkennt Serien von Geschehnissen. So untermauert die Teilnehmerin die technologische Entwicklungsleistung des Unternehmens.

**(M) Algorithmen als kollaboratives Produkt mit inhärentem journalistischen Fachwissen und Programmierung (C2:58-107)**

**Überthema:** Selbstlernende Algorithmen

**Unterthemen:** Versuche die noch nicht funktionieren

**Konklusion: N.N.: Instruktion von Menschen notwendig (C2:110-119)**

Es gab den Versuch die Maschine anhand von Spielberichten beizubringen sich das Schreiben selbst beizubringen. Ohne grundsätzliche Instruktion für die Maschine ist das sehr schwierig.

**Beschreibung: Konkrete und ausreichende Daten wären notwendig (C2:116-125)**

Die TeilnehmerIn klärt den Sachverhalt des Scheiterns darin auf, dass Daten unzweifelhaft sein müssten und mehr Daten zu Verfügung stehen müssten. Der Content muss auf konkrete Daten reduziert werden („runterköcheln“ C2:124).

**Pos. Horizont: Mensch schreibt vielfältig (C2:120-125)**

Innerhalb der Beschreibung „Konkrete und ausreichende Daten wären notwendig (C2:116-125)“ eröffnet die TeilnehmerIn einen positiven Horizont, der die Konklusion „N.N.: Instruktion von Menschen notwendig (C2:110-119)“ in gewisser Weise elaboriert, indem die menschliche Leistung die zum Funktionieren des AJ unerlässlich ist, weiter an Gewicht gewinnt.

**(M) Notwendigkeit menschlicher Instruktionen (C2:110-125)**

- Konkrete und ausreichende Daten wären notwendig (C2:116-125)

**Überthema:** Nachfrage: Daten und Datenerwerb

**Unterthemen:** DatenanbieterInnen und Datenstrategien für Unternehmen Leistbarkeit und Investition

**Konklusion (Zusammenfassend): Datenstrategie für Unternehmen notwendig (C2:136-154)**

Die TeilnehmerIn antwortet auf die Frage nach den Datenquellen und Datenerwerb, mit einer Konklusion, dass sich Unternehmen, im Kontext der Entwicklung von AI im News-room, eine Datenstrategie überlegen müssen, ob sie sich Daten leisten oder selbst erheben, oder erheben lassen. Viele DatenanbieterInnen bieten strukturierte Daten an, die nicht gratis sind.

Das ist generell eine Frage der Investition und der Wertschöpfungskette

**(M) Notwendigkeit von Datenstrategie (C2:136-154)**

- Wertschöpfung durch Datenerhebung/ Dateninvestition

**Überthema:** AJ: UserInnen zentriertes Angebot

**Unterthemen:** Content: Regional, personalisiert, fragmentiert

**Pos. Horizont: AJ bei Content sinnvoll den es noch nicht gibt (C2:181-184)**

Die Teilnehmerin betont die UserInnen-zentrierte Herangehensweise und, dass der Einsatz sinnvoll ist um zusätzlichen Content zu erstellen.

**Neg. Horizont: Grenzen der maschinellen Leistung im Vergleich zur journalistischen Kür und Pflicht (C2:185-205)**

Innerhalb des pos. Horizonts, konstituiert sich ein negativer, anhand dessen die Teilnehmerin die Grenzen der Technologie illustriert, die Aussagen des pos. Horizont auf gewissen Weise elaboriert und die menschlichen Eigenschaften vor diesen Hintergrund wieder hervorhebt, indem sie von „Profis“ spricht, die gut schreiben können, schneller sind, ihre Texte viel reichhaltiger gestalten, Daten erfassen und Details zur Geschichte hinzufügen können und die „Maschine“ das so nicht leisten kann. Sie stellt in gewisser Weise die Grenzen der Technologie und die menschliche Leistung als journalistische **KÜR** und **PFLICHT** gegenüber.

Konklusion: Lokale (mit weniger Ressourcen) u. personalisierte Berichterstattung profitieren (C2:207-216)

Die Teilnehmerin schließt die argumentativen Ablauf. Sie nimmt die Thematik „Content den es noch nicht gibt“ wieder auf und beschreibt die Regional und Lokalmedien (Fußballspiele, Dorfebene) als Beispiele. Dort gebe es wenige Ressourcen aber Publikum im Onlinebereich. Die Teilnehmerin stellt fest, dass UserInnenbedürfnisse immer fragmentierter, Content granularer und Personalisierung wichtiger wird.

**(M) AJ ermöglicht zusätzlichen Content (Zielgruppenorientiertheit)**

- Bei Content sinnvoll den es noch nicht gibt (C2:181-184)
- Grenzen: Journalistischen Kür und Pflicht (C2:185-205)
- Lokalere mit weniger Ressourcen u. personalisierte Berichterstattung profitieren (C2:207-216)

**Überthema:** AJ: Möglichkeiten

**Unterthemen:** Distributionsmöglichkeiten Varianten des Contents

**Beschreibung: Unterschiedliche Varianten des Contents auf unterschiedlichen Kanälen (C2:224-235)**

Verschiedene Arten des gleichen Contents können auf unterschiedlichen Kanälen gleichzeitig erscheinen, wie Spielberichte, Absetzen eines Tweets, Liveticker, Verständigung über Spielergesult via Alarm der Regionalzeitung. Dies ist aber keine journalistische erfüllende Tätigkeit. JournalistInnen können in der Zeit an einem Bericht arbeiten.

**pos. Horizont: Entlastung von JournalistInnen (C2:229-235)**

Bei den Anforderungen an JournalistInnen (Social Media Aktivität, Berichte, Life-Ticker) für gewünschten zusätzlichen Content, konstituiert sich ein positiver Horizont, in dem der „Maschine“ eine entlastende Komponente bestätigt wird (übernimmt Tätigkeiten, die JournalistInnen „nicht gerne“ machen).

**(M) AJ als Unterstützung bei der Distribution von Content**

- Varianten des Contents auf unterschiedlichen Kanälen (C2:224-235)
- Entlastung (C2:229-235)

**Überthema:** Arbeitspraxis im Umgang mit dem Tool

**Unterthemen:** Als Unterstützung: Bei Datenmenge und statistischen Ausreißern- Verbindung zu Datenjournalismus Erstschlüsse durch Datenverarbeitung.

**Pos. Horizont: Unterstützung durch Algorithmen in der Verarbeitung großer Datenmengen (C2:260-279)**

Algorithmen unterstützen bei der Verarbeitung großer Datenmengen, die ein Mensch in dem Maße nicht überblicken kann. Hier wird wieder anhand eines Vergleiches zwischen Mensch und Maschine die Schwächen und Stärken des jeweils anderen erklärt. Der Prototyp reagiert auf statistische Ausreißer und besondere Ereignisse und macht so den Menschen auf diese aufmerksam.

So sieht die Teilnehmerin dies als Unterstützung für Redaktion. Erstschlüsse durch Datenverarbeitung wären durch Maschine möglich und somit stellt die Teilnehmerin auch begrifflich den Bezug zum Datenjournalismus auf und das weitere Themen wie Personalisierung, Push, Notifizierung ebenfalls in diese Richtung gehen (datengetrieben).

Der pos. Horizont wird dadurch geschlossen, dass der Technologie genutzt werden soll, wenn sie unterstützt. Dies kann an dieser Stelle auch alternativ als Elaboration aufgefasst werden, mit der die anfängliche Aussage nochmals untermauert und gestützt wird. In diesem Fall aber, schließt sich in weiterer Folge die Argumentationskette an diesen Punkt, an dem die Teilnehmerin selbst wieder zu ihren Anfangsinhalten (Unterstützung durch Algorithmen, Verarbeiten großer Datenmenge und Erstellung zusätzlichen Contents) zurückkehrt.

**(M) Algorithmen als unterstützende Faktoren (Tools) im Arbeitsprozess in Verarbeitung großer Datenmengen (C2:260-279)**

**Überthema:** Finanzielle Vor- oder Nachteile

**Neg. Horizont: Angebliche Wegrationalisierung von Arbeitskraft (C2:313-318)**

Die Teilnehmerin argumentiert anhand eines neg. Horizontes, dass durch Einsatz von AJ keine Wegrationalisierung möglich ist. Die Einsparungsmöglichkeiten sieht sie also skeptisch. Der Algorithmus muss gepflegt werden- es geht nicht ohne Menschen. Sie betont, dass die Erfahrung andere Unternehmen gezeigt, hat, dass viel und qualifizierte Arbeit für AJ notwendig ist. Journalistische Profis und EntwicklerInnen sind teuer (verweis auf kollaboratives Produkt)

**Konklusion: Initialaufwand enorm- Ersparnis relativ (C2: 319-335)**

So beschreibt sie in der Konklusion, dass der initialaufwand von AJ ist enorm (auch bei bestehenden Lösungen) ist, denn auch bei Lückentexte müssen die Daten kombiniert werden und der Datenbestand beschafft werden.

Neben Mensch existieren also viele andere Kostenfaktoren.

**(M) Algorithmen: Einsparungspotential nur relativ (Personal, Initialaufwand) (C2:313-335)**

**Überthema:** Berufsbild: Journalismus

**Unterthemen:** Der Beruf bleibt der selbe, nur die Werkzeuge ändern sich

**Beschreibung: Journalistische Tätigkeit bleiben (C2:343-347)**

Die Teilnehmerin verweist innerhalb der Beschreibung auf journalistische Aufgaben wie Informationen verarbeiten, hinterfragen, erklären und darlegen und die Zeit um 1998 als der Rechner noch eine „schwarze Röhre“ war.

**Konklusion: Nicht der Journalismus- die Werkzeuge ändern sich (C2:348-352)**

Die Arbeit selbst ist gleich geblieben. Der Journalismus ist ein Handwerk und nur die Werkzeuge ändern sich.

**(M) Veränderung der Werkzeuge im Journalismus (C2:343-352)**

- Journalistische Tätigkeiten bleiben (C2:343-347) *wie Informationen verarbeiten, hinterfragen, erklären*

**Überthema:** Skills

**Unterthemen:** Weiterbildung und Skills („Datenthemen“)

**Proposition: Datenthemen gefragt in Weiterbildungsoffensive (C2:359-366)**

Die Teilnehmerin berichtet von einer internen Weiterbildungsoffensive in deren Datenthemen stark nachgefragt werden (Daten aufbereiten, strukturieren, verarbeiten, Verifizierung von Online-Informationen). Innerhalb der Proposition „Weiterbildungsoffensive“ wird das Bedürfnis nach spezifischen Wissen bez. AJ oder DJ identifiziert, dass gleichzeitig auch die gewünschten Skills in Zukunft darstellt. In der Proposition zeigt sich, dass die JournalistInnen von sich aus „Datenthemen“ nachfragen und die Weiterbildungsoffensive dafür nutzen.

**Proposition: Able UserInnen im Umgang mit AJ (C2:372-379)**

Die Teilnehmerin spricht sich für Able UserInnen aus, also Menschen, die mit AJ umgehen können. Sie nimmt davon Abstand, dass JournalistInnen programmieren lernen sollen.

**Konklusion: Journalismus als spezialisierter Beruf (C2:379-385)**

In der Konklusion illustriert sie ein mögliches Zukunftsszenario, anhand des Themas „Konvergenzidee der 2000“, dass sich nicht bewahrheitet (alle machen alles). Der Journalismus ist ein spezialisierter Beruf.

**(M) Anforderungen an JournalistInnen bez. AJ: Able UserInnen bez. AJ und Daten (C2:359-385)**

**Überthema:** Berufsbilder in Zukunft

**Unterthemen:** Spezialisierung auf AJ, fehlende Begriffe für neue Bereiche

**Proposition: Spezialisierung im Journalismus (C2:392-406)**

Auf die Frage hin ob es neue Berufsbilder geben könnte: Beschreibt die TeilnehmerIn die Entwicklung als weitere Spezialisierung und so ein neue Tätigkeitsfeld im Journalismus und vergleicht dies mit dem Onlinejournalismus der in der Vergangenheit auch „undenkbar“ war.

**Beschreibung: Begriffe für neue Bereiche fehlen (C2:411-416)**

Bezeichnungen und Begriffe fehlen. Die TeilnehmerIn vergleicht dies mit dem Datenjournalismus bei dem die Begrifflichkeit ebenfalls nicht klar ist.

**Memo:** Journalismus ist bereits ein sehr spezialisierter Beruf. Es wird eher zu einer weiteren Spezialisierung kommen.

**(M) AJ als spezialisierter Bereich im Journalismus (C2:392-406)**

**Überthema:** Was in menschlicher Hand bleiben soll, Medienethik

**Unterthemen:** Frage des Anspruchs: Qualität; Transparenz der Quellen (auch Teil des Qualitätsanspruches)

**Proposition: Content- Ersatz durch AJ wäre qualitativer Abstrich (C2:424-436)**

Die Teilnehmerin wirft gegenüber Frage, was beim Menschen an Tätigkeit bleiben soll, die Proposition „Frage des Qualitätsanspruches“ auf. Es ist die Entscheidung des Mediums ausschließlich maschinengenerierten Content anzubieten. Aber das ist keine Option für das Haus (Qualitätsstandards), weil es ein qualitativer Abstrich wäre, menschlich generierte Texte in einer bestimmten Güte zu ersetzen.

**Proposition: Transparenz (Ausweisung der Texte) (C2:436-442)**

Als weitere Proposition in diesem Zusammenhang wird das Thema „Transparenz“ aufgeworfen, die direkt an den „Qualitätsanspruch“ angeknüpft wird. Die Ausweisung von nicht-menschlich generierten Contents im Sinne der Transparenz ist wichtig, sonst wäre es LeserInnen-täuschung. Im Sinne der Glaubwürdigkeit der Medien ist Transparenz wichtig und gilt als goldene Regel des Qualitätsjournalismus (so wie die „W“s) und genauso wichtig wie das Kennzeichnen eines Artikels, oder die Trennung von Meinung und Kommentar. Das der Text muss dementsprechend ausgewiesen, ob es von einem Roboter/ oder Software erstellt wurde.

**(M) Die Güte menschlich generierten Contents**

- Content- Ersatz durch AJ wäre qualitativer Abstrich (C2:424-436)
- Transparenz (Ausweisung der Texte) (C2:436-442)- *Goldene Regel des Qualitätsjournalismus*

**Überthema:** Skills

**Unterthemen:** Grundvoraussetzungen im Journalismus gelten auch bei AJ

**Beschreibung: Journalistische Skills und Wissen um Funktionsweise (C2:586-600)**

Die Teilnehmerin beschreibt, dass im Journalismus das Hinterfragen, auch der Information mit denen man arbeitet und Quellen, sowie die Skepsis und der Wille die Inhalte zu überprüfen, Grundvoraussetzung sind. Das Wissen um grundsätzliche Funktionsweise von AJ ist aber wichtig. Sie verweist indirekt auf die „**Ablen User**“, indem es so gut informierte UserInnen wie möglich sein sollten.

**(M) Anforderungen an JournalistInnen bez. AJ: Journalistische Skills und Wissen um Funktionsweise (C2:586-600)**

**Überthema:** Kritische Aspekte

**Unterthemen:** Frage die gestellt werden müssen bei/vor Einsatz.

**Proposition: Qualitätssicherungsprozesse als offenes Thema (C2:610-621)**

Es ist eine bewusste Entscheidung bis zu welchem Grad AJ eingesetzt wird. Die Teilnehmerin beschreibt folgende Fragestellungen die sich Unternehmen stellen müssten:

- Inwieweit werden Qualitätskriterien aufgestellt?
- Wie und wo setze ich eine Qualitätskontrolle für AJ-Content ein?

Qualitätssicherungs- Prozesse sind ein offenes Thema, auch deshalb weil aufgrund der Datendichte keine volle Kontrolle über die Grundlage möglich ist.

**Neg. Horizont: Falsche Sicherheit bei möglichen Fehlern (C2:622-629)**

Die Teilnehmerin warnt vor falsche Sicherheit, dass durch AJ keine Fehler mehr passieren würden, indem sie diese Aussagen eines anderen Unternehmens anführt, die dies behauptete. Das zu „viel Verlassen“ auf Technologie ist aufgrund der Datendichte gefährlich. Zusätzlich nimmt sie das Thema der Transparenz und der Qualitätssicherung wieder auf.

**Konklusion: „Ohne Mensch geht es nicht“ (C2:631-635)**

Der Mensch als (kontrollierende) Instanz bleibt wichtig, vor allem weil die AdressatInnen sind auch Menschen.

<b>(M) Mensch als notwendige Instanz: Qualitätssicherung und Kontrolle als offenes Thema (C2:610-635)</b>
---

**Überthema:** Was tun bei Fehler

**Unterthemen:** Vorgehen bei Fehlern, Besonderheiten durch Datenfülle, journalistische Verantwortung

**Beschreibung: Datenfülle-> Fehlerpotenzierungsmöglichkeit (C2:642-647)**

Fehler müssen richtig gestellt werden, wie wenn menschlicher Fehler passiert.

Durch Datenflut können sich Fehler potenzieren, beispielweise bei auch bei ernsteren Sachen wie „Lawinenwarnungen“.

**Konklusion: Verantwortung der Medienunternehmen (C2:654-662)**

Für den Inhalt sind Menschen verantwortlich und die Teilnehmerin betont wieder den Qualitätsaspekt und dass überlegen müssen wieviel ausgelagert werden kann oder soll.

**Neg. Horizont: Euphorie und Verantwortung (C2:662-669)**

Im Anschluss an die Konklusion, eröffnet sich ein neg. Horizont indem die Teilnehmerin die große Euphorie ggf. AJ kritisch thematisiert. Sie betont darin wieder die Verantwortung der JournalistInnen und Medien gegenüber der Gesellschaft, die mehr machen mehr als Content zu produzieren. So stellt sie wieder die Verknüpfung von Qualitätsansprüchen und wahrgenommene Aufgabe des Journalismus gegenüber der Gesellschaft her.

<b>(M) Content: Verantwortung der Medienunternehmen (Content)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Datenfülle- Fehlerpotenzierungsmöglichkeit (C2:642-647)</li><li>• Euphorie und Verantwortung (C2:662-669) <i>Verknüpfung zu Qualitätsansprüche/ Journalistische Verantwortung ggf. Der Gesellschaft</i></li></ul>
---

**Überthema:** Gesellschaftliche Verantwortung

**Unterthemen:** Datenverfügbarkeit

**Konklusion: Potential durch Open Data und Daten öffentlicher Stellen (C2:683-695)**

Die Teilnehmerin greift das Thema der Verantwortung kurz auf und leitet sogleich zum Thema Daten über, die schwer strukturiert verfügbar sind und oft etwas kosten. Sie identifiziert das Potential für gesellschaftlich relevante Berichterstattung von Open-Data und Daten öffentlicher Stellen.

Der positive Aspekt dieser Tech ist, dass durch das Verarbeiten großer verfügbarer Datenmengen Erkenntnisse über das politische System und der Gesellschaft gewonnen werden könnten.

**Differenzierung: Datenzugang- in Österreich schwierig (C2:693-695)**

Zugleich wird durch eine Differenzierung „Datenzugang- in Österreich schwierig (C2:693-695)“ sichtbar.

**Konklusion: Verantwortung der Regierung (Daten als Allgemeingut) (C2:700-726)**

Die Teilnehmerin wechselt wieder zur Konklusion die sie um den Verantwortungsaspekt der Regierung gegenüber der Gesellschaft erweitert und betont wieder das Potential der Berichterstattung auf Basis dieser Daten. Daten (z.B. Ministerratsbeschlüsse) sollten Allgemeingut sein.

**(M) Potential durch Daten öffentlicher Stellen für Berichterstattung**

- *Journalistischer Verantwortung/ gesellschaftliche Aufgabe* (C2:683-695)
- Datenzugang- in Österreich schwierig (C2:693-695)
- Daten als Allgemeingut (C2:700-726)



### **A6.1.3. Reaktion C2**

**Überthema:** Zustimmung zu den zusammengefassten Inhalten

Zustimmung zu den zusammengefassten Inhalten (C2.R: 3-5)

**Überthema:** Diskurs-Shift

**Proposition: Diskurs-Shift in AJ-Praxis (C2.R: 5-7)**

Die Teilnehmerin identifiziert einen Shift im öffentlichen Diskurs zum Thema Algorithmen: Workflow und Contentdistribution werden stärker fokussiert.

**Algorithmen als dienstleistendes Element (C2.R.: 8-12)**

Algorithmen werden nun mehr als dienstleistenden Elemente betrachtet. Die Teilnehmerin schließt sich dieser „vernünftige Sichtweise“ an.

**(M) AJ als Unterstützung bei der Distribution von Content (R.)** *Automatisierung von Workflows*

- Diskurs-Shift in AJ-Praxis (C2.R: 5-7)
- Algorithmen als dienstleistendes Element (C2.R.: 8-12)

#### A6.1.4. C3

**Überthema:** AJ zwischen Einsparung und Erleichterung

**Unterthemen:** Roboterjournalismus nach Lückentextprinzip

**Proposition: Roboterjournalismus als falscher Begriff (C3:13-21)**

Der Begriff Roboterjournalismus ist falsch gewählt, da es um Algorithmen geht die wie ein Lückentext mit Textbausteinen, in denen Daten eingesetzt werden, funktionieren.

**Neg. Horizont: Ausgebildete JournalistInnen für einfache Tätigkeiten einsetzen (C3:22-30)**

Mit Journalismus verbindet der Teilnehmern positive Aspekte. JournalistInnen sollten nicht für einfache Tätigkeiten abgestellt werden. Hier wird begrifflich der Zwiespalt beim Begriff Textgenerierung und möglicher Jobeinsparungen angeführt. Dieser Zwiespalt erklärt sich in der Differenzierung.

**Differenzierung: Computer: Fehlerfreier (einfache Tätigkeiten) C3:**

Innerhalb des neg. Horizonts wird der „Computer“ als fehlerfrei arbeitender beschrieben, der für Tätigkeiten herangezogen werden kann, die für ausgebildete JournalistInnen nicht angemessen sind (abgestellt werden von ausgebildete JournalistInnen).

**(M) AJ als reinen Textgenerierung: Hilfreich bei einfachen Tätigkeiten die durch Redundanz zu Fehlern führen würden (C3:13-30)**

**Überthema:** Vorteile der Maschine gegenüber Menschen und richtiger Journalismus

**Unterthemen:** Weniger mit Journalismus zu tun, Vorteile der Maschine gegenüber Menschen, Journalismus: Investigativ und individuell

**Beschreibung: Begrenzter Einsatz von AJ: Daten und Fakten (Use-Case) (C3:37-48)**

Einsatzbereiche gibt es vor allem bei Fußballergebnisse, Lottozahlen, Börsenkurse, Sportberichterstattung oder kurzen Meldungen. Es gibt Versuche in Richtung Reportage. Aber es sind Lückentexte, bei denen Textbausteinen aneinandergereiht werden, also die gleichen Meldungen mit anderen Daten und Fakten.

**Pos. Horizont: Anwendung bei ermüdenden Tätigkeiten die mit richtigen Journalismus nichts zu tun haben (C3:57-64)**

Algorithmus hat den Vorteil, dass bei 40 gleichen Meldungen die Bausteine durchmischen kann, aber der Mensch müde werden würde. Diese Tätigkeitsbereiche haben mit Journalismus wenig zu tun, sondern mit Texterstellung.

**Konklusion: Automatisierung von Tätigkeiten die nichts mit Journalismus zu tun haben (C3:63-66)**

Als Unterstützung findet der Teilnehmer die Automatisierung von Tätigkeiten nicht schlecht, die keine journalistischen sind.

**Elaboration: Richtiger Journalismus: Investigativ und individuell (C3:71-79)**

Bezüglich Journalismus, oder richtiger Journalismus schließt eine Elaboration des „richtiger Journalismus“ an, der etwas Investigatives und Individuelles, in Bezug auf Recherche und Schreibstil hat. Durch investigatives Arbeiten werden Daten und Fakten beschafft die nicht für alle zugänglich sind.

**(M) Begrenzter Einsatz: Tätigkeiten bei redundanten Tätigkeiten (AJ als nicht „richtiger Journalismus“) (C3: 32-79)**

**Überthema:** Risiken durch AJ

**Unterthemen:** Weniger RedakteurInnen, mehr Content, Falschmeldungen, Verlust der Gatekeeperfunktion

**Proposition: Zunahme von Content bei weniger Personal (C3: 81-89)**

Der Content auch mit Online-Plattformen würde massiv zunehmen, da der Algorithmus schneller ist und mehr produziert als der Mensch. Es wird weniger RedakteurInnen geben. Interessant wäre bei der Meldungsflut die Anzahl der Falschmeldungen.

**Konklusion: Fehlermeldungen durch fehlende Beurteilung von Daten mittels Algorithmen und ungeprüfter Inhalte (C3:90-102)**

Von einer AI ausgehen, die Daten selbst suchen könnte, wäre es fraglich ob der Algorithmus unterscheiden kann ob Daten valide sind oder nicht. Das würde besonders bei „PR“ problematisch werden, da die AI das vielleicht unterscheiden könnte und es durch diese Umstände zu Falschmeldungen käme.

Bei Algorithmen (regelgeleitet) wären Falschmeldung bezüglich Umwelt (Erdbeben) ein Problem, dass auftreten kann, wenn automatisch generierte Texte ungeprüft veröffentlicht werden. Gefährlich, da dies auch bewusst steuerbar wäre, wie Manipulation von Plattformen. Die Gatekeeperfunktion des Menschen, während es weniger Personal geben wird.

<b>(M) Mehr Content bei weniger Personal: Mehr Fehlermeldungen und ungeprüfte Inhalte (C3:81-107)</b>
---

**Überthema:** Mögliche Arbeitsbereiche

**Unterthemen:** Zusammenarbeit zw. JournalistInnen und DatenspezialistInnen (Daten-Archiv)

**Proposition: Neues Berufsgeld- Engere Zusammenarbeit zw. Tätigkeitsbereichen (C3:109-140)**

Archive und die Redaktionen werden enger zusammen rücken. Software muss mit Material/Daten gefüttert werden. Daraus könnte sich neues Berufsfeld ergeben mit der Aufgabe Informationen zur sammeln, zur Verfügung stellt, und zu verteilen. Eine Art „Archivare“ die Informationen aus Daten herausholen könnten dafür zuständig sein in Zusammenarbeit mit Redaktion.

**Differenzierung: JournalistInnen werden aus Zeitründen nicht für die Pflege der Software zuständig sein, aber für Überprüfung von Inhalten (C3:145-161)**

JournalistInnen wird es zeitlich und von Fähigkeiten nicht möglich sein Software zu pflegen, aber sie könnten die Inhalte qualitativ überprüfen. Datenbanken sollen von dafür geeigneten Personal („Archiv“) betreut werden. Um den Output nach redaktionellen Richtlinien zu prüfen sind wiederum RedakteurInnen notwendig. Hier schließt sich die Proposition, in der Aufgabe von RedakteurInnen geklärt wird.

<b>(M) Neues Berufsfeld in einer interdisziplinäre Zusammenarbeit: Datenwissen („ArchivarInnen“) und Redaktion (C3: 109-165)</b>
--

**Überthema:** Einfluss auf AJ auf Journalismus

**Unterthemen:** Zukunft: Mehr echter Journalismus, bessere Arbeitsbedingungen

**Proposition: Angst vor Jobverlust (C3:321-323)**

Es gibt Angst vor Jobverlust unter JournalistInnen. Innerhalb der Proposition wird ein pos. Horizont eröffnet, der AJ als redaktionelle Unterstützung entwirft.

**Pos. Horizont: AJ als redaktionelle Unterstützung und Verbesserung der beruflichen Situation (C3:321-323)**

Wenn Textgenerierung gezielt eingesetzt wird, kann es redaktionelle Unterstützung sein. Ausgebildete JournalistInnen sollten Tätigkeiten machen, die eine Maschine nicht leisten kann und adäquate Tätigkeiten gemäß ihrer Ausbildung

**Konklusion: Hoffnung: Wertschätzung und Honorierung journalistischer Arbeit (C3:332-354)**

In der Konklusion wird der Einsatz von AJ positiv bewertet und eine Verbesserung der beruflichen Situation vermutet. Prekäre Beschäftigung könnte eindämmt und journalistische Arbeit, als Handwerk, dass man lernen muss, honoriert und wertschätzt werden. Es werden Bereiche entstehen, die direkt mit Textgenerierung zu tun haben oder in Zusammenarbeit zwischen Redaktion und „Archiv“.

**MEMO:** Menschlich generierter Texte könnten in Zukunft eine Aufwertung erfahren, indem menschl. Generierter Content als hochwertig im Vergleich zum AJ betrachtet wird. Algorithmischer Journalismus, auf begrenztes Use Case, übernimmt Bereiche die nicht dem „echten Journalismus“ entsprechen und zeigen somit indirekt die Wertigkeit von „echten Journalismus“ in seiner Wertigkeit gegenüber der Grenze der Maschine auf.

**(M) AJ als redaktionelle Unterstützung- Echter Journalismus als Handwerk könnte wieder Wertschätzung erfahren (C3: 317-354)**

#### A6.1.5. C4

**Überthema:** AJ als kontinuierliche Weiterentwicklung: Automatisierung worden was automatisierbar ist

**Unterthemen:** Copy-Paste ersparen, ArchivarInnen ersparen

**Pos. Horizont: Einsparung von "Copy-Paste-Tätigkeiten" (Lückentexte) (C4:229-234)**

Sachen automatisiert, die jetzt zum Teil eh auch schon automatisiert sind und ein Programm übernimmt das. JournalistInnen die Copy-Paste machen können eingespart werden (und „ArchivarInnen“).

**(M) Automatisierung von nicht fordernden Tätigkeiten („Copy paste“) (C4: 224-234)**

**Überthema:** Grenzen des AJ

**Unterthemen:** Investigativer J.

**Proposition: Investigativer Journalismus (C4:418-419)**

Innerhalb der Proposition wird der investigativer Journalismus als jenes konstituiert, dass eine Maschine nicht leisten kann.

**Konklusion: Maschine kann nicht investigativ arbeiten (C4:466-479)**

Im Investigativen Journalismus beruht vieles beruht auf vertraulichen Informationen und persönlichen Beziehungen, die die Maschine nicht leisten kann.

**(M) Grenzen der Automatisierung zeigen sich anhand investigativer Tätigkeiten (C4: 412-470)**

**Überthema:** Daten und Transparenz, Verantwortung und Kontrolle

**Unterthemen:** Haftung des Verlages, Kontrolle der Inhalte

**Proposition: Haftung des Medienunternehmens (C4:503-515)**

Innerhalb der Proposition „Haftung des Medienunternehmens“ wird erklärt inwiefern Verlag bei Fehler (inhaltlich) zur ungeteilter Hand haftet. Software und Rechner können hier nicht als „Schuldige“ zur Verantwortung gezogen werden.

**Konklusion: Kontrolle des Outputs aufgrund der Haftung (C4:511-515)**

An der Proposition schließt die Konklusion an, in der die Verantwortung der Medienunternehmen hervortritt und dadurch eine Kontrolle über die Inhalte zur naheliegend ist.

**(M) Medienunternehmen haften für in der Regel für den Output- Kontrolle des Contents vor Veröffentlichung ist deshalb naheliegend (C4: 497-520)**

#### **A6.1.6. Reaktion C4**

**Überthema:** Finanzierung durch LeserInnen als Fiktion

**Unterthemen:** Finanzierung durch LeserInnen -Fiktion

**Proposition: LeserInnenfinanzierung nur eingeschränkt realisierbar (C4.R: 5-12)**

In der Proposition wird, das Thema der eingeschränkt möglichen LeserInnenfinanzierung aufgeworfen. Dass Journalismus von LeserInnen finanziert wird ist eine Fiktion, da Medien zu teuer sind und LeserInnen bereits sein müssten, mehr Geld zu bezahlen. Es gibt kein langfristig erfolgreiches Modell zur Finanzierung durch LeserInnen.

**Differenzierung: LeserInnenfinanzierung durch pol. Blogs (C4.R: 5-12)**

Bei Blogs gibt es Versuche, meist aus dem politischen Spektrum, die sich von Teilen der Bevölkerung finanzieren lassen, welche glauben, Medien machen nur Fakenews und sich medial nicht berücksichtigt fühlen. Medien sind fast ausschließlich werbefinanziert und Gratismedien boomen. Der Trend geht genau in diese Richtung.

<b>(M) LeserInnenfinanzierte Modelle sind nur in spezifischen Bereichen wie pol. Inhalte realisierbar. (C4-R.: 5-35)</b>
--

### A6.1.7. C5

**Überthema:** Stellenabbau und Qualität

**Unterthemen:** Einsparungsmöglichkeiten, aber Investition- bringt höhere Auflagen

**Proposition: Stellenabbau (C5:132-140)**

Zwar wird innerhalb der Proposition ein möglichen Stellenabbau thematisiert, aber der Fokus verschiebt sich dabei auf die Investition in Personal, dass sogar während der Finanzkrise (k.A.) langfristig positive Auswirkungen auf die Auflagenstärke hatte und Einsparungen den gegenteiligen Effekten hatten. Qualität wird in Zusammenhang mit der Investition in das Unternehmen verknüpft. Darunter fällt u.a. „Personal“.

**Konklusion: Investition in Personal (=Qualität) wirkt sich positiv auf die Auflagenzahlen aus (C5:138-140)**

Die Investition in Personal konnte die Auflage erhöhen und somit zahle sich die Investition in diese und somit in die Qualität der Inhalte aus.

<b>(M) Möglicher Stellenabbau: Investition in Personal langfristig gewinnbringender (C5:128-140)</b>
--

**Überthema:** Grenzen des AJ

**Unterthemen:** Zusammenhänge als Grenze des AJ

**Proposition: Notwendige Zusammenhänge in der Berichterstattung (C5:147-152)**

Innerhalb der Proposition werden die Zusammenhänge in der Berichterstattung thematisiert, die wichtig sind um Sachverhalte einzuschätzen. Details zum Hintergrund eines Sachverhaltes bzw. die betreffenden Problemfelder zeigen die Grenzen des AJ auf, der sich hier deutlich von Journalismus abgrenzt.

**Konklusion: Zusammenhänge und Hintergründe: Notwendig für AJ (C5:153-157)**

Anhand der anschließenden Konklusion müssten diese Zusammenhänge und Hintergründe in den Algorithmus einfließen, damit dieser das verarbeiten kann. Auf Rückfrage hin ob das zu „komplex“ sei wurde dies bejaht. Die Relevanz der „Komplexität“ ist hier aber kritisch zu betrachten, da dies während des Interviews durch das Nachfragen indiziert wurde und sich in einer „Frage und Antwort-Situation“ vollzog. Zur Vollständigkeit sollte die „Komplexität“ hier aber zumindest erwähnt bleiben.

<b>(M) Grenzen: Hintergründe und Zusammenhänge (AJ) (C5:142-161)</b>
--

**Überthema:** Verantwortung bei Fehler

**Unterthemen:** Grenzen des AJ, Anforderungen an Software, AJ kein qualitativer Mehrwert

**Proposition: Zusammenhänge herstellen/verstehen und Schlüsse ziehen- Grenzen v. Algorithmen (C5:168-179)**

Auf die Frage nach der Verantwortung hin wurde die Proposition aufgeworfen in der die Grenzen von Algorithmen erläutert werden. Algorithmen können nur das was ihnen vom Menschen beigebracht wurde. Schlüsse ziehen und Zusammenhänge herstellen ist für Algorithmen nicht möglich.

**Konklusion: Qualitativer Mehrwert nur wenn Algorithmen Zusammenhänge entdecken (C5:177-193)**

Die Konklusion vollzieht sich noch innerhalb der Ausverhandlung von Zusammenhänge herstellen, Querverbindungen schaffen und Schlüsse ziehen. Daraus ergibt sich die Konklusion, dass AJ keinen qualitativen Mehrwert erzeugt, wenn Schlüsse ziehen und Zusammenhänge herstellen nicht möglich ist. Gleichzeitig konstituiert sich die Qualität durch „Schlüsse ziehen und Zusammenhänge herstellen“ und aber auch mit „Personal“, wie sie in der Proposition: Stellenabbau (C5:132-140) thematisiert wurde. Die Konklusion schließt sich mit der Anforderung, dass (um einen Mehrwert zu erzeugen) Algorithmen Zusammenhänge erkennen sollten, die für Menschen nicht erkennbar wären. Dazu bräuchten Algorithmen Informationen und die Frage ist wie selbständig diese Informationen suchen/finden könnten.

**(M) Qualitativer Mehrwert: Zusammenhänge herstellen und Ziehen von Schlüssen (C5:163-193)**

**Memo:** Hier gibt es eine Verbindung zu anderen Interviews (C1 / C2) die von Zusammenhängen sprechen, die für den Menschen nicht sichtbar sind, da sie große Datenmengen nicht verarbeiten können. Dies kann auch in die Thematik „Unterstützung“ in Arbeitsprozesse eingeordnet werden.

**Überthema:** Rolle: JournalistInnen, Kritische Faktoren bei AJ

**Unterthemen:** Überprüfung des Outputs, Grenzen des Einsatzes

**Proposition: Prüfung des Outputs: Neg. Impact (C5:232-245)**

Innerhalb der Proposition wird die notwendige Prüfung des Outputs, im Sinne der Verantwortung thematisiert. Innerhalb dieser Proposition wird das Thema der Prüfung und eines möglichen neg. Einflusses von Inhalten miteinander verknüpft. Das betrifft Gerüchte und Falschinformationen. Besonders ist Überprüfung des Outputs bei automatisch erhobenen Daten sehr wichtig (Verweis auf N.N.).

Die Frage welche Inhalte veröffentlicht werden und in welche Bereiche heikel wären, wirft eine weitere Proposition auf.

**Proposition: Grenzen des Einsatzes bei Politik, Wirtschaft und Soziales bei automatisch erhobenen Daten (C5:249-261)**

Diese heiklen Themen reißen möglicherweise bereits bestehende „Gräber“ auf. gerade wenn es um Menschen geht ist Kontrolle wichtig, wenn Daten automatisch erhoben wurden. Einzelne könnten durch Falschinformation erheblichen Schaden erleiden.

**Neg. Horizont: Heischen nach Auflage statt Beschränkung auf Information (Nutzen) (C5:266-283)**

Der neg. Horizont zeigt sich im Vergleich des eigenen Unternehmens, in dem sichere Anwendungsbeispiele angeführt werden, die auf informative Inhalte beschränkt sind und so einen Nutzen haben (Produktinformation, Testberichte) mit dem „Heischen nach Auflage“ andere Unternehmen. Der Unterschied zwischen Information und dem Heischen nach Auflage und Missachtung der Persönlichkeitsrechte wird so illustriert.

**(M) Überprüfung von Output notwendig**

- Grenzen: Politik, Wirtschaft und Soziales bei automatisch erhobenen Daten (C5:249-261)
- Beschränkung auf Information (C5:266-283)



**Überthema:** Transparenz und Verantwortung

**Unterthemen:** Datenquelle, Letztverantwortung durch den Menschen

**Proposition: Menschliche Letztverantwortung und Transparenz der Datenquellen (C5:285-307)**

Innerhalb dieser Proposition wird die Letztverantwortung und die Transparenz der Daten thematisiert. Die Datenquellen sollen angegeben werden und die Letztverantwortung und Korrektur erfolgt durch Menschen.

**(M) Letztverantwortung: Mensch**

- Transparenz und Korrektiv (C5:285-307)

**Überthema:** Grenzen des AJ

**Unterthemen:** Qualität menschlich generierter Texte

**Proposition: Qualität menschlich generierter Texte (C5:323-328)**

Anhand dieser Proposition wird die Güte der menschlichen Texte und ihre Lebendigkeit („witzig“, „gerne lesen wollen“) dem algorithmischen Journalismus gegenüber gestellt. So zeigt sich, dass die Qualität von JournalistInnen für AJ nicht erreichbar ist.

**(M) Höhere Qualität menschlich generierter Texte (C5:323-328)**

**Überthema:** Arbeitspraxis: Skills

**Unterthemen:** Bewusstsein, Letztverantwortung, Datenqualität, Wissen um Funktionsweise, Mensch hinter AJ

**Proposition: Bewusstsein und Anwendungswissen bez. Algorithmen (Datenbewusstsein) (C5:338-343)**

Das Wissen, dass die Letztverantwortung bei Mensch bleibt und ein Bewusstsein dafür, dass AJ nur so gut ist wie die Daten, die verwendet wurden, sind für JournalistInnen (die mit dem Tool arbeiten möchten) notwendig.

**Konklusion: Letztverantwortung des Menschen (C5: 338-360)**

Die Konklusion stellt die Letztverantwortung damit in den Fokus, dass „immer noch“ ein Mensch dahinter steckt. Das Verständnis für Funktionsweise ist deshalb wichtig um diese Verantwortungsanforderung erfüllen zu können. Das Verhalten des Menschen ist haftbar, die die Maschine bedienen- nicht die Maschine selbst.

**(M) Letztverantwortung: Mensch (C5:338-343)**

- Bewusstsein und Anwendungswissen

### A6.1.8. C6

**Überthema:** Sicht auf AJ

**Unterthemen:** Zwiespältig: Redaktionelle Entlastung, Zeit für Recherche, Jobsorgen bei J.-Einsparungen, Emotionen im J. wichtig

**Proposition: Zwiespältig: Entlastung, fehlende Emotionalität von AJ und Sorge um Arbeitsplatz der JournalistInnen (C6:14-20)**

Innerhalb dieser Proposition wird die Zwiespältige Betrachtung auf die Thematik der automatisierten Textgenerierung illustriert. Die Entlastung könnte sich in der Zeitersparnis zeigen, die Zeit schafft für zusätzliche Recherche.

Die Emotionen, von denen der Journalismus lebt, kann AJ aber so nicht leisten. JournalistInnen sorgen sich zusätzlich um ihre Arbeitsplätze (Einsparungsmöglichkeiten von Verlagen durch AJ).

**(M) Zwiespältige Sicht der möglichen Entlastung und Sorge um Arbeitsplatz (C6: 14-20)**

**Überthema:** In menschlicher Hand

**Unterthemen:** Wertung, Gewichtung, Beispiel: KI bei Social Media, gefällige Meinung

**Proposition: Grenzen von AJ: Wertung und Gewichtung (C6: 35-48)**

In dieser Proposition wird sichtbar, welcher Bereich in journalistischer Hand bleiben müssen, wie Wertungen und Bewertungen von Inhalten.

**Neg. Horizont: Gefahr der Manipulation durch Algorithmen (C6:41-48)- Verantwortung**

Innerhalb der Proposition wird ein negativer Horizont anhand des Beispiel mit Facebook, wo eine KI versuchte Emotionen zu beeinflussen, aufgeworfen. Die Sorge liegt darin, dass Algorithmen genutzt werden könnten, Meinung zu fördern die den meisten Anklang finden oder gar zum Einfluss zu nutzen. Hier findet sich auch ein indirekter Hinweis auf die Verantwortung von JournalistInnen die „nicht an irgendwelche Algorithmen ausgespielt“ werden darf (Wertungen und Gewichtungen der Inhalte).

**(M) Wertung und Gewichtung in menschlicher Verantwortung durch Gefahren von Manipulation (C6:35-48)**

**Überthema:** Zukunft des AJ

**Unterthemen:** Weniger Durchsetzung von AJ, eher als Tool, Dateninterpretation von Mensch

**Konklusion: Verwendung wenn, dann als Tool- Interpretation der Inhalte durch JournalistInnen (C6:79-93)**

AJ wird sich nicht stark durchsetzen. Es wird ein Tool, was man für sich nutzen kann (Datenaufbereitung). Innerhalb dieser Konklusion wird AI mit Datenjournalismus verknüpft, da hier die Datenaufbereitung mitaufgeworfen wird. Die Konstruktion des „Tools“ erklärt auch die Grenzziehung, dass die Interpretation der Daten weiterhin von JournalistInnen durchgeführt werden muss.

**(M) AJ als Tool (Interpretation der Inhalte durch JournalistInnen) (C6:79-93)**

**Überthema:** Transparenz

**Unterthemen:** Nicht so groß bei AJ als Tool und RedakteurInnen redigieren (Vergleichbar mit Computer oder Schreibmaschine), bei algorithmusgesteuerten Geschichten- Transparenz wichtig.

**Proposition: Transparenz (I.i): AJ als Tool - JournalistInnen als AutorInnen (C6: 154-161)**

Die Transparenzthematik wird anhand der Konstruktion des „Tools“ festgemacht. Dies zeigt sich sehr stark in den Vergleichen zu „Schreibmaschine“ oder „Computer“. Die verdeutlicht die Betrachtungsweise des AJ als Tool. Dadurch ergeben sich auch kein ethisches Problem für LeserInnen in der Nachvollziehbarkeit weil die AutorInnenschaft auf JournalistInnen zurückzuführen ist.

**Konklusion: Ausweisung bei rein algorithmisch erstellten Texten (C6: 169-176)**

In der Konklusion wird diese Betrachtung fortgeführt und stellt auch den Teil der Konklusion dar. Bei rein algorithmusgesteuerten Content könnte man AutorInnen aber als AJ ausweisen. Abschließend wird in einem Satzsatz aber betont, dass es unvorstellbar, dass solche Geschichten bei LeserInnen ankommen. Dies verweist auf die Konklusion: Verwendung als Tool- Interpretation der Inhalte durch JournalistInnen (C6:79-93) in der die geringe Durchsetzung von automatisierter Texterstellung und die Verwendung als Tool im Vordergrund steht.

**(M) Nutzung von AJ als Tool: JournalistInnen sind AutorInnen von Inhalten (C6:148-176)**

**MEMO 1 allgemein für C:** Algorithmen im Journalismus: Personalisierung, Unterstützung Recherche als Tool, Distribution von Content.

**MEMO 2 allgemein für C:** Algorithmischer Journalismus: Automatisierte Textgenerierung (Hängt mit Recherche zusammen) und Feedbackcycle

## **Anhang A7. Reflektierende Interpretation Gruppe J**

### **A7.1.1.J1**

**Überthema:** Einschätzung zu AJ

**Unterthemen:** Einsatz in größeren Redaktionen Mehrwert: Häufiger und täglicher Content - Entlastung

**Proposition: AJ- Anwendung in größeren Redaktionen: Mehrwert durch Quantität (J1:77-86)**

Die aufgeworfene Proposition thematisiert, die Sinnhaftigkeit des Einsatzes in größere Redaktionen. Der Mehrwert liegt eher bei Verlagen die häufig und täglich Content produzieren.

**Differenzierung: Kein Mehrwert für kleinere Redaktionen (J1:81-86)**

Die Differenzierung wird anhand des Mehrwertes vorgenommen. Hier rückt der „qualitative“ Aspekt der Inhalte in den Vordergrund. Von kleinen Redaktionen wird nicht jeden Tag Content erwartet. Von der Redaktion, in der TeilnehmerIn arbeitet, wird etwas Besonderes erwartet. Aber das kann AJ nicht liefern.

<b>(M) AJ- Anwendung: Mehrwert nur quantitativ möglich (größere Unternehmen) (J1: 77-86) Masse und Geschwindigkeit</b>
--

**Überthema:** Grenzen de AJ

**Unterthemen:** Positiv: Software unterstützt Wissen anzueignen; Grenze und gefährlich, wenn Software, das Wissen interpretiert und aufbereitet -> Entscheidungen trifft

**Proposition (I.i.): Anwendung als Unterstützung (J1: 318-327)**

Die Anwendung soll unterstützend wirken. Die Grenze der Anwendung wird durch den folgenden negativen Horizont aufgeworfen.

**Neg. Horizont: Automatisierte Deutung und Interpretation von Inhalten als Gefahr (J1: 321.327)**

Ein Programm das Wissen deutet und interpretiert, die Entscheidungen überlassen was und wie es Information aufbereitet, ist gefährlich. Anweisung für Entscheidungen sollten an Software nicht abgegeben werden.

<b>(M) Unterstützung endete bei Deutung und Interpretation von Inhalten (J1: 303-342)</b>
---

**Unterthemen:** Abschaffung des Journalismus. Demokratiepölitisches Problem

**Proposition: Abschaffung von Journalismus (J1:346-350)**

Innerhalb der Proposition wird die Abgabe von Entscheidungen an Maschinen thematisiert. Die Gefahr der Abschaffung von Journalismus wäre eine Folge davon.

**Konklusion: Abgabe von Entscheidungen- Demokratiepölitisches Problem (Meinungspluralismus) (J1: 347-350)**

Entscheidungen abgeben schafft Journalismus ab. Das ist ein demokratiepölitisches Problem im Sinne von Meinungspluralismus in der Öffentlichkeit.

<b>Memo:</b> Die Abgabe von Entscheidungen, Deutung und Interpretation führt zur Abschaffung von Journalismus.
--

Abschaffung des Journalismus, weil er der demokratiepölitischen Aufgaben nicht mehr nachkommt. Die Auslagerung von Deutungen, Interpretation und Entscheidungen gehörten zum
--

journalistischen Spektrum seiner Arbeit. Meinungspluralismus zu fördern oder zu ermöglichen zeigt sich hier als wesentliche Aufgabe journalistischer Tätigkeit.

**(M) Meinungspluralismus durch menschl. generierten Journalismus (J1: 346-350)**

**Überthema:** Objektivität" der Maschinen

**Unterthemen:** Deutung von Inhalten (Mensch) Datenjournalismus nicht objektiver

**Proposition: Vermeintliche Objektivität der Daten – Datenjournalismus (J1:352-366)**

Innerhalb der Proposition wird anhand des Datenjournalismus dessen zentralen Aufgaben geklärt. Anknüpfend an die vorangegangene Proposition (Abschaffung von Journalismus (J1:346-350)) wird hier die Meinungspluralität wieder eingebracht.

Der Fokus liegt auf die Objektivität der Berichterstattung.

**Konklusion: Vermeintliche Objektivität - Menschl. eingeschriebene Muster (Interpretation, Entscheidung) in Software (J1:361-366)**

Datenjournalismus ist nicht objektiver, denn Menschen machen im Hintergrund vollziehen die Datenauswahl, Interpretation und schaffen Bezugsgrößen. Menschliche Entscheidungen werden in Maschinen programmiert.

**(M) Objektivität der Daten und der Maschine als Irrtum Menschl. eingeschriebene Muster (Interpretation, Entscheidung) in Software (J1:352-366)**

**Überthema:** AJ im Einsatz und Blick auf den Journalismus

**Unterthemen:** Legitimation von JournalistInnen? "Objektivität" der Software

**Proposition: Angst vor Jobverlust (J1:412-419) = „AJ- Anwendung in größeren Redaktionen: Mehrwert durch Quantität (J1:77-86)“**

Möglicher Jobverlust betreffe jene, die Unternehmen arbeiten, die täglich eine bestimmte Menge an Content produzieren müssen.

Hier zeigt sich eine Verbindung zur Proposition „AJ- Anwendung in größeren Redaktionen: Mehrwert durch Quantität (J1:77-86)“. Die Gefahr von Jobverlust besteht demnach in solchen Unternehmen eher, als in kleinen die „Mehrwert“ leisten.

**Proposition: Legitimation von Journalismus- „Objektivität“ der Maschine (J1:425-435)**

Die Automatisierung von Textgenerierung wirft die Proposition nach der Legitimierung von JournalistInnen auf, die auch Ressourcen verbrauchen. „JournalistInnen kosten etwas“.

Die Maschine als „objektivere Instanz“ steht dem gegenüber.

**Differenzierung: Maschinen – Objektivität aus Sachlichkeit (J1: 435-443)**

Vielleicht verhelfen die Programme aber zu mehr Objektivität. JournalistInnen wird Ideologie vorgeworfen und Maschinen "verhabern" sich nicht. Das impliziert die „persönlichen“ Aspekte in der journalistischen Tätigkeit und verweist auf eine bestimmte Sachlichkeit in der maschinellen Vorgehensweise hin.

**Memo:** Jobverlust (wenn) trifft eher JournalistInnen in größeren Medienunternehmen tätig sind, die vor allem quantitativ täglich eine bestimmte Menge an Content produzieren müssen. Im Interview J5 und J6 wird eher von einer Reduktion bestimmter Tätigkeiten gesprochen.

**Memo:** Die Maschine ist nicht per se objektiver, da in ihr die Interpretationsmuster von Menschen eingeschrieben sind. Andererseits könnten Maschine sogar zur Objektivität beitragen. Inwieweit wurde nur am Rand im Interview geklärt. Dass Maschine nicht persönlich verwickelt sind, gibt einen Hinweis auf die nüchterne Sachlichkeit der Maschine. Diese Perspektive widerspricht aber dem vorher gesagten, dass hinter der Maschine ein Mensch steht, der der Maschine die Abläufe einschreibt. Im nachfolgenden Abschnitt wird dieses Unklarheit beseitigt.

**(M) Bedenken Journalismus gg. maschineller Leistung zu legitimieren (Kosten, Agenda, Jobverlust) (J1:412-435)**  
**(M) Sachlichkeit der Maschine als Chance für Objektivität (J1:435-443)**

**Überthema:** Verständnis der Materie (Daten, Software) und Zusammenhänge, keine Tech-Angst

**Unterthemen:** Wichtig ist zu wissen, was Technologie kann und keine Angst vor Technik zu haben. Man lernt schnell die Software. Das ist auch eine Zusatzqualifikation. Im Datenjournalismus müssen Daten verstanden werden. Teilnehmerin hat Soziologie studiert und denkt dadurch einen leichteren Zugang zu haben (kritischer Blick). Ein Verständnis für Grundzusammenhänge wichtig, vor allem wenn auf gesellschaftliche Missstände hingewiesen werden will.

**Proposition: Wissen um tatsächliche Leistung der Maschine (J1:451-453)**

Wichtig ist zu wissen, was Technologie kann und keine Angst vor Technik zu haben.

**Proposition: Aneignung von Anwendungswissen und Nutzung von Detailwissen (J1:454-464)**

Aus Sicht der Journalistin ist es kein Problem neue Software zu lernen und das geht schnell. Außerdem ergeben sich dadurch Vorteile, weil eine neue Software anwenden zu können, ist eine weitere Qualifikation. Die TeilnehmerIn vergleicht das mit dem Datenjournalismus, wo Daten verstanden werden müssen. Durch ihr Studium der Soziologie hat sie einen leichteren Zugang dazu Datensätze kritisch zu betrachten, da ein Verständnis für Grundzusammenhänge da ist

**(M) Wissen um Tatsächliche Leistung der Maschine (J1: 445-477)**  
**(M) Aneignung von Detailwissen und Anwendungswissen realistisch (J1:454-464)**

**Überthema:** Grenzen

**Unterthemen:** Vermeintliche Objektivität der Maschine

**Proposition: Vermeintliche Objektivität der Maschine – *Transparenz des menschlichen Einflusses* (J1: 507-516)**

In dieser Proposition wird die Vermeintliche Objektivität der Maschine erneut bearbeitet. Im Gegensatz zur vorangegangenen Perspektive auf die Objektivität (J1:352-366) wird der Fokus auf die Einschreibung der menschlichen Neigungen gelegt, die nicht offen sind. Die Proposition wird nun um die Transparenzthematik erweitert, die die Nachvollziehbarkeit des menschlichen Einflusses aufwirft.

**Memo: Die „Vermeintliche Objektivität“ der Maschine zeigt sich in folgenden Dimensionen:**

- Einschreibung von Neigungen, Interpretationsmuster von Menschen- Die Maschine reproduziert mensch. Vorstellungen
- Transparenz bez. Dieser menschl. Einflüsse müssen gegeben sein
- Die Deutung und Interpretation der Daten sollte von Mensch vorgenommen werden
- Entscheidungen sollten nicht an Maschinen ausgelagert werden- das führe dazu, dass die Aufgabe des Journalismus Meinungspluralismus zu fördern nicht mehr nachgekommen werden kann.

**(M) Objektivität der Daten und der Maschine als Irrtum- Transparenz als Lösung (J1: 507-516)**

## A7.1.2. J2

**Überthema:** AJ

**Unterthemen:** Schwierig vorstellbar- Kontextualisierung von Daten, AJ könnte hilfreich sein, Verlassen auf Maschinen, Vergewissern ob Maschine gut arbeitet, Einsatz bei fachlichen Informationen- Daten

**Proposition: Journalistische Aufgabe – Daten in Kontext setzen und interpretieren (J2:151-154)**

Die Proposition stellt die journalistische Aufgabe im Raum und, dass diese nicht an die Maschine übergeben werden sollten. Die Textgenerierung sollte deshalb eher bei faktenbasierten Texte angewandt werden.

**Differenzierung: Nicht auf Maschine verlassen (J2:154)**

Innerhalb der Proposition wird eine Differenzierung vorgenommen, sich nicht auf die Maschine gerne zu verlassen. In weiterer Folge werden die Differenzierung und Proposition in der folgenden Konklusion zusammengeführt.

**Konklusion: Vergewissern, dass Maschine gut arbeitet, Einsatz im begrenzten Use-Case (J2:168-174)**

Vergewissern und Überprüfen ob eine Maschine gut arbeitet ist wichtig. Bei Sport oder Wahlberichterstattung ist AJ, also der Einsatz bei fachlichen Informationen, vorstellbar.

**Memo: Begrenztes Use-Case:** Journalistische Tätigkeiten (Daten in Kontext setzen und interpretieren) sollen nicht an Maschine ausgelagert werden. Es wird der Maschine ungern vertraut. Der Einsatz in einem begrenzten Use-Case ist deshalb naheliegend. Dieser ist vor allem bei Inhalte vorstellbar, die auf fachliche Informationen beruhen.

**Memo (Kurzfassung):** Begrenztes Use-Case: Einsatz in Bereichen die auf fachlicher Information basieren (Nicht auf Maschine „verlassen wollen“).

**(M) Begrenztes Use-Case: Nicht auf Maschine verlassen/ Versicherung über Leistung- AJ für Faktenbasierte Inhalte (J2:154-174)**

**(M) Begrenztes Use-Case: JournalistInnen- Daten in Kontext setzen und interpretieren- AJ für Faktenbasierte Inhalte (J2:151-154)**

**Überthema:** Menschlicher Tätigkeitsbereich, Gatekeeperfunktion

**Unterthemen:** Gatekeeperfunktion des Menschen; Neue Blickwinkel durch AI; Transparenz (Person, Meinung, etc.)

**Proposition: Rolle des Menschen auch in Zukunft - Gatekeeper (AJ) (J2: 245-256)**

In dieser Proposition wird die Rolle des Menschen geklärt. Die Gatekeeperfunktion soll behalten werden.

**Pos. Horizont: Neue Blickwinkel durch AI (Zusammenhänge und Ideen) (J2: 247-251)**

Im positiven Horizont, werden gleichzeitig aber auch die Möglichkeiten durch den Einsatz von AI deutlich gemacht. Durch AI könnten neue Blickwinkel, Zusammenhänge und Idee für JournalistInnen möglich sein.

**Konklusion: Objektivität –Transparenz und Recht auf Mitgestaltung, Kontrolle (J2:252-277)**

Hier wird als Konklusion, die Ausweisung der Inhalte (AI oder AJ) gefordert. Die Objektivität selbst kann durch Nachvollziehbarkeit geschaffen werden, denn auch jegliche journalisti-

sche Entscheidung beinhaltet eine nicht-objektive Dimensionen (Auswahl der Inhalte, Interviews, Meinung). Zusätzlich ist die Mitgestaltungsmöglichkeit (Inhalte Überprüfen, Agenda haben) sehr wichtig, sowie die Kontrolle des Outputs vor Veröffentlichung.

**(M) Mensch als Gatekeeper (J2:245-256)**

**(M) Objektivität – Transparenz und Recht auf Mitgestaltung, Kontrolle (J2:252-277)**

**(M) Unterstützung durch Algorithmen in Arbeitsprozessen: Neue Ideen und Zusammenhänge durch AI entdecken (J2: 247-251)**

**Überthema:** Kontrollfunktion des Journalismus

**Unterthemen:** Politik- Kontrollfunktion, Journalismus als 4. Gewalt

**Proposition: Journalismus- Kontrollfunktion gegenüber Politik (J2: 294-302)**

In dieser Proposition wird der Journalismus vor dem Hintergrund seiner gesellschaftlichen Aufgabe als 4. Gewalt, thematisiert.

**Neg. Horizont: Ungleichmäßige Verteilung: JournalistInnen und pol. AkteurInnen-Maschine (296-302)**

Die Wahrnehmung der Kontrollfunktion ist nur dann möglich, wenn das Verhältnis zwischen JournalistInnen und politischen AkteurInnen ausgewogen ist.

Würde eine Maschine journalistische Bereiche übernehmen, wäre es noch unausgewogener.

**(M) Kontrollfunktion des Journalismus (Politik) nicht automatisieren (J2:294-302)**

**Überthema:** Idee zur Anwendung; Textgenerierung; Zusammenfassung

**Unterthemen:** Erfahrung auf Pressereise; Informationen vergleichen (AJ); Angenehm: AJ stellt vl. Text zur Verfügung mit erfassten Daten?

**Proposition: Algorithmen für Zusammenfassungen (Daten) (J2:388-405)**

Die Textgenerierung im Sinne einer Zusammenfassung wäre interessant. Dass Algorithmen Texte zur Verfügung stellen auf Basis erfasster Daten, wäre eine große Hilfe, Zeiterparnis und angenehm.

**Memo: Algorithmen leisten Vorarbeit zur Zusammenfassung und Erstellung von Texten auf Basis von Statistiken.**

Vergleich mit J6: Die Unterstützung in der Arbeitspraxis, bzw. Texte basierend auf Statistiken, werden im Interview J2 ebenfalls aufgeworfen. Aus den Interviews von (J) lässt sich ableiten, dass JournalistInnen sich Unterstützung in der Recherche wünschen. Algorithmen könnten helfen Daten zu erfassen, sie zu strukturieren und als Text auszugeben, mit dem weitergearbeitet werden kann. So wie in J5 erwähnt wurde, könnte sich die Zukunft so darstellen, dass Algorithmen Vorarbeit leisten (Daten).

**(M) Unterstützung durch Algorithmen in Arbeitsprozessen: Zusammenfassung – Statistiken und Daten (J2:388-405)**



**Überthema:** Gemischte Teams notwendig; Programmierung und Journalismus

**Unterthemen:** ProgrammiererIn im Online-Team (Einbindung im Prozess) mit

**Proposition: Interdisziplinäre Zusammenarbeit und Unterstützung (J2: 432-451)**

Interdisziplinäre Unterstützung ist wünschenswert und eine Zusammenarbeit in diese Richtung.

**Überthema:** Anforderung an JournalistInnen in Zukunft

**Unterthemen:** Änderung permanent; Umgang mit Daten; ggf. Programmiersprachen (besonders DJ)

**Proposition: Geänderte Anforderungen an JournalistInnen- Datenwissen (J2: 489-531)**

Die Anforderungen an JournalistInnen ändern sich permanent und das Wissen im Umgang mit Daten ist erwünscht oder wird gefordert, dass sich auch in der Erfahrungswelt von JournalistInnen widerspiegelt. Auch Programmierkenntnisse werden von Medienunternehmen gegenüber JournalistInnen angefragt.

**(M) Interdisziplinäre Zusammenarbeit und Unterstützung: Technologie und Journalismus (J2: 432-451)**

**(M) Skills: Datenwissen – Grundverständnis (Herkunft, Verarbeitung) (J2:489-531)**

**Überthema:** Grenzen des AJ: Fehlende Eingriffsmöglichkeit als Grenze

**Unterthemen:** Kein Teil davon sein, fehlende Eingriffsmöglichkeit, Auslieferung an Technologie

**Proposition (I.i.): Grenzen des Einsatzes von AJ- Medienmacht (J2:758-782)**

Innerhalb der Proposition wird die Grenze des Einsatzes thematisiert. Inhalte müssen freigegeben werden und gerade bei sozialen Themen ist es wichtig die Menschen einzubinden. Es geht hier auch um Vertrauen.

**Konklusion: Eingriffsmöglichkeit des Menschen muss gegeben sein – sich nicht ausliefern lassen (J2:758-782)**

Die Konklusion vollzieht sich im Wechsel innerhalb der Proposition und wird mehrmals angesprochen. Die Begründung für die notwendige Eingriffsmöglichkeit von Menschen, lässt sich anhand vom Machtaspekt der Medien erklären. JournalistInnen dürfen sich nicht der Technologie ausliefern lassen.

**Memo:** Medienmacht und Eingriffsmöglichkeit: Kern dieser Thematik ist die Macht der Medien auf die Gesellschaft, im Sinne von Einflussnahme und „Impact“. Berichterstattung hat Folgen, Medieninhalte haben eine Wirkung auf das Publikum. Indirekt werden die sensiblen Bereiche der Berichterstattung, in der Menschen involviert sind und die Berichterstattung Folgen haben könnte, thematisiert. Hier zeigt sich, dass die Grenze sich dort vollzieht, wo Menschen betroffen sein könnten. Die Vertrauensbasis zwischen gesellschaftlichen Akteuren, Einzelne und JournalistInnen ist für die Berichterstattung wichtig. Zusätzlich zeigt sich die Grenze auch dort, wo die Folgen nicht abschätzbar und die Eingriffsmöglichkeit begrenzt ist. Das Bewusstsein für mögliche Folgen von Medieninhalten wird hier deutlich.

**Memo:** Grenzen von AJ: Bereiche wo Folgen für Menschen nicht abschätzbar sind und Eingriffsmöglichkeiten begrenzt sind (AI).

**(M) Kontrollmöglichkeit durch Menschen möglich halten (J2: 758-782)**

### A7.1.3. J3

**Überthema:** Menschliche Aufsicht: Aufwand der Aufsicht

**Unterthemen:** Fehlende Nachvollziehbarkeit bei KI(Quellen, Gewichtung, Aufsicht = Aufwand

**Proposition: Aufwand der Aufsicht – Entscheidungen einer AI (J3:234-255)**

Die Aufsicht würde Aufwand bedeuten, vor allem in der Produktionsroutine.

Bei fehlenden Informationen müsste nachgearbeitet werden. Hier zeigt sich das Problem, zu überprüfen welche Inhalte fehlen und welche Inhalte noch nötig sind. Aber wie kam die KI zur Entscheidung der Textlänge, oder des Weglassens eines Wertes?

**Memo:** AI und Algorithmen / Textgenerierung lösen unterschiedliche Szenarien-Vorstellungen aus. Die AI wird als handelnde Entität konstruiert und stellt die JournalistInnen vor Fragestellung des Kontrollierens der Maschine, da ihre Entscheidungen nicht nachvollziehbar sind.

**(M) Berücksichtigung des Aufwandes zur Kontrolle von AI (J3: 234-255)**

**Überthema:** AJ ist kein Journalismus

**Unterthemen:** Kein "Journalismus" – eher Nachrichtendienst / Informationsdienst; Sport, Wetter, Börse (semi-automatisch seit 20-30 Jahren); keine KI notwendig; Datenbasiert

**Proposition: AJ als Informationsdienst (J3:291-339)**

AJ ist kein richtiger Journalismus. Innerhalb dieser Proposition wird geklärt, warum AJ als reiner Informationsdienst bzw. Nachrichtendienst zu bezeichnen ist.

**Neg. Horizont: Werte rattern in Schema (J3: 293-239)**

Die Art und Weiser der Textproduktion, dass Werte in ein Schema gepresst werden, können nicht als Journalismus bezeichnet werden. Innerhalb der Sequenz lässt sich auf eine abwertende Beurteilung von AJ im Vergleich zum Journalismus aufspüren. Begriffe wie „das würde ich nicht einmal als Sportjournalismus bezeichnen“ (J3:298), oder „Das brauche ich nicht ( ), das= das ist kein Journalismus“ (J3:310) machen dies deutlich. Für spezifische Anwendungen wie Börsenticker und Wetterportale mag kann das aber wiederrum funktionieren. Die Grenze zwischen Nachrichtendienst und Journalismus ist vl. fließend. Aber beispielsweise sind Börsenseiten seit 20-30 Jahren semiautomatisch und dafür ist keine KI notwendig.

**(M) AJ als Informationsdienst: Werte werden eingeordnet (J3: 291-339)**

**Überthema:** Premium-Content

**Unterthemen:** Mehrwert gegen Geld, Mehrwert für LeserInnen, Schrott ist gratis, Eventuell die besten Bots kaufen (aber nicht viele AnbieterInnen); Bots mit Möglichkeit zur Zielgruppenanpassung

**Proposition: Premium-Content als Modell (J3: 481-536)**

Innerhalb der Proposition wird das Modell von Premium-Content erklärt. Hier soll Mehrwert für LeserInnen und ökonomischer Mehrwert für das Unternehmen entstehen, indem zusätzliche inhaltliche Angebote geschaffen werden, dass „so nicht gefunden werden kann“.

**Differenzierung: Basis- Information weiterhin frei zugänglich (J3:486-489)**

Tagesaktuelle Dinge und „Schrott“ gibt es gratis weiter. Das günstige wird eher von automatisierten Prozessen ersetzt werden.

**Neg. Horizont: Kein Mehrwert durch Bots (J3:499-501)**

Bei Bots ist kein Mehrwert erwartbar, denn diesen kann sich jedeR kaufen. Vielleicht gibt es unterschiedliche Klassen von Bots und Schieberegler für Zielgruppenanpassung und Sprachstile.

**(M) Zukunft Contentangebot: Basis-Informationdienst kostenlos (J3:486-489)**  
**(M) Zukunft Contentangebot: Erweiterter Content/Vertiefter Content: kostenpflichtig (Premium) (J3:481-536)**

**Überthema:** Bot: Überblick verbreitern

**Unterthemen:** Wo kann Bot hilfreich ein

**Proposition: Unterstützung durch Algorithmen für inhaltlichen Überblick (J3:702-713)**

- Übersetzung
- Filtern von Informationen auf Portalen
- Zusammenfassung auf Basis von Statistiken
- Hinweise auf wichtige Sachverhalte liefern

Bei Special Interest könnte Bot helfen den Überblick zu verbreitern. Weitere Unterstützung wird bei Übersetzungen erwartet und bei „Kurzabstracts“ die auf Basis von Statistiken Texte ausgeben die Vorarbeit leisten oder die auf wichtige Sachverhalte aufmerksam machen könnten.

**Differenzierung: Die Relevanz von Inhalten „die niemand lesen will“ (741-766)**

Eine journalistische Aufgabe ist, das zu sagen, was andere nicht hören wollen. Damit wird darauf eingegangen, dass Inhalte auch zustande kommen die nicht erwünscht sind. So hilfreich auch Algorithmen oder eine AI bei der Recherche und Informationsfilterung sein, erfasst sie nur das, was bereits vorhanden ist.

**Memo:** Nicht-gesagtes bleibt unsichtbar. AI oder Algorithmen reproduzieren bereits Vorhandenes.

**(M) Unterstützung durch Algorithmen (J3: 702-774)**

- Übersetzung
- Filtern von Informationen auf Portalen
- Zusammenfassung auf Basis von Statistiken
- Hinweise auf wichtige Sachverhalte liefern

**(M) Grenzen: Journalistische Aufgabe kritische Auseinandersetzungen und Inhalte zu bieten (J3:741-766)**

**Überthema:** Skills

**Unterthemen:** Software – AnwenderInnenfreundlich; Grundlegendes Wissen über Funktionsweise von Vorteil

**Proposition (I.i.): Notwendig Skills für AJ – Sensibilisierung (J3: 783-809)**

Innerhalb der Proposition wird thematisiert, welche Skills für JournalistInnen notwendig wären. Angenommen wird, dass die Software NutzerInnenfreundlich und gut bedienbar sein wird. Es braucht aber eine Sensibilisierung für diese Materie und grundlegendes Verständnis für das Funktionsprinzip.

- Sensibilisierung für Algorithmen und AI
- Grundverständnis für das Funktionsprinzip

Das Arbeiten mit einer Black Box verführt zum „nicht-denken“. Ist eine Quellenausgabe möglich- ist das zum Arbeit gut.

**(M) Skills: Sensibilisierung (J3:776-809)**

- Sensibilisierung für Algorithmen und AI
- Grundverständnis für das Funktionsprinzip

**Überthema:** Menschl. Journalismus als Luxus

**Unterthemen:** Wichtig: Sensibilität stärken für Luxus (individuelle Auswahl, Betrachtung) eher Datenjournalismus wo JournalistInnen geschult werden müssen, Ernst nehmen was seit 100 Jahren im J. gilt

**Konklusion: Sensibilität stärken für Luxus von individuellen Journalismus (J3:846-866)**

Es ist unabhängig ob die Quellen von einem Bot oder Unternehmen kommen. Wichtig ist, die Sensibilität zu stärken, dass die individuelle Auswahl, Betrachtung und Recherche ein Luxus ist, die AJ so nicht leisten wird. In Zukunft gilt das, was seit 100 Jahren im Journalismus gegolten hat

**(M) Bewusstsein: Sensibilisierung (J3:842-866)**

- Wertigkeit des individuellen Journalismus (Auswahl, Betrachtung, Recherche)

#### A7.1.4. J4

**Überthema:** Beschäftigung / Auseinandersetzung

**Unterthemen:** Nimmt JournalistInnen Arbeit weg; Agenturmeldungen im Moment; Algorithmus formuliert um; Fehlende Wertschätzung journalistischer Arbeit

**Proposition: Haltung gegenüber AJ (J4: 11-36)**

In der Proposition wird eine neg. Grundhaltung gegenüber AJ deutlich ausgesprochen. Verdeutlicht wird dies nochmals im neg. Horizont.

**Neg. Horizont: Sukzessiver Arbeitsverlust – Wertschätzung (J4:28-36)**

AJ nimmt JournalistInnen den Job weg die ohnehin sukzessive ihre Arbeit verlieren. Journalistische Arbeit wird (auf Nachfrage der Interviewerin) weniger wertgeschätzt (durch Soziale Medien, BloggerInnen).

**(M) Automatisierung: Angst vor Jobverlust (J4: 11-36)**

- **Fehlende Wertschätzung journalistischer Arbeit**

**Überthema:** Kontrolle durch Mensch

**Unterthemen:** Auch aus ethischer Sicht- negative Nachrichten

**Proposition: Kontrolle über die Maschine- Ethik (J4:163-181)**

- Sensible Themen in der Berichterstattung

Aus ethischer Sicht ist es wichtig Kontrolle über Maschine zu halten. Bei sensiblen Inhalten zeigt sich der Kontrollbedarf deutlicher (z.B. Berichterstattung über Mord).

**(M) Kontrolle über Maschine (J4:163-181)**

- Sensible Themen in der Berichterstattung

#### **A7.1.5. J5**

**Überthema:** Wahrnehmung des AJ, AJ als "Innovation"

**Unterthemen:** Zukunftsgestaltung; AJ als Innovation; Fehlende Transparenz: Welche Art von AJ (Neural Network, etc.); Prinzipielle Begeisterung; Anthropomorphismen; Angst der J. vor Jobverlust

**Proposition: Positionierung von Medienunternehmen und ihre Gestaltung des Journalismus in Zukunft (J5:9-13)**

Innerhalb der Proposition wird das Vorhaben der Medienhäuser positiv geschildert die nach Lösungen suchen um die Zukunft des Journalismus zu gestalten. In diesem Zusammenhang wird der Roboterjournalismus gebracht der als Innovation eine neue Proposition aufwirft.

**Proposition: Roboterjournalismus als Innovation (J5:13-26)**

Der Roboterjournalismus wird als Innovation angepriesen, bzw. zur Markengpflege verwendet um sich als Medienunternehmen innovativ zu zeigen.

**Neg. Horizont: Fehlende Transparenz bez. der Innovation(J5:26-31)**

Innerhalb der Proposition wird ein negativer Horizont aufgeworfen, der die Unklarheit und fehlende Transparenz zeigt. Die Algorithmen wären kreiert und trainiert, vermenschlicht, Labories und Daten kamen zum Einsatz. Dabei gibt es wenig Transparenz darüber welche Algorithmen, oder AI usw. eingesetzt wurde und was den Unterschied ausmacht und welches Vorgehen besser oder schlechter ist.

**Konklusion: Begeisterung aber Angst vor Jobverlust (J5:32-36)**

In der Konklusion wird das innovative Image, in Form von einer prinzipiellen Begeisterung des AJ bekräftigt mit der Problemlage „Angst vor Jobverlust“ in Zusammenhang gebracht, da es wenig Transparenz über die tatsächliche Leistung der Technologie gibt. Ihr wird mehr zugeschrieben als sie möglicherweise leisten kann.

**(M) Roboterjournalismus – sich als innovativ präsentieren (J5:13-26)**

**(M) Roboterjournalismus- wenig Transparenz nach Außen über Verwendung und Funktion- Überhöhte Zuschreibung der Software von Leistung (J5:26-36)**

- Angst vor Jobverlust
- Begeisterung für Technologie

**Überthema:** Ersatz mensch. Tätigkeit

**Unterthemen:** Frage wo Ersatz sinnvoll ist und wo nicht; Guten oder schlechten Arbeitsplatz verlieren; Kompetitivität; Misstrauen gegenüber Technologie; Arbeitsbedingungen (z.B. Schicht)

**Proposition: Sinnvolles Ersetzen von Tätigkeiten (J5: 41-85)**

Innerhalb bei der Proposition wird das Ersetzen von Tätigkeiten thematisiert.

Wo Tätigkeiten ersetzt werden können, wird dies auch passieren. Die Frage ist in welchen Bereichen es sinnvoll ist.

**Pos. Horizont: Entlastung von redundanten Tätigkeiten (J5:46-57)**

Innerhalb der Proposition wird ein pos. Horizont aufgeworfen. Redundante Tätigkeiten JournalistInnen nicht fordern wie das Eingeben von Fußballmeldungen., könnten auch von einer Maschine erledigt werden.

**Differenzierung: Wegfall geistiger Flucht im (niedergradigen) Tätigkeitsfeld (stärkere Kompetitivität) (J5:58-85)**

Innerhalb der Differenzierung wird deutlich, dass sich ein Spannungsfeld zwischen dem Abgeben mühsamer Tätigkeit und der Automatisierung von Tätigkeiten ergibt. Unterschieden müssen (niedergradige) Jobs die gemacht müssen, weil sie als geistige Flucht dienen, „wenn man es beruflich nicht schafft“, da sonst jene JournalistInnen kompetitiver werden müssten und dies auch Druck erzeugt. Innerhalb dieser Differenzierung werden Arbeitsbedingungen wie Schichtbetrieb als mühsam betrachte, wo sich aber die Angst vor Jobverlust in Grenzen hält. Die Tätigkeit im Schichtbetrieb differenziert sich von den „niedergradigen“ Tätigkeiten.

**(M) Einsatz für Entlastung sinnvoll (J5:41-57)**

- Redundante Tätigkeiten

**(M) Wegfall einfacher Tätigkeiten führt zur höherer Kompetitivität (J5:58-85)**

- Steigende Anforderungen

**Überthema:** AJ: Verlässlichkeit von AJ und die menschliche Komponente im Journalismus

**Unterthemen:** Frage die geklärt werden müssen: Training, Verlässlichkeit, Bereiche, Neuronale Netzwerk (Entscheidungen), Impact von Falschmeldungen, Maßnahmen bei Fehler; Maschinen nüchtern; Faktoren die mensch. Denken bestimmen wichtig

**Proposition: Fragen nach der Verlässlichkeit der maschinellen Ergebnisse: Richtigkeit (Vorgehen bei Falschmeldungen), Einsatzbereich, Trainingsdaten (J5:96-132)**

Diese Proposition gestaltet sich inhaltlich sehr dicht und fasst die grundlegenden Fragen zur Anwendungssicherheit zusammen. Neben den Trainingsdaten, dem Einsatzgebiet stellt sich die Frage nach der Richtigkeit von Inhalten. Wie Verlässlich ist es, dass AJ ein korrektes Ergebnis zu erzeugt und wie gestaltet sich der Umgang mit falschen Inhalten? Journalistische Texte werden von Menschen nochmal angesehen und es gibt eine Auseinandersetzung über Text.

**Differenzierung: Fehlende Entscheidungs-Nachvollziehbarkeit (Deep) Neural Network (J5: 104-110)**

Bei Deep Neural Network ist nicht nachvollziehbar warum es zu einer bestimmten Entscheidung kam. Vorhersagen von Algorithmen werden geliebt aber wir haben eine Verantwortung.

**Konklusion: Verantwortung wahrnehmen: Richtigkeit (Vorgehen bei Falschmeldungen), Einsatzbereich, Transparenz 111-131)**

In der Konklusion werden jene Punkte bearbeitet und beantwortet, die in der Proposition bereits aufgeworfen wurden: Einsatz von Algorithmen, Vorgehen bei Fehlermeldungen und die Transparenz ihres Einsatzes. Die Thematik der Verantwortung wird mit mahnenden Beispielen von Social-Media-Inhalten untermauert, die Impact auf gesellschaftliche Vorgängen haben. Verantwortung agiert hier als erklärende Basis aus deren Richtung die Fragen aus der Proposition nochmals betont werden und um die Dimensionen „Verantwortung“ und „Transparenz“ erweitert werden. Die Frage finden in der „Verantwortung“ zu der auch „Transparenz“ gehört eine Antwort. Der Algorithmus ist in manchen Bereichen besser als der Mensch (math.). Der Mensch ist nicht so schnell aber kann überlegen und durchatmen, die Dinge betrachten. Die Konklusion schließt ab mit der Frage wie bei einem Worst-Case-Szenario reagiert werden soll. Die Verantwortung fokussiert sich auf den Menschen selbst. Innerhalb der der Konklusion wird ein neg. Horizont aufgeworfen.

**Neg. Horizont: Neg. Impact durch automatisch erstellte Inhalte (J5:114-119)**

Wenn Fehler passieren, haben die Inhalte Impact auf das reale Weltgeschehen und möglichen negativen Einfluss der unvorhersehbare Reaktionen hervorruft (Börsencrash- Tweet vom „weißen Haus“).

**Proposition: Journalismus lebt vom menscheln- menschl. Faktoren des Lebens miteinbeziehen, Nachfragen (J5:132-142)**

Medien leben vom Menscheln und Menschen wollen diskutieren, aufregen, inspiriert werden und jemand die/der weiterfragt. Die Maschine ist nüchtern im Fakten präsentieren und Menschen wollen etwas das nachfragt und Faktoren des menschlichen Lebens miteinbezieht.

**(M) Verlässlichkeitsfrage bei fehlende Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen (AI)  
Neg. Impact von Inhalten (J5:114-119)  
Verantwortung übernehmen**

**Überthema:** Möglichkeiten und Gefahren durch AJ-Verlässlichkeit von AJ, Technikgläubigkeit

**Unterthemen:** Funktionsweisen verstehen: SpezialistInnen, Training und Ziel von Algorithmus, AJ als Tool (auch kooperativ) Überprüfung von Inhalten (Sprachübersetzung), Gefahren: Überprüfbarkeit (Sprachübersetzung), Malware durch AI, Fake News, Frage nach Korrektiv, Manipulierbarkeit, Sicherung des A. vor Zugriff? Welche Daten werden genutzt? Maschine differenziert nicht, Politik: Nationalratssitzungen

**Proposition: Risiken von AJ (I.i) (J5:144-149)**

Auf die Frage nach möglichen Risiken (I.i.) wird eine neue Proposition aufgeworfen, die im nachfolgenden Abschnitt erklärt wird.

**Proposition: Wichtigkeit des Wissens um Lernfähigkeit und Funktion von Algorithmen (Neuronales Netzwerk) (J5:149-152)**

Wie das System funktioniert und lernt, der Algorithmus trainiert ist und Ziel, sind wichtig zu wissen. Derzeit sind das SpezialistInnen und nicht JournalistInnen die es als Tool verwenden.

**Proposition: Kooperative Toolverwendung zur redaktionellen Unterstützung (Übersetzungen, Überprüfung von Inhalten/ Recherche) (J5:153-167)**

Denkbar wäre die Toolverwendung im kooperativen Sinne, mit Übersetzung in Echtzeit, wobei aber die Frage der Absicherung bleibt. Die Entlastung von JournalistInnen wird in Frage gestellt. Die Inhalte müssen überprüft werden und bei Übersetzungen könnte dies schwierig sein.

**Neg. Horizont: Richtigkeit der Inhalte und Gefahr von Fakenews (Neuronales Netzwerk- selbstständige Informationssuche) (J5:167-190)**

Der sich eröffnende neg. Horizont stellt die fehlende Überprüfungsmöglichkeiten der inhaltlichen Richtigkeit zur Debatte. Hier zeigt sich eine Verknüpfung zur Neuronalen Netzwerken die hier als eher eigenständige Mechanismen verstanden werden. Hier stellt sich die Frage was sie schreiben und wie sie zu den Ergebnissen kommen- oder die Maschinen inhaltliche Einfluss haben. Der negative Horizont mündet in der Thematik von Fakenews, in der Manipulation von Algorithmen durch AngreiferInnen, die erheblichen Schaden anrichten können und der Frage nach der Herkunft der Daten. In diesem Kontext werden einschlägige Plattformen angeführt, die im Verdacht stehen „Fakenews“ zu verbreiten. Innerhalb des neg. Horizonts wird einem neuronalen Netzwerk eine bestimmte Selbstständigkeit attestiert, die aber nicht für eine angemessene Auseinandersetzung mit der Richtigkeit der Inhalte reicht, sondern nur für Beschaffung von Information.

**Konklusion: Begrenztes Use-Case: Daten- und Zugriffssicherheit (N.N.) (J5:190-196)**

Innerhalb der Konklusion wird der geschützte Bereich der Anwendung miteinbezogen, in



der Überprüfbarkeit gewährleistet ist. Wichtig ist die Sicherung des Algorithmus vor fremdem Zugriff und auf welche Daten der Algorithmus selbst zugreift. Im Sport hat der Mensch noch die Kontrolle, aber im politischen Bereich werden die großen Fragen noch kommen.

**(M) Risiken: Verlässlichkeit der Richtigkeit von Inhalten (Fakenews) (J5:167-190)**

**(M) Reduktion von Unsicherheitsfaktoren:**

- Wissen um Funktion der Software und AI (J5:149-152)
- Überprüfung (J5:190-196)
- Ziel: Kooperative Verwendung (J5:153-167)

**Überthema:** Anthropomorphismen

**Unterthemen:** KollegIn Roboter?; Bewertung des Publikums; In Konkurrenz treten mit Roboter (Roboter als handelnde Entität)

**Proposition: Roboter als Konkurrenz – Anthropomorphismen (J5:367-379)**

Innerhalb dieser Proposition wird das Thema der Konstruktion der Maschine als Kollegin aufgeworfen.

**Konklusion: Konsequenz: Konkurrenz mit der Maschine – Anthropomorphismen (J5:370-391)**

Sollen JournalistInnen hier mitspielen? Mit der Vermenschlichung von Maschine machen wir sie zur Kollegin. Das hat einen Vergleich zur Folge und die Bewertung des Publikums und JournalistInnen, die in Konkurrenz mit der Maschine treten.

**Neg. Horizont: Vergleich der Leistung durch das Publikum- „Mensch in Konkurrenz mit der objektiven Maschine“ (J5:374-383)**

Innerhalb der Konklusion wird ein neg. Horizont aufgeworfen, der thematisiert, dass das Publikum die Arbeit von JournalistInnen mit jenen der Maschine vergleicht. Die vermeintliche „Objektivität“ der Maschine würde dem Menschlichen gegenübergestellt, dass zu einer kompetitiven Situation für den Menschen führt und somit ein „in –Konkurrenz treten mit der Maschine.

**Konklusion: Verwendung als Tool – statt als „KollegIn“ – Anthropomorphismen (J5:384-391)**

Die Verwendung als Tool und als Unterstützung kann diese Konkurrenzsituation anwenden, oder abschwächen. Wird dem Algorithmus die Möglichkeit journalistisch zu handeln und zu entscheiden unterstellt, gelten Maßstäbe menschlicher Leistung und somit kommt es zu Konkurrenz.

**(M) Risiken: Konkurrenz –Roboter vs. Mensch durch Bewertung und Vermenschlichung (J5:367-383)**

**(M) Reduktion von Unsicherheitsfaktoren durch Verwendung als Tool (J5: 384-391)**

**Überthema:** Außenwirkung

**Unterthemen:** Programm als nicht-lebendig erkennbar, AJ als Mythos -Außenwahrnehmung, Innovation, Reale Situation entmystifiziert

**Proposition: Klarheit über Nicht-Lebendigkeit von Software (N.N.) (J5:398-405)**

Jetzt ist es transparent, dass das Programm kein Lebewesen ist und ihr Aussehen ist für das Publikum nicht klar. Die mögliche Verwechslung mit Leistungen JournalistInnen ist nicht von Belange.

**Differenzierung: Mystifizierung: Innovative Außenwirkung (J5:405-407)**

Innerhalb der Proposition zeigt sich die Differenzierung gegenüber der möglichen Verwechslung von JournalistInnen und Maschine aus Perspektive vom Publikum. Es geht viel mehr um die Außenwirkung. Es wird ein Mythos aufgebaut, der zeigt wie innovativ das Medienunternehmen wäre.

**Differenzierung: Entmystifizierung - Aber Maschine als „Lebewesen“ nimmt Angst (J5: 408-411)**

Der Mensch nähert sich Dingen spielerisch an und die Maschine als Lebewesen nimmt uns Angst davor. Diese Differenzierung mündet in die folgende Konklusion.

**Konklusion: Achtsamkeit bez. Folgen bei Publikum -Wahrnehmung, Bewusstsein gegenüber AJ (411-419)**

Die Achtsamkeit bezüglich der möglichen Folgen beim Publikum und ihre Wahrnehmung von AJ ist notwendig um den „Bogen nicht zu überspannen“. In der Konklusion wird noch einmal auf die Entmystifizierung bezuggenommen, die enttäuschend auf das Publikum wirken kann, dass es einfach ein Programm ist.

**(M) AJ als Softwareleistung, N.N. (J5:398-405)**

**(M) Mystifizierung und Entmystifizierung der Technologie- Wahrnehmung durch das Publikum (J5:405-419)**

**Überthema:** Transparenz (Risiken), Roboter als KollegIn, Risiken (UrheberInnenrecht, Reputation und Trainingsdaten)

**Unterthemen:** Erkennen von mensch. Content, Transparenz wo es im Einsatz ist, Konkurrenz: "Roboter", Programmierung, Einsatz, Output, Daten, UrheberInnen, spezifische Meldung (verloren), Zitation und Quellen, Daten mit den denen AI trainiert wird

**Proposition: Notwendigkeit der Klärung des Stellenwertes von AJ für das Unternehmen –Anthropomorphismen (J5:440-449)**

Innerhalb dieser Proposition werden die ethischen Problemstellungen thematisiert, in der die Klärung des Stellenwertes von AJ für das Unternehmen notwendig ist und in welcher Beziehung sich das Unternehmen zu der Maschine verstehen soll. Hier zeigt sich eine Verbindung zur Proposition: „Roboter als Konkurrenz (J5:367-379)“, in welcher der Roboter als KollegIn und somit als Konkurrenz konstruiert wird und somit die Thematik der Anthropomorphismen wieder aufgenommen wird.

**Proposition: Programmierung und bewusster Einsatz von AJ – Ethik (J5:450-485)**

Hier wird eine neue Proposition angeschlossen, die Programmierung und den Einsatz von AJ mit ethische Fragen verknüpft. Sie beziehen sich auf folgenden Punkte:

- Bewusstsein und Abstimmung bez. Einsatz und Verwendung?
- Einverständnis von UrheberInnen bez. Weiterverwendung von Inhalten?
- Überlegungen zur Gestaltung der Quellenangabe?
- Grad an Zuweisung von Selbstständigkeit gg. der Maschine?
- Wissen um Datenherkunft und rechtliche Rahmenbedingungen?
- Auswahl der Trainingsdaten?

Die Proposition entfaltet sich innerhalb der Klärung des Stellenwertes von AJ und grenzt sich von „KollegIn-Roboter-Thematik“ ab. Es zeigt sich, dass ein **bewusster** Einsatz wichtig ist, in dessen Ausführung diese Fragen beantwortet werden müssen um ein ethisches Dilemma abzuwenden. Mit der Ethischen Komponenten sind demnach die oben gestellten Fragen verknüpft.

**(M) Klärung des Einsatzes und des Stellenwertes von AJ (J5:450-485)**

- Urheberrecht der Inhalte, Gestaltung der Quellenangabe, Grad an Selbständigkeit der Maschine, Trainingsdaten

**Überthema:** Risiken (Datengewichtung); Vertrauen und Kontakt zwischen Systemen; KI (Datengrundlage und Sensibilität); Innovation: Branding

**Unterthemen:** KI: Gewichtung der Inhalte, Erkennen von Inhalten (PR?), Schwellenlogik; Manipulation; KI würde Social Media einbeziehen, Schutz vor Fakenews, Manipulation, Konsequenzen, Forschung notwendig, Grenzen setzen; AI -gebrandet: Fortschritt, Vergleichbar- Blog Chain, mit AI zeigen wollen, dass man "visionär" ist

**Proposition: Unklarheit- Gewichtung und „Interpretation“ von Inhalten – Mensch und N.N. (J5: 493-500)**

Innerhalb dieser Proposition werden die Fähigkeiten bez. Erkennen von Inhalten (PR, Social-Media Inhalte) zwischen Mensch und neuronalen Netzwerken thematisiert. Ausgehend davon, dass bei neuronalen Netzwerken die Gewichtung von Inhalten nicht klar ist, wird die Frage nach möglichen Einfluss auf die zu gestaltenden Geschichte gestellt. Hier wird bereits ein Zukunftskonzept entworfen, in dem neuronale Netzwerke selbstständig Informationen suchen, filtern, einbinden und daraus neue Texte schaffen.

**Proposition: AI - Einbeziehung von Social-Media (J5:541-560)**

Die Proposition thematisiert die Einbeziehungsmöglichkeiten von Social-Media-Inhalten durch AI.

**Negativer Horizont: Gefahren der Manipulation einer KI - Fakenews, Manipulation der KI, Inhalte über Menschen (J5: 543-560)**

Innerhalb der Proposition „AI-Einbeziehung von Social-Media“, wird ein neg. Horizont aufgeworfen, in der die möglichen Gefahren des Einsatzes einer KI zu verorten sind.

Folgende Argumente machen dies deutlich:

- Schutz des Algorithmus vor Zugriff Dritter - Manipulation.
- Konsequenzen von Inhalten über Menschen.
- Sinnvolle Einsatzbereiche
- Einsatz in nicht-sinnvollen Bereichen ablehnen können

Innerhalb dieses Horizonts werden auch die ethischen Grenzen sichtbar, die sich in dieser Argumentation widerspiegeln.

**(M) Unsicherheitsfaktoren: Gewichtung und Einordnung von Inhalten (AI) (J5: 493-500)**

- Social- Media-Inhalte,
- Konsequenzen von Inhalten über Menschen

**(M) Reduktion von Unsicherheitsfaktoren (J5: 543-560)**

- **Schutz vor Zugriff Dritter** (Schutz vor Manipulation und Fakenews)
- **Entscheidung für Begrenztes Use-Case** (sinnvoller Einsatz)

**Überthema:** Einsatz von AI (JournalistInnen)

**Unterthemen:** JournalistInnen: Spielerischer Tech- Zugang (keine Scheu); Vor AI-Einsatz: Vernetzung mit Medienhäuser untereinander; Arbeitsplätze: Positiv- Sich neu erfinden müssen; Luxus: Geschichten von Menschen für Menschen; Redundanzreduktion: Mehr Zeit für anderes

**Proposition: Zukunft- Journalismus (J5:609-640)**

Innerhalb der Proposition wird auf die positiven Aspekte des Journalismus („was in schön macht“) eingegangen. Innerhalb der Proposition ereignet sich häufig ein Wechsel zwischen

Horizonte und Differenzierung und hat einen konklusionären Charakter im letzten Viertel des Interviews.

**Pos. Horizont: JournalistInnen – wenig Scheu vor Neuem und spielerischer Umgang (J5:610-612)**

Der spielerische Umgang von JournalistInnen und die wenige Scheu vor Neuem wird im Kontext von AI als positiver Horizont konstituiert.

**Differenzierung: Erfahrungsaustausch der Medienunternehmen- gemeinsame Schritte (J5:613-622)**

Innerhalb des pos. Horizonts „JournalistInnen – wenig Scheu vor Neuem und spielerischer Umgang (J5:610-612)“ wird der Umgang zwischen den Medienunternehmen davon abstrahiert. Der Erfahrungsaustausch und gemeinsames Vorgehen sind im Kontext von AI notwendig.

**Proposition: Journalismus neu denken- Arbeitsplätze einsparen (J5:622- 628)**

Innerhalb der Proposition wird das Thema der Arbeitsplätze behandelt. AI wird zur Einsparung von Arbeitsplätzen führen aber die grundlegende Frage stellt sich bezüglich eines neuen Konzeptes von Journalismus. Überlegungen zu einem möglichen Konzept werden in der sich Konklusion deutlich.

**Konklusion: Journalismus von Menschen für Menschen –Vorteile von AJ – Rolle von Menschen (J5:628-640)**

Ein Ansatz wäre Geschichten von Menschen für Menschen zu schreiben -als Luxusgut. In der Konklusion zeigt sich die Erwartung, dass durch AJ vielleicht mehr Zeit bleibe sich für Geschichten intensiver und aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten und die Möglichkeit mehr Platz und länger an einem Thema zu sein. Dies verweist auf den „Pos. Horizont: Entlastung von redundanten Tätigkeiten (J5:46-57)“ auf die möglichen Vorteile des Einsatzes von AJ.

Die Frage welche Rolle der Mensch spielt und wie diese definiert werden soll, wird gestellt und schließt die Konklusion, aber auch die umgebende Proposition in dem „Journalismus neu denken“ wieder indirekt angesprochen wird.

**(M) Zukunftsentwürfe zum Journalismus**

- Neues Konzept (J5: 610-612/622- 628)
- (Erfahrungs-) Austausch zwischen Medienunternehmen (J5:613-622)
- Journalismus von Menschen für Menschen (J5:628-640)

## A7.1.6. Reaktion J5

**Überthema:** Wertediskussion

**Unterthemen:** Transparenz, Haltung und Wertediskussion (JournalistInnen)

**Proposition: Klärung der Bedeutung des Journalismus- Kontextualisierung (J5-R.:7-20)**

In dieser Proposition wird die Frage nach der Haltung des Journalismus deutlich. Die fehlende Kontextualisierungsfähigkeit von Algorithmen wird dazu in Beziehung gestellt und zeigt sich in Form der folgenden Differenzierung.

**Differenzierung: Journalismus: Kontextualisierung und Verantwortungsbewusstsein (J5-R.:10-15)**

Die Grundfragen zu einem sinnvollen Einsatz stellen sich bezüglich der Haltung des Journalismus in der Fähigkeit der Kontextualisierung und im verantwortungsbewussten Umgang mit Algorithmen („nicht dem Algorithmus die Schuld geben“)

**Konklusion: Transparenz über das Tool für effizienteres Arbeiten (J5-R.:15-20)**

Die Klärung der angeführten Grundfragen ermöglichen erst den sinnvollen Einsatz technischer Innovationen. Die Transparenz über die Technologie ermöglicht das Begreifen des Algorithmus als Tool und macht Effizienz möglich.

**(M) Bedeutung des Journalismus: Kontextualisierung und Verantwortung im Umgang mit AJ (J5-R.: 7-20)**

**(M) Effizientes Arbeiten mit AJ ermöglichen durch Transparenz über die Technologie (J5-R.: 7-20)**

**Überthema:** Zukunftsmodelle

**Unterthemen:** Euphorie und Relativierung der Wahrheit von Daten und Können von AJ, Tätigkeiten von J., Unmöglichkeit des perfekten AJ

**Proposition: Erkenntnis - Missverständnis der Datenwahrheit (J5-R.:22-43)**

Die Proposition beschreibt die Relativierung nach einer Euphorie hin zu der tatsächlichen Aufgabe von JournalistInnen. Daten beinhalten keine unumstößliche Wahrheit und haben alleine als diese nur eingeschränkte Aussagekraft. Ausgehend von dieser Proposition werden mehrere Zukunftsentwürfe behandelt die konklusionären Charakter haben.

**Konklusion 1: Fokus auf journalistische Tätigkeit- Erfassen und Klären von Zusammenhängen - und Renaissance von ExpertInnen (J5-R.:26-31)**

Durch die Erkenntnis, dass Daten nicht die „unumstößliche Wahrheit“ sind, rücken die „eigentlichen journalistischen Tätigkeiten“ wie das Erfassen und Klären von Zusammenhängen in den Vordergrund. Deshalb könne es durch AJ zu einer Renaissance von ExpertInnen kommen, die eine Einordnung der Daten/Inhalte in gesell. Kontext bieten.

**Konklusion 2: Automatisch erstellte „Grundlagenmeldung“ kostenfrei und erweiterte kostenpflichtig (J5-R.:31-35)**

Das Modell des kostenlosen Grundlagenmeldungen und des erweiterten kostenpflichtigen Content ist denkbar (menschl. generiert).

**Neg. Horizont: Kein „perfekter“ Algorithmus möglich (J5-R.:35-40)**

Es ist kein "perfekter Algorithmus" möglich, denn das Verhalten des Algorithmus (Klick-Rate?) und die Verwendung und Auswahl von Libraries führen zu bestimmten Output. Einen uneingeschränkten Einsatz wird es „irgendwo“ geben.

### **Konklusion 3: Basis von AJ als Gesamtkonzept-Auseinandersetzung mit journalistischen Selbstverständnis und Zielsetzungen des Unternehmens (J5-R.:38-43)**

Erfolgreiche Modelle basieren darauf, dass sie in ein Gesamtkonzept eingebettet werden, in welchen eine Auseinandersetzung mit dem Medium und deren Zielsetzungen stattfinden, sowie mit einem neuen Selbstverständnis bez. einer neuen Rolle und Bedeutung von JournalistInnen.

**(M) Journalistische Aufgabe: Erfassen und Klären von Zusammenhängen: Daten (J5-R.:22-43)**

**(M) AJ.Gesamtkonzept: Ziels. v.Unternehmen und journ. Selbstverständnis (J5-R.:22-43)**

**Überthema:** Skills

**Unterthemen:** ExpertInnen für AJ, Bewusstsein bei J.

#### **Proposition: Skills –Bewusstsein über Ziel, Einsatz und Nutzung (J5-R.:45-52)**

AJ soll nutzungsfreundlich gestaltet werden. Hier zeigt sich, dass nicht ein spezielles Wissen für AJ notwendig ist (geforderte Skills als „Missverständnis“). Notwendig ist ein Bewusstsein darüber wie und zu welchen Zwecke das Tool eingesetzt werden sollte.

#### **Konklusion: Verwendung als Werkzeug (J5-R.:49-52)**

Die Konklusion die mit der Verwendung als Werkzeug schließt, beinhaltet eine Differenzierung die weitere mögliche Arbeitsbereiche offen legt.

#### **Differenzierung: ExpertInnen: Wartung, Design und Implementierung (J5-R.:49-51)**

ExpertInnen sollten sich um die Instandhaltung und Implementierung kümmern, um die Funktion des Tools sicherzustellen. Sie grenzen sich aber von JournalistInnen durch ihre Spezialisierung ab.

**(M) Trennung der Arbeitsbereiche (J5-R.:49-51)**

- JournalistInnen: Verwendung als Tool - ExpertInnen für Wartung

**(M) Skills: Bewusstsein über Ziel, Einsatz und Nutzen (J5-R.:45-52)**

**Überthema:** Ethische Grenzziehungen

**Unterthemen:** Modelle, Technikgläubigkeit, Vermeidung ethischer Probleme

#### **Proposition: Ethische Grenzziehungen (J5-R.:55-66)**

Innerhalb der Proposition der ethischen Grenzziehungen wird der Technikgläubigkeit und der regulierten Einsatzbereichen Bedeutung zugeschrieben, die in den folgenden Konklusionen deutlich werden.

#### **Konklusion 1: Technikgläubigkeit überwinden um Nutzung zu ermöglichen (J5-R.:56-59)**

Die Technikgläubigkeit zeigt sich in der Zuschreibung gg. AJ mehr zu können, als sie es tun. Die ethischen Grenzen sind abhängig von Medium. Der Output ist nicht objektiver und wenn die Phase überwunden wurde (Technikgläubigkeit) ist Nutzung möglich.

#### **Konklusion 2: Kontrollierte Bereiche und Ausweisung des Contents (J5-R.:60-66)**

Das Dilemma der „Ethik“ lässt sich folgendermaßen vermeiden

- Ausweisung des Contents, wenn automatisch erstellt
- Einschränkungen auf kontrollierbare Bereiche (nicht bei politischen Themen)

**(M) Begrenztes Use Case (J5-R.:55-66) - Kontrollierte Bereiche und Ausweisung des Contents**

## A7.1.7. J6

**Überthema:** Einsatz in Lokalberichterstattung

**Unterthemen:** Unklarheit über Grad der Automatisierung

**Proposition: Unklarheit über den Automatisierungsgrad des Contents (J6:10-37)**

Innerhalb der Proposition wird der Automatisierungsgrad der automatischen Contentgenerierung in unterschiedlichen Nachrichtenagenturen thematisiert. In dieser Proposition werden neg. Horizonte aufgeworfen die, die Problemstellungen in Bezug auf die Unklarheit des Automatisierungsgrades verdeutlichen.

**Neg. Horizont: Verkaufen des Contents als angebliche Roboterleistung- „Innovation“ (J6: 23-31)**

Der neg. Horizont wird anhand einer Nachrichtenagentur aufgeworfen, die nicht transparent über den Automatisierungsgrad ihres Contents informierte. Ein Zitat hebt dies deutlich hervor: „Also das haben sie niemanden davor gesagt“ (J6:27).

Der Teilnehmer verdeutlicht das es sich hierbei um das Verkaufen von Artikel als Roboterleistung handelt, weil „es cool klingt“.

**Konklusion: Problem der fehlenden Transparenz über Automatisierungsgrad - Daten- und Textstrukturebene (J6:31-37)**

Die Konklusion schließt die Proposition ab und integriert die Transparenzthematik. Innerhalb der Konklusion wird deutlich, dass die fehlende „Transparenz“ ein „wichtiges Problem“ ist. Die fehlende Transparenz wird an bestimmten Faktoren festgemacht die als „Grad des menschlichen Eingriffes“ bezeichnet werden können.

Die Ebenen des Eingriffes vollziehen sich auf Datenebene und Textstrukturebene.

<b>(M) Transparenz über Automatisierungsgrad des Contents schaffen (J6:10-37)</b>
---

**Überthema:** Nachfrage: Transparenz

**Unterthemen:** Interpretationsmuster in der Datenverarbeitung und Reproduktion von Spins, Intransparenz der Agenda

**Proposition: Journalistische Ehrencodexes – Ethik, Transparenz (J6:39-59)**

Auf die Frage nach der Transparenz, wurde eine neue Proposition aufgeworfen:

„Journalistische Ehrencodexes“, bei denen die im Journalismus etablierte ethische Praxen und Ehrencodexes erwähnt werden. Die Datenverarbeitung und Datenanalyse ist nicht per se ethische problematisch. Nachfolgenden werden neg. Horizonte aufgeworfen sie als Kritik innerhalb der Proposition formuliert werden.

**Neg. Horizont: Vervielfältigung von bestimmten Spins durch Automatisierung –soziale Themen (J5:49-58)**

Der Horizont zeigt die Problematik der menschlichen Interpretationsmuster bezüglich automatisiert erstellter Texte. Innerhalb des neg. Horizontes wird sichtbar, dass der Mensch bestimmte Interpretationsmuster einschreibt, die in einem anderen Kontext ethische Fragen aufwerfen können, wie das bei sozial relevanten und sensiblen Themen der Fall sein könnte. Dies zeigt sich anhand eines fiktiven Beispiel eines Contents über eine Statistik bez. uneheliche Kinder, die in der Reproduktion des Interpretationsmuster einen bestimmten Spin ebenfalls reproduziert würde.

**Neg. Horizont: Intransparenz der Contententstehung – Entstehungsgründe und AutorInnen (J6:59-62)**

Innerhalb der Proposition „Journalistische Ehrencodexes“ wird ein weiterer negativer Horizont aufgeworfen. Die „Transparenz des Automatisierungsgrad“ wird innerhalb der Journalistische Ehrencodexes abgehandelt. Das zeigt, dass sich die Transparenzthematik mit der ethischen Dimension verknüpft ist. Hier wird die Bedenklichkeit der Intransparenz bezüglich der Entstehungshintergründe einer Geschichte und die Gedanken der AutorInnen angemerkt.

**(M) Ethische Problemstellungen: Intransparenz der Content-Entstehung und Bias in Datensätzen- Vervielfältigung von Spins-sensible Themen (J6:39-62)**

**Memo 1:** Durch die menschliche Tätigkeit können ethische Probleme entstehen, wie die Vervielfältigung von bestimmten Interpretationsmuster durch Automatisierung. Die Transparenz bezüglich den Grad des menschlichen Eingriffes ist daher wichtig. Der Mensch handelt und nutzt die Software aktiv und schreibt ihr bestimmten Interpretationen ein die in einem anderen Kontext ethische Fragen aufwerfen.

**Memo 2:** Hier zeigen sich Parallelen zu weiteren Interviews, in der die Grenze von automatisierten Inhalten sich auf politische und soziale Themen beziehen, aber auch Inhalte die wirtschaftlichen negativen Impact haben könnten.

**Überthema:** Nachfrage: Quellen, die AJ verwendet

**Unterthemen:** Imperfektion der Daten: Datenqualität, Vollständigkeit, Kontext

**Proposition (I.i.): Abhängigkeit von DatenlieferantInnen -Datenquellen (J:70-106)**

Innerhalb der Proposition wird die Thematik der Datenquellen behandelt. Dies wird in Zusammenhang mit einer gewissen Abhängigkeit von DatenlieferantInnen in Verbindung gebracht, da die meisten Nachrichtenagenturen auf AnbieterInnen zurückgreifen. Nicht trennscharf eröffnet sich im Verlauf der Proposition ein neg. Horizont, der die Problemstellungen verdeutlicht.

**Neg. Horizont: Daten: Keine Sicherstellung ihrer Integrität – Bias und Kontextualisierung der Daten (Regierungsdaten, Vermögensstatistik) (J6:79-86)**

Anhand des Beispiels „Regierungsdaten“ werden die Problemquellen von Daten erklärt. Daten können Bias enthalten. Dies verweist auf eine einen bereits aufgeworfenen neg. Horizont „Vervielfältigung von bestimmen Spins durch Automatisierung –soziale Themen (J5:49-58)“ in dem die Problematik zugrundeliegender Interpretationsmuster erläutert werden. Dies zeigt sich auch in der Thematik von Bias und der Interpretation von Daten, bzw. ihrer Kontextualisierung. Das Beispiel „Vermögensstatistik“ illustriert diese Problematik: Die reichsten Menschen geben möglicherweise ihr Vermögen nicht an und das führt zu Verzerrungen der gesamten Datenlage obwohl diese an sich korrekt wären. Ein Datensatz liefert in diesem Falle ein verzerrtes Bild über soziale Realitäten.

**Neg. Horizont: Imperfektion der Daten – Elaboration zu Daten: Keine Sicherstellung ihrer Integrität (J6: 87-100)**

Der negative Horizont, wird durch Nachfrage geklärt. Die Imperfektion der Daten wird folgendermaßen verstanden:

- Fehlende Vollständigkeit der Daten
- Niedrige Qualität der erhobenen Daten
- Daten die zu Fehlschlüssen führen/ Sachverhalte verzerren.

In diesem Horizont werden einzelne Aspekte aus dem vorrangegangenen neg. Horizont nochmals aufgenommen und auf gewisse Weise so elaboriert. Die Essenz aus diesen Horizonten zeigt sich durch eine mangelnden Qualität oder ihrer Interpretation der Daten selbst und zeigt so auch ihren möglichen negativen Einfluss auf das Endresultat.

**Konklusion: Dateninterpretation: Detailwissen notwendig (J6:101-106)**



Für die Auswertung von Daten ist Detailwissen notwendig um die Daten angemessen interpretieren und in einen geeigneten Kontext bringen zu können.

**(M) Unsicherheitsfaktoren: Abhängigkeit von Daten und fehlende Sicherstellungen ihrer Integrität (J6: 64-106)**

**(M) Reduktion von Unsicherheitsfaktoren: Detailwissen von JournalistInnen- Dateninterpretation (Skills) (J6: 64-106)**

**Memo 1:** Parallelen zwischen J5 und J6 werden im Bereich Skills sichtbar. J5 fokussiert die automatische Textgenerierung, J6 stellt die Datenthematik in den Vordergrund (Auseinandersetzung mit der Thematik). Das wirkt sich auf die Dimension von „Skills“ aus. Die Nutzung von AJ als Tool setzt ein Bewusstsein um die Ziele und Nutzung der Software voraus. J6 geht hier tiefer und fokussiert den Umgang mit den Datensätzen selbst. Dazu ist das Datenwissen zu jeweiligen Themen notwendig um die Daten angemessen zu interpretieren.

**Memo 2:** 2 Probleme stellen sich bez. Daten. Zum einen ist die Datenabhängigkeit ein Problem in der die Integrität der Daten nicht immer gewährleistet werden kann. Zum anderen besteht die Möglichkeit der Imperfektion der Daten tatsächlich. Die Fähigkeit die Daten richtig zu interpretieren ist eine menschlicher Arbeitsbereich. Auch hier liegen Fehlerquellen in der inadäquaten Interpretation dieser.

**Überthema:** Grenzen AJ: Menschlicher Bereich

**Unterthemen:** Bereiche die beim Menschen bleiben: Schlüsse ziehen

**Proposition (I.i.): Mensch - Kausalität ≠ Maschine - Korrelation (J6:125-143)**

Innerhalb der Proposition wird abgewogen, welche Aufgaben für eine Maschine nicht machbar sind und deshalb von Menschen getan werden müssen. Die Maschine könne Korrelationen errechnen. Die Realität ist aber zu komplex um eine Maschine Zusammenhänge erfassen zu lassen.

**Konklusion: Schlüsse aus Daten ziehen- Mensch: Intuition und Erfahrung (J6:128-143)**

Die menschliche Aufgabe wird es bleiben Schlüsse aus Daten zu ziehen. Die komplexe Form der Intelligenz von Menschen, ihre Intuition und Erfahrung, kann eine Maschine nicht erreichen.

**(M) Tätigkeiten von JournalistInnen: Schlüsse aus Daten ziehen (J6: 112-148)**

- Maschine: Keine Erfahrung, Intuition- komplexe Form der Intelligenz

**Überthema:** Entscheidungen an AJ abgeben (Grad der Kontrolle, menschlicher Eingriff)

**Unterthemen:** AJ: Einschränkung auf Bereiche mit festgesetzten Regelsystem.

**Proposition: Entscheidungsverantwortung der Medienunternehmen bez. Einsatzes (J6:150-175)**

Die Proposition wurde durch die Frage nach Abgabe von Entscheidungen aufgeworfen und stellt die Verantwortung und Entscheidungen der Medienhäuser in den Fokus für den Einsatz von AJ und den Output.

**Konklusion: Begrenztes Use-Case - Spezielle Aufgaben, Arbeitsvorstufen (J6:162-67)**

Durch die Proposition „Entscheidungsverantwortung der Medienunternehmen bez. Einsatzes“ erklärt sich die Konklusion „Begrenztes Use – Case“ als logische Konsequenz AJ nur in bestimmten Bereichen anzuwenden.

**Elaboration: Menschliche Fähigkeiten – Interpretation, Einschätzung und Erklärungen (Begrenztes Use-Case) (168-170)**

In der Elaboration zur Konklusion „Begrenztes Use-Case“ wird diese untermauert, indem die menschlichen Fähigkeiten betont werden. Die Einordnung Interpretation, Einschätzung und Erklärungen von Sachverhalten kann nur ein Mensch bewerkstelligen. Die Maschine wird nur Bausteine schreiben.

**Differenzierung: Einsatz von AJ im festen Regelsystemen – templatebasiert (J6:170-175)**

Der Einsatz von AJ ist möglich und sinnvoll in Bereichen die auf einem festen Regelsystem basieren (Finanznachrichten, Sport, Chronikales). Für die jeweiligen Bereiche müssen aber entsprechende Templates entwickelt werden, das als kritisch erachtet wird.

**(M) Begrenztes Use-Case- (im Gegensatz zu menschliche Fähigkeiten) (J6:150-175)**

- festes Regelsystem- Maschine schreibt Bausteine (templates)

**Überthema:** Künftiger Einsatz von AJ, Möglichkeiten

**Unterthemen:** Möglichkeiten die sich durch AJ ergeben

**Proposition: Sinnhaftigkeit von begrenzten Use-Case (J6:272-292)**

Innerhalb der Proposition wird die Sinnhaftigkeit des Einsatzes in einem fein abgesteckten Bereich problematisiert. Hier zeigt sich eine Verknüpfung zu Differenzierung „Einsatz von AJ im festen Regelsystemen – templatebasiert (J6:170-175)“ in Nutzen hinterfragt, wenn für jedes Use-Case neue Templates erstellt werden müssen.

**Pos. Horizont: Rechercheprojekte aus Datensätzen – Nutzen für Bevölkerung (J6:276-292)**

Im sich eröffnenden pos. Horizont werden alternative oder zusätzliche Nutzungsmöglichkeiten erläutert, die in Zukunft mehr zum Einsatz kommen könnten. Rechercheprojekte, in denen große und komplexe Datensätze individualisiert ausgewertet werden (Ausbildungsstätten, Immobilienpreise, etc.) zeigen den möglichen Nutzen für die Bevölkerung, die diese Inhalte benötigen könnten.

**Pos. Horizont: Content auf Basis von Statistik – Statistik zur Arbeitssuchende (J6:299-322)**

Inhalte die auf Statistiken basieren können von Robotern übernommen werden, wie das im Beispiel zu „Statistik zur Arbeitssuchende“ deutlich gemacht wird und damit auch regionale Zeitungen beliefern. Chronikale Inhalte, also zeitliche Vergleiche von Sachverhalten sind auf Basis von statistischen Daten ebenfalls möglich.

**Differenzierung: Vergleichbarkeit von Daten notwendig (J6:322-336)**

Allerdings ist die Vergleichbarkeit von Daten wichtig. Fehlen Daten zu regionalen Begebenheiten führt dies zu fehlerhaften Output.

**(M) Automatisiert erstellter Content auf Basis von Statistiken (J6: 263-334)**

- Nutzvolle Inhalte für Bevölkerung (Schulbezirke, Arbeitssuchende, Chronikales) und Rechercheprojekte

**Überthema:** Nachfrage: Veränderungen durch AJ

**Unterthemen:** Möglichkeiten die sich durch AJ ergeben

**Konklusion: Leistungen in Zukunft: Automatisierung niedergradiger Arbeiten und Vorarbeit (J6: 352-360)**

Auf die Nachfrage nach möglichen Veränderungen durch AJ, wurde mit einer Konklusion reagiert, die folgende Punkte aufgreift:

Wenn die Automatisierung weiter voranschreitet (in Österreich betreibt noch niemand Roboterjournalismus), werden eher **niedergradige Arbeiten** automatisiert. Eine Meldung von Arbeitslosenzahlen können generiert werden und dann damit weitergearbeitet werden und könnten somit **Vorarbeit** leisten.

**(M) Algorithmischer Unterstützung in Arbeitsprozessen (J6: 352-360)**

- Vorarbeit und Automatisierung niedergradiger Arbeiten

**Überthema:** Nachfrage: Veränderungen durch AJ

**Unterthemen:** Änderung von Arbeit und Organisationsstruktur

*Proposition (I.i.): Änderung der Arbeitspraxis*

**Proposition: Änderung von Arbeitspraxis und Organisationsstrukturen (J6: 373-376)**

Durch die Fragestellung induzierte Proposition „Änderung der Arbeitspraxis“ wird durch die Veränderung der Organisationsstrukturen erweitert. Neue Abläufe und Veränderungen in den Strukturen müssen für AJ geschaffen werden. Dabei wird nicht näher auf diese Veränderungen eingegangen, bzw. um welche Strukturen es sich handelt. Es findet sich aber ein Verweis auf eine soziale Komponente, die aber ebenfalls nicht näher thematisiert wurde.

**Konklusion: Analytischere Aufgaben – weniger Jobverlust (376-381)**

Die künftige Arbeitspraxis könnte sich hin zu verstärktere analytischere Aufgaben hin verändern. Das wird dadurch erklärt, dass kaum JournalistInnen auf rein niedergradigen Tätigkeiten fokussiert sind. Dies machtauch die geringere Gefahr von Jobverlust nachvollziehbar. Hier lässt sich die Verknüpfung auf die Konklusion „Leistungen in Zukunft: Automatisierung niedergradiger Arbeiten und Vorarbeit (J6: 352-360)“ herstellen.

**Proposition (I.i.): Vorteile von AJ für die Arbeitspraxis (390-394)**

Die Proposition wird durch die Nachfrage aufgeworfen, innerhalb derer der Teilnehmer eigenständig neue Verknüpfungen in den folgenden pos. Horizont aufwirft.

**Pos. Horizont: Unterstützung bei investigative Tätigkeiten- Datenanalyse (J6:390-394)**

Es ist wünschenswerte, wenn AJ bei der investigativen Tätigkeit unterstützen würde. Hier wird die Datenanalyse fokussiert, die hier tatsächlich Unterstützung liefern kann.

**(M) Arbeitspraxis: JournalistInnen: Analytischere Fähigkeiten (Daten) weniger Jobverlust (J6:373-381)**

**(M) Algorithmischer Unterstützung in Arbeitsprozessen (J6:390-394)**

- Investigative Tätigkeiten (Datenanalyse)

**Memo:** Folgenden Punkte sprechen gegen den Jobverlust: Niedergradige Arbeiten werden automatisiert. Durch den Einsatz von AJ wird die Arbeit von JournalistInnen möglicherweise analytischer. Zusätzlich können Algorithmen bei der Datenanalyse helfen und somit bei investigativen Tätigkeiten, aber nur wenn Detailwissen zur Thematik vorhanden ist um zu nachvollziehbaren Schlüssen aus den Daten zu kommen.

**Überthema:** Nachfrage: Wording, Hype der Technologie

**Unterthemen:** AJ als Innovation in den Datensätzen und Verarbeitung

**Proposition: Software als „Roboterleistung“ - Außenpräsentation (J6:444-459)**

Die Proposition macht sichtbar, wie der „Roboterjournalismus“ nach außen gezeigt wird und welche Leistungen tatsächlich realistisch sind. Das Wording ist dementsprechend gewählt und steht im Widerspruch zu „textgenerierenden“ Software. Der Teilnehmer identifiziert so die Diskrepanz zwischen tatsächlicher Technologie (Software) und „Roboterleistung“. Dies wird im folgenden neg. Horizont deutlich.

**Neg. Horizont: Innovationshype – begrenzte Komplexität (J6:449-457)**

Die Softwareleistung wird mit der Serienbrief-Funktion (90er) verglichen und legt einen Innovationshype offen, der die sich im Einsatz befindende Software von geringerer Komplexität nicht gerecht wird.

**Konklusion: Innovation der Datensätze – Verarbeitung und Bearbeitung (J6:457-459)**

Die Konklusion verdeutlicht, dass die Innovationsleistung in der Verarbeitung und Bearbeiten von Daten liegen, die auch eine soziale Innovation darstellt. Auf den sozialen Aspekt wurde nicht näher eingegangen.

**(M) Textgenerierende Software als Innovation „gehyped“ begrenzte Komplexität (J6:444-457)**

**(M) Innovation: Datensätze, ihre Be- und Verarbeitung (J6:457-459)**

**Memo:** In diesem Abschnitt zeigt sich, dass es Informationsasymmetrien bezüglich der erwarteten und tatsächlichen Leistung von textgenerierenden Software gibt, bzw. auch bewusst ein innovativeres Bild einer Software vermittelt wird, als es tatsächlich möglich ist. Die Innovation findet sich in der Verarbeitung und Bearbeitung von Datensätzen, die die Basis der Textgenerierung darstellen. Ihre Komplexität und ihr Regelwerk trägt zur Güte des Outputs bei. Es verhärtet sich der Verdacht, dass die Datenthematik ein weit wichtigerer Stellenwert zukommt als anfänglich vermutet. Die Textgenerierung stellt nur den letzten Schritt in einer Kette von Arbeitsvorstufen dar. Die Auseinandersetzung mit Daten, ihre Güte, ihre Herkunft und ihre ethischen Aspekte der Veröffentlichung sind die relevanten Aspekte die sich Unternehmen im Rahmen von automatisierter Textgenerierung stellen müssen.

**Überthema:** Frage: Quellen/ Transparenz

**Unterthemen:** Kennzeichnung welche Teile automatisiert erstellt wurden

**Proposition (I.i.): Kritische Aspekte/ Frage nach Quellen und Transparenz**

Die durch die Fragestellung aufgeworfene Proposition zeigt Lösungsansätze in der folgenden Konklusion.

**Konklusion: Nachvollziehbarkeit für LeserInnen schaffen- Transparenz: Automatisierungsgrad und Datenbasis (J6:470-476)**

Das Zustandekommen der Texte, die Ausweisung der Quellen, bzw. der Datenbasis und den Grad der Automatisierung und des menschlichen Eingriffes sollen die Nachvollziehbarkeit des Zustandekommens der Texte herstellen.

Hier werden Aspekte, die zu Beginn des Interviews aufgeworfen wurden, wieder aufgenommen, wie sich in folgenden Abschnitten zeigt:

**Proposition: Unklarheit über den Automatisierungsgrad des Contents (J6:10-37)**

**Neg. Horizont: Verkaufen des Contents als angebliche Roboterleistung- „Innovation“ (J6: 23-31)**

**Konklusion: Problem der fehlenden Transparenz über Automatisierungsgrad - Daten- und Textstrukturebene (J6:31-37)**

**Neg. Horizont: Intransparenz der Contententwicklung – Entstehungsgründe und AutorInnen (J6:59-62)**

Die Konklusion „Nachvollziehbarkeit für LeserInnen schaffen- Transparenz: Automatisierungsgrad und Datenbasis“ ist als Abschluss zu begreifen, der auf die zu empfehlende Vorgehensweise verweist. Die Thematik der Nachvollziehbarkeit bildet innerhalb des Interviews eine Klammer, die weitere Themen und ethische Aspekte umschließt.

**(M) Ethische Zieldimension: Transparenz über das Zustandekommens des Contents schaffen (Daten und Algorithmen) (J6: 461-486)**

**Memo (J5/J6)**

Innovation liegt in Daten: Detailwissen zur Thematik, Güte der Daten, Vollständigkeit, Wissen um Bias, Schlüsse durch Menschen

Hilfestellung bei investigativen Vorgehen und Rechercheprojekte (Verknüpfung- Datenjournalismus)

Textgenerierung: Verwendung der Daten, Wissen um Nutzung und Ziele von textgenerierender Software

Vorarbeit, Ausgabe von Statistiken in Textform

Verantwortung: Einsatz in kontrollierbaren Use-Case, template-basierte Lösungen

## A7.2. Detaillierte Fallbeschreibung (C1/C2/J5/J6)

### A7.2.1. Vorgehen: Fallbeschreibung von C1 und identifizierte Orientierungsrahmen (O) und -Muster (M)

#### (O) Wertschöpfung in Medienunternehmen durch Algorithmen

##### (O) Wertschöpfung in Medienunternehmen durch Algorithmen

- **(M) Algorithmen als unterstützende Faktoren bei der Distribution von Content**

Proposition: Distribution von Content (AJ) (C1:12-17)

Pos. Horizont: Unternehmen- SEO-optimierte Inhalte (331-339)

Konklusion: Mehr Reichweite durch Algorithmen (C1:277-279)

Proposition: Werbung Digital und Print (265-259)

Pos. Horizont: Videos haben höheren TKP (260-276)

- **(M) Algorithmen als mögliche unterstützende Faktoren zur Traffic-Steigerung**

Proposition: Traffic-Steigerung (C1:17-31)

Beschreibung: Steigerung des Traffic durch Algorithmen (C1:17-31)

„mögliche“ durch neg. Horizont: Steigerung des Traffics: Überprüfbarkeit schwierig (C1:27-31).

- **(M) Algorithmen als unterstützende Faktoren im Arbeitsprozess durch Zeitersparnis: Texte auf Basis von Statistiken**

Pos. Horizont: Frei gewordene Zeit (Ressourcen) (C1:31-33)

Konklusion: Texte auf Basis von Statistiken (C1:366-371)

Differenzierung: Systeme die Korrelationen herstellen (371-377)

Proposition: Strukturiere Daten notwendig (C1:382-390)

**Proposition: Strukturiere Daten notwendig (C1:382-390)**

Pos. Horizont: Structured Journalism (C1:391-403)

##### (O) Qualität im Journalismus (allgemein)

- **(M) Mission: Hochwertiger Journalismus – Distribution mit A.**

Proposition: Trafficfaktoren (*-inhaltliche Parameter*) (C1:114-125)

Pos. Horizont: Mission: Qualitativ hochwertige Journalismus (C1:125-134)

( Distribution) – *LeserInnen mit Inhalt gewinnen*

Neg. Horizont: Stumpfe Pageimpressions (*Abgrenzung, Qualitätsanspruch*) (C1:125-134)

Konklusion: Plan: Ausstattung der Objekte mit inhaltliche Kriterien (C1: 147-154) (Distribution)

Beschreibung: Kein Projekt für AJ geplant, aber Thematisierung (C1:160-162)

Proposition: Transparenz (Quellen) (C1:471-479)

Der identifizierte Orientierungsrahmen „Wertschöpfung in Medienunternehmen durch Algorithmen“ wird durch die Bezugnahme auf die möglichen Leistungen und Einsatzgebiete von Algorithmen sichtbar. Der Orientierungsrahmen spannt sich als übergreifende Motiv über alle weiteren Orientierungshorizonte und –Motive, „wie Qualität im Journalismus (allgemein)“, Zukunftsperspektiven im Journalismus und Unsicherheitsfaktoren und deren Re-

duktionsmöglichkeit. Innerhalb der Zukunftsperspektiven werden Finanzierungstrends thematisiert. Qualitativ hochwertiger Journalismus soll gut distribuiert werden. Die LeserInnen sollen durch den Inhalt aufmerksam werden, dass wiederum mit den Finanzierungsmöglichkeiten wie Paywalls und Bespielung von Nischen die Orientierung „Wertschöpfung“ offenlegt.

**(O) Zukunftsperspektiven im Journalismus (bezüglich Algorithmen und Daten)**

- **(M) Zielgruppenorientiertheit: Weiterentwicklung des Content-Angebotes**

Konklusion: AJ (Daten) ermöglicht Content (den es vorher nicht gab) (C1:173-177)

Proposition: Umweltthema (C1:195-197)

Pos. Horizont: Interesse an regionalen Inhalten (C1:169-171)

Konklusion: Wettbewerbsvorteil durch Daten und interaktive Projekte (C1:200-220)

Pos. Horizont: Schwedisches Beispiel: Immobilien (C1:197-200)

Beschreibung: Contentdistribution (C1:227-232)

Proposition: Nischen vs. General Interest (C1:237-245)

Konklusion: Trend: Weniger Anzeigenfinanzierung- mehr LeserInnenfinanzierung (C1:247-249)

Konklusion: Vertiefte Information- kleinere Zielgruppe (C1:344-346)

Proposition: Paywalls (C1:310-329)

Vertiefte Inhalte, die für eine kleinere Zielgruppe nützlich ist, soll so finanziert werden. Zusätzlich zeigt sich hier die starke Fokussierung auf die Zielgruppe und ihre Bedürfnisse nach spezifischen Inhalten. Hier kommt zum Tragen, dass besonders regionale Inhalte für Menschen von Interesse sind und so Content erzeugt werden kann, der bisher in solchem Ausmaß aus Ressourcengründen nicht möglich gewesen wäre. Erst durch die Verbindung von guten Content-Distributionsmöglichkeiten durch Algorithmen, wie die Bespielung von Plattformen und Nischenthemen, oder automatischen Erstellung von Inhalten für regionale Inhalte und Umweltdaten, sowie frei zugängliche Einstiegsinhalte die zu vertieften (kostenpflichtigen) Inhalten weiterleiten können, ergibt sich das „journalistische“ Potential der Algorithmen, die letztendlich ein Wahrnehmen der Zielgruppenbedürfnisse darstellt und die Generierung einer Wertschöpfung für das eigene Unternehmen, bzw. für die Redaktion.

- **(M) Weiterentwicklung des Tätigkeitsfeldes „Journalismus“: Bridgeroles (News-Room/ Business-Development)**

Pos. Horizont: Begeisterung für AJ-Projekte anderer Medienhäuser (C1:162-165)

Proposition: Zugänglichkeit von Daten (Immobilien, An- und Verkauf) (C1:167-172)

Proposition: Berufsbilder durch digitale Transformation (C1:606-619)

*Bridge Roles: Überschneidungen zw. Newsroom / Business Development.*

Differenzierung: Produkte mit Wertekompass vereinbar (C1:619-633)

Konklusion: Nischen für den Verlag (C1:633-642)

- **(M) Finanzierungstrends: Qualitativ- LeserInnenfinanziert/ Werbefinanziert**

Konklusion 1: Rentabilität durch Masse: Werbefinanziert (C1:300-301)

Neg. Horizont: Geringerer inhaltlicher Wert (durch Masse aufgewogen) (C1:281-286) (AJ)

Differenzierung: AJ: Höhere Contentmenge (C1:291-292)

Konklusion 2: Rentabilität durch Inhalte: LeserInnenfinanziert (die Inhalte brauchen) (C1:302-303)

Pos. Horizont: Finanzierbarkeit: Plattformen mit kleinen Einheiten (Nischen) - Reichweite (C1:292-299) (Nischen)

In den Zukunftsperspektiven erfolgt der Fokus auf die Thematisierung von Algorithmen in der eigenen Redaktion und die möglichen Weiterentwicklungen der Tätigkeitsbereich von JournalistInnen. Der Zugang zu Daten stellt hier ein wichtiges Element bei den Zukunftsperspektiven dar und, dass die produzierten Inhalte mit den Unternehmenswerten vereinbar sein sollen. Zusätzlich werden Finanzierungstrends eruiert (LeserInnenfinanziert vs. Werbefinanziert).

**(O) Unsicherheitsfaktoren (bezüglich Algorithmen)**

- **(M) Technologiebewusstsein/ -Wissen als fehlend**

Neg. Horizont: Reibungsverluste durch Trennung von Redaktion und Verlag (C1:580-592) (Wissensasymmetrien- Daten-Know-How, Kenntnisse über Wissensbestände im Unternehmen)

- **(M) Fehlendes Datenbewusstsein/ Auseinandersetzung mit Datensicherheit**

Neg. Horizont: Fehlendes Datenbewusstsein (C1:418-435)

- *bez. Datenquellen und Einschätzung von Plattformen*

Konklusion: AJ als hinzukommender Teilbereich (C1:436-453)

- JournalistInnen die wissen wie man die AJ-Regeln befolgt

Neg. Horizont: Kaum Beleuchtung von Datensicherheit und- Privacy (C1:575-580) – *2/3 der M-Unternehmen keine Strategie zur Datenschutzgrundverordnung*

- **(M) Arbeitsdruck durch Algorithmen (Konkurrenz)**

Neg. Horizont: Wahrnehmung als Bedrohung (C1:437-453)

Proposition: Stimmungslage im Newsroom zu AJ (C1: 460-470)

Neg. Horizont: Angst und verletzter Stolz (Jobverlust) (C1: 462-470)

Proposition: Transparenz (C1:471-479)- AJ für LeserInnen kein Problem

- **(M) Grenze: Inhalte über Menschen**

Konklusion: Medienrecht: Konkrete Tatbestände noch nicht vorhanden (C1:545-552)

Neg. Horizont: Grenze: Inhalte über Menschen (C1:491-502)

Neg. Horizont: Medienrechtliche Problemstellungen (C1:504-526)

Differenzierung: Nationale Unterschiede im Umgang mit Daten (C1:558-569)



## Unsicherheitsfaktoren

Unsicherheitsfaktoren vereinen medienrechtliche Fragestellungen und Wissensasymmetrien in Unternehmen bezüglich AJ. Angst aber auch verletzter Stolz, die Maschine würde die eigene Arbeit übernehmen, wurden vom Teilnehmer im Rahmen seiner Beobachtungen geschildert. Das Verhältnis von AJ und Mensch scheint als Konkurrenz konstruiert zu werden. Die Transparenzthematik schließt an die Thematik an und spannt den Bogen zum Qualitätsjournalismus und die Nachvollziehbarkeit der Berichterstattung durch die Transparenz der Daten. Fehlendes Datenbewusstsein und Datensicherheit/ Privacy sind ein weiterer Unsicherheitsfaktor in Bezug auf AJ.

### **(O) Strategien zur Senkung von Unsicherheitsfaktoren/ Risiken**

- **(M) Anwendungssicherheit der Software (AJ)**

Konklusion: Bewusstsein und Empathie: Angebote schaffen die in Anwendung sicher sind (C1:525-537)

- **(M) Expertise im Umgang mit AJ**

Konklusion: Personen (Führungspersonen) notwendig mit Daten-Know-How (C1:596-601)

*Bezug zu: (M) Fehlendes Datenbewusstsein*

### **Strategien zur Senkung von Unsicherheitsfaktoren/ Risiken**

AJ wird ohnehin zu bestehenden Bereichen hinzukommen. Probleme beim Einsatz würden sich bei der Berichterstattung über Personen ergeben und die sich darin eingelagerten Persönlichkeitsrechte einzelner, nationale Unterschiede im Umgang mit Daten und der Bereitschaft von Privatpersonen ihre Daten zu Verfügung zu stellen, sowie der Umgang mit Daten die bereits zur Verfügung stehen. Als künftige Lösungsversuche zeigen sich in der Schaffung anwendungssicherer Angebote und der Einsatz von Personen mit fachlicher Expertise im Umgang mit AJ. Das Bewusstsein für Daten ist wichtig und Überlegungen wie mit AJ umgegangen werden soll und nicht „*wie die 3 Affen sich hinsetzen und irgendwie nix sehen, nix hören wollen und nicht drüber reden wollen*“ (C1:448-449).

## **A7.2.2. Vorgehen: Fallbeschreibung von C2 und identifizierte Orientierungsrahmen (O) und -Muster (M)**

### **(O) Algorithmen als Produkt und Werkzeug**

#### **(M) Algorithmen als unterstützende Tools im begrenzten Use-Case**

- Beschreibung: Befassung mit Bedeutung von AJ als Produkt (C2:12-17)
- Differenzierung: B2B-Unternehmen: Produkt- bergrenztes Use-Case (C2:17-28)
- Beschreibung: Intention der Entwicklung: Tool zur Contentgenerierung (C2:32-41)
- Neg. Horizont: Ersetzen der eigenen Textproduktion (C2:41-51)

Der Orientierungsrahmen „Algorithmen als Produkt und Werkzeug“ vereint die Orientierungsmuster der unterstützenden Algorithmen und den Fokus darauf, dass es sich um menschliche Erzeugnisse handelt. Die Intention der Entwicklung eines Prototyps ist die des „Tools“ zur Contententwicklung und nicht der Ersatz der Contentproduktion.

#### **(M) Algorithmen als kollaboratives Produkt mit inhärentem journalistischen Fachwissen und Programmierung**

- Differenzierung: Fokus auf Algorithmerstellung (I.i.) (C2:58-64)
- Pos. Horizont: Prototyp als kollaboratives Produkt (C2:64-81)
- Neg. Horizont: Maschine ohne Mensch ist dumm (C2:72-74)
- Differenzierung: Derzeit nur ein Prototyp (C2:88-91)
- Pos. Horizont: AJ als journalistische Leistung/ Entwicklungsleitung des Unternehmens (C2:92-107)

#### **(M) Notwendigkeit menschlicher Instruktionen**

- Konklusion: N.N.: Instruktion von Menschen notwendig (C2:110-119)
- Beschreibung: Konkrete und ausreichende Daten wären notwendig (C2:116-125)
- Pos. Horizont: Mensch schreibt vielfältig (C2:120-125)

Innerhalb des Orientierungsrahmens „Algorithmen als Produkt und Werkzeug“ werden jene Orientierungsmuster sichtbar die Algorithmen wiederum als menschlich erzeugte Produkte verstehen. Die Software für AJ, bzw. ein Prototyp ist ein kollaboratives Produkt zwischen journalistischen Fähigkeiten und Programmierung. Die Notwendigkeit einer menschlichen Kontrollinstanz scheint dadurch in weiterer Folge als selbstverständlich, da menschliche Instruktionen für die „Maschine“ notwendig sind um brauchbaren Content zu produzieren. Die menschliche Tätigkeit ist vielfältig im Gegensatz zur Maschine und so zeigt sich hier bereits die Grenze der Fähigkeit der Maschine die ohnehin ohne den Menschen „dumm“ ist. Dies untermauert den werkzeughaften Charakter der Algorithmen und verweist so auf das vorangegangene „Orientierungsmuster Algorithmen als vom Menschen erzeugtes kollaboratives Produkt“.

## (O) Wertschöpfung

### (M) Notwendigkeit von Datenstrategie

- Konklusion (Zusammenfassend): Datenstrategie für Unternehmen notwendig (C2:136-154) - *Frage der Wertschöpfung (Datenerhebung, Dateninvestition)*

### (M) AJ ermöglicht zusätzlichen Content (Zielgruppenorientiertheit)

- Pos. Horizont: AJ bei Content sinnvoll den es noch nicht gibt (C2:181-184)
- Neg. Horizont: Grenzen der maschinellen Leistung im Vergleich zur journalistischen Kür und Pflicht (C2:185-205)
- Konklusion: Lokalere mit weniger Ressourcen u. personalisierte Berichterstattung profitieren (C2:207-216)- *granularer und personalisierter Content möglich*

Im Orientierungsrahmen der „Wertschöpfung“ werden die Notwendigkeit einer Datenstrategie, die positiv zur Wertschöpfung im Unternehmen beitragen kann, und mögliche Vorteile durch den Einsatz von Algorithmen vereint. Hier steht das Anbieten von zusätzlichem Content im Vordergrund der durch AJ ermöglicht werden soll. Besonders lokale Berichterstattung und/ inkl. personalisierte Inhalte die über wenig personelle und finanzielle Ressourcen verfügen könnten von AJ profitieren. Das ist darüber hinaus auch eine Reaktion auf die Bedürfnisse des Publikums. Es gebe Nachfrage nach granularen und personalisierten Content. Die menschliche Leistung, die journalistische Kür und Pflicht, steht über der Leistung der „Maschine“. Im Vergleich mit „Algorithmen als Tools“ ist der Mensch deutlich als positiver Vergleichshorizont gegenüber der Maschine sichtbar (C2:120-125).

### (M) AJ als Unterstützung bei der Distribution von Content

- Beschreibung: Unterschiedliche Varianten des Contents auf unterschiedlichen Kanälen (C2:224-235)
- pos. Horizont: Entlastung von JournalistInnen (C2:229-235) –*Bespielung von Social Media*

### (M) AJ als Unterstützung bei der Distribution von Content (R.)

- Proposition: Diskurs-Shift in AJ-Praxis (C2.R: 5-7)
- Algorithmen als dienstleistendes Element (C2.R.: 8-12)  
- *Automatisierung von Workflows*

Innerhalb der Wertschöpfung eröffnen sich Orientierungsmuster bezüglich der Distribution von Content als Einsatzgebiet von Algorithmen. Dazu gibt es folgende Zusammenhänge zwischen Textgenerierung und Distribution: Verschiedene Varianten des gleichen Contents können auf unterschiedlichen Kanälen verteilt werden. Das würde JournalistInnen entlasten. Innerhalb des Orientierungsrahmens wird der unterstützende Aspekt der Content-Distribution wieder aufgenommen und innerhalb eines Diskurs-Shifts des Algorithmischen Journalismus von Textgenerierung hin zur Distributionsfunktion von Algorithmen und Automatisierung von Workflows (Algorithmus als dienstleistende Elemente) geklärt.

**(M) Algorithmen als unterstützende Faktoren (Tools) im Arbeitsprozess in Verarbeitung großer Datenmengen**

- Pos. Horizont: Unterstützung durch Algorithmen in der Verarbeitung großer Datenmengen (C2:260-279)- *Maschine und. Mensch: Nutzung der Maschine*

**(M) Algorithmen: Algorithmen: Einsparungspotential nur relativ (Personal, Initialaufwand)**

- Neg. Horizont: Angebliche Wegrationalisierung von Arbeitskraft (C2:313-318)
- Konklusion: Initialaufwand enorm- Ersparnis relativ (C2: 319-335)

Im weiteren Verlauf des Orientierungsrahmens Wertschöpfung wird die Unterstützung als Tool hervorgehoben, insbesondere in der Verarbeitung großer Datenmengen, die für Menschen so nicht zu bewerkstelligen ist. Die Nutzbarkeit tritt dabei hervor. Das Einsparungspotential ist dagegen relativ. So verliert die „Wegrationalisierung von Arbeitskraft“ an Relevanz, denn der Initialaufwand von AJ ist enorm. Der werkzeughafte Charakter, wie er nun mehrmals im Kontext von „Wertschöpfung“ hervortritt, erklärt den negativen Horizont der „Angeblichen Wegrationalisierung von Arbeitskraft“.

**(O) Zukunftsperspektiven im Journalismus**

**(M) Veränderung der Werkzeuge im Journalismus**

- Beschreibung: Journalistische Tätigkeiten bleiben (C2:343-347)  
*wie Informationen verarbeiten, hinterfragen, erklären*
- Konklusion: Nicht der Journalismus- die Werkzeuge ändern sich (C2:348-352)

**(M) Anforderungen an JournalistInnen bez. AJ: Able UserInnen bez. AJ und Daten**

- Proposition: Datenthemen gefragt in Weiterbildungsoffensive (C2:359-366)
- Proposition: Able UserInnen im Umgang mit AJ (C2:372-379)
- Konklusion: Journalismus als spezialisierter Beruf (C2:379-385)

**(M) AJ als spezialisierter Bereich im Journalismus**

- Proposition: Spezialisierung im Journalismus (C2:392-406)
- Beschreibung: Begriffe für neue Bereiche fehlen (C2:411-416)

Innerhalb der Zukunftsperspektive zeigt sich, dass sich nicht der Journalismus nicht ändert, sondern die Werkzeuge mit denen gearbeitet wird. Die Anforderungen zeigen sich bezüglich AJ darin, dass möglichst „Able UserInnen“ erwünscht sind, die mit den Grundlagen der Funktionsweise von AJ vertraut sind. Innerhalb von Weiterbildungsoffensiven ist besonders das „Datenthema“ für JournalistInnen wichtig. Der Journalismus ist selbst bereits ein spezialisierter Bereich. AJ könnten eine weitere Spezialisierung im Journalismus darstellen, in denen diese „Able UserInnen“ tätig werden.

## **(O) Qualitative Ansprüche in der Contentproduktion**

### **(M) Die Güte menschlich generierten Contents**

- Proposition: Content- Ersatz durch AJ wäre qualitativer Abstrich (C2:424-436)
- Proposition: Transparenz (Ausweisung der Texte) (C2:436-442)
  - *Goldene Regel des Qualitätsjournalismus*

### **(M) Anforderungen an JournalistInnen bez. AJ: Journalistische Skills und Wissen um Funktionsweise**

- Beschreibung: Journalistische Skills und Wissen um Funktionsweise (C2:586-600)
  - *Skepsis und der Wille Inhalte zu überprüfen/ Able UserInnen (AJ)*

Maschinell und menschlicher Content konstituieren sich in dem Orientierungsrahmen „Qualitative Ansprüche in der Contentproduktion“ aber auch innerhalb des Orientierungsrahmen „Wertschöpfung“ als nicht gleichwertig. Der Schwerpunkt auf Qualität zeigt sich in der Auseinandersetzung mit dem Einsatz von maschinell erstellten Content und, dass die einen qualitativen Abstrich bedeuten würde. Das dahinter liegenden Konzept der „Qualität“ erweist sich im Vergleich innerhalb des Orientierungsrahmens „Wertschöpfung“ als erklärend. Die Algorithmen sind kollaboratives Produkt von Menschen (C2:64-81) und können JournalistInnen in ihrer Arbeit unterstützen, vor allem in der Verarbeitung großer Datenmengen (C2:260-279). Die Grenzen der maschinellen Leistung werden im Vergleich zur journalistischen Kür und Pflicht greifbarer (C2:185-205). Ein Hinweis auf die „Journalistische Kür“ liefert das Orientierungsmuster „(M) Notwendigkeit menschlicher Instruktionen“, in dem der pos. Horizont des Menschen der vielfältig schreibt, im Gegensatz zur Maschine, die ohnehin als Werkzeug begriffen wird (C2:120-125). Sinnvoll erscheint daher den Einsatz von AJ für Content den erst durch Algorithmen ermöglicht wird, also die Schaffung zusätzlichen Angebotes, Content den es so noch nicht gibt (C2:181-184).

Innerhalb der „Güte menschlich generierten Contents“ erscheint die Transparenz, also die Ausweisung der Texte als maschinell erzeugte, mit der Qualität verknüpft und wir zugleich im Muster der „Güte menschlich generierten Contents“ konstituiert.

Der Qualitätsaspekt tritt bei den Anforderungen an JournalistInnen (die in diesem spezialisierten Bereich arbeiten könnten), in den Vordergrund. Journalistische Kenntnisse und Fähigkeiten (*Skepsis und der Wille Inhalte zu überprüfen*) sind genauso Grundlage zu Verwendung von AJ, so wie auch die Anforderung der „Ablen UserInnen“, die zugleich in den Zukunftsperspektiven und im Rahmen der Weiterbildungsmaßnahmen behandelt werden (C2:372-379 /359-366).

## (O) Qualitative Ansprüche in der Contentproduktion

### (M) Mensch als notwendige Instanz: Qualitätssicherung

- Proposition: Qualitätssicherungs- Prozesse als offenes Thema (C2:610-621)
  - *Stellung von Fragen zu Qualitätskriterien und –Kontrolle*
- Neg. Horizont: Falsche Sicherheit bei möglichen Fehlern (C2:622-629)- *Fehler auch im automatisierten Kontext möglich*
- Konklusion: „Ohne Mensch geht es nicht“ (C2:631-635) – *Kontrolle*

### (M) Content: Verantwortung der Medienunternehmen (Content)

- Beschreibung: Datenfülle-> Fehlerpotenzierungsmöglichkeit (C2:642-647)
- Konklusion: Verantwortung der Medienunternehmen (C2:654-662)
- Neg. Horizont: Euphorie und Verantwortung (C2:662-669)
  - *Verknüpfung zu Qualitätsansprüche/ Journalistische Verantwortung gg. Der Gesellschaft*

Innerhalb der „qualitativen Ansprüche in der Contentproduktion“ und im Vergleich mit der vorangegangenen Ausverhandlung von Qualität im Journalismus, die in erster Linie eine menschliche Leistung ist (C2:424-600), wird das Thema Qualitätssicherung aufgeworfen. Kriterien und Kontrolle zur Qualitätssicherung stellen die menschl. Komponenten in den Vordergrund. Dies weist auf eine kontrollierende Instanz des Menschen hin und „dass es ohne Mensch nicht geht“ neben der Warnung sich in falscher Sicherheit zu wiegen, dass durch den Einsatz keine Fehler mehr passieren könnten (C2:610-635). In Bezug auf die Qualitätssicherung wird die Thematik der Verantwortung der Medienunternehmen abgehandelt, auch bei Fehlern die durch die Contentproduktion entstehen können. Hier ist wird als mögliche Gefahr die Potenzierung von Fehlern beschrieben, die in der Fülle erst durch AJ möglich sein könnte. An diese Stelle folgt die Konklusion, die die Notwendigkeit des Menschen als (kontrollierenden Instanz) aufzeigt (C2:631-635).

Damit wird die Euphorie um die Innovation AJ hinterfragt und Verantwortung des Menschen und die gesellschaftsrelevante journalistische Tätigkeit betont (C2:662-669).

## (O) Wertschöpfung

### (M) Potential durch Daten öffentlicher Stellen für Berichterstattung

- Konklusion: Potential durch Open Data und Daten öffentlicher Stellen (C2:683-695)
  - *Verknüpfung mit journalistischer Verantwortung*
- Differenzierung: Datenzugang- in Österreich schwierig (C2:693-695)
- Konklusion: Verantwortung der Regierung (Daten als Allgemeingut) (C2:700-726)

Der Orientierungsrahmen Wertschöpfung lässt sich um die explizite Datenthematik erweitern, die mit *journalistischer Verantwortung* verknüpft ist. Dies ist verknüpft mit dem Potential durch Open Daten und Daten öffentlicher Stellen, die in Österreich aber schwer zugänglich sind, die aber ein Allgemeingut darstellen sollten (C2:683-726).

### A7.2.3. J5 inkl. Reaktion

#### (O) Transparenz und Klärung bezüglich des Einsatzes- Entmystifizierung

**(M) Roboterjournalismus – sich als innovativ präsentieren (J5:13-26)**

**(M) Roboterjournalismus- wenig Transparenz nach Außen über Verwendung und Funktion (J5:26-36)**

- Angst vor Jobverlust
- Begeisterung für Technologie
  
- Proposition: Positionierung von Medienunternehmen und ihre Gestaltung des Journalismus in Zukunft (J5:9-13)
- Proposition: Roboterjournalismus als Innovation (J5:13-26)
- Neg. Horizont: Fehlende Transparenz bez. der Innovation(J5:26-31)
- Konklusion: Begeisterung aber Angst vor Jobverlust (J5:32-36)

Das Interview von J5 zeichnet sich durch eine enorm hohe inhaltliche Dichte aus. Zunächst wird die Thematik der Innovation geklärt. „Roboterjournalismus“ ist eine Möglichkeit sich als Unternehmen innovativ zu zeigen. Gleichzeitig wird die Verwendung und Klärung des Einsatzes von fehlender Transparenz begleitet.

**(M) AJ als Softwareleistung, N.N. (J5:398-405)**

**(M) Mystifizierung und Entmystifizierung der Technologie- Wahrnehmung durch das Publikum (J5:405-419)**

- Proposition: Klarheit über Nicht-Lebendigkeit von Software (N.N.) (J5:398-405)
- Differenzierung: Mystifizierung: Innovative Außerwirkung (J5:405-407)
- Differenzierung: Entmystifizierung - Aber Maschine als „Lebewesen“ nimmt Angst (J5: 408-411)
- Konklusion: Achtsamkeit bez. Folgen bei Publikum -*Wahrnehmung, Bewusstsein gg. AJ* (411-419)

**(M) Klärung des Einsatzes und des Stellenwertes von AJ (J5:450-485)**

- Urheberrecht der Inhalte, Gestaltung der Quellenangabe, Grad an Selbständigkeit der Maschine, Trainingsdaten
  
- Proposition: Notwendigkeit der Klärung des Stellenwertes von AJ für das Unternehmen –*Anthropomorphismen* (J5:440-449)
- Proposition: Programmierung und bewusster Einsatz von AJ – *Ethik* (J5:450-485)

Die Klärung des Stellenwertes von Algorithmen in der Textproduktion wird deshalb auch hervorgehoben. Insbesondere die Entmystifizierung von dieser Technologie sollte sich im Klarwerden über die Technologie vollziehen. Im Orientierungshorizont, der hervortritt, zeigt sich die Transparenzfrage und Entmystifizierung dahingehend, dass ein mystifiziertes Bild von Algorithmen und Neuronalen Netzwerken im gesellschaftlichen Kontext vorhanden ist. Diesem Bild ist mit Transparenz und der Klärung des Einsatzes beizukommen um es zu berichtigen. Erst dann sind die wichtigen Fragen zum Implementierung wie die Klärung des Einsatzes (J5:450-485) und die rechtlichen Rahmenbedingungen, Trainingsdaten und

Quellenfrage möglich. Diese Fragestellungen leiten in die nächste Themenstellung ein, die einen weiteren Orientierungshorizont sichtbar macht.

### **(O) Notwendige Sicherheitsfragen bei der Anwendung neuronaler Netzwerke**

#### **(M) Verlässlichkeitsfrage bei fehlender Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen**

**(AI) (J5:87-131)**

- Verantwortung übernehmen

#### **(M) Menschen (J5:132-142)**

#### **(M) Risiken: Verlässlichkeit der Richtigkeit von Inhalten (Fakenews) (J5:167-190)**

##### **(M) Reduktion von Unsicherheitsfaktoren:**

- Wissen um Funktion der Software und AI (J5:149-152)
- Überprüfung (J5:190-196)
- Ziel: Kooperative Verwendung (J5:153-167)
- Proposition: Risiken von AI (I.i) (J5:144-149)
- Proposition: Wichtigkeit des Wissens um Lernfähigkeit und Funktion von Algorithmen (*Neuronales Netzwerk*) (J5:149-152)
- Proposition: Kooperative Toolverwendung zur redaktionellen Unterstützung (*Übersetzungen, Überprüfung von Inhalten/ Recherche*) (J5:153-167)
- Neg. Horizont: Richtigkeit der Inhalte und Gefahr von Fakenews (*Neuronales Netzwerk- selbstständige Informationssuche*) (J5:167-190)
- Konklusion: Begrenztes Use-Case: Daten- und Zugriffssicherheit (N.N.) (J5:190-196)

#### **(M) Unsicherheitsfaktoren: Gewichtung und Einordnung von Inhalten (AI) (J5:493-500)**

- Social- Media-Inhalte

#### **(M) Reduktion von Unsicherheitsfaktoren (J5: 543-560)**

- Schutz vor Zugriff Dritter (Schutz vor Manipulation und Fakenews)
- Entscheidung für Begrenztes Use-Case (sinnvoller Einsatz)
- Proposition: Unklarheit- Gewichtung und „Interpretation“ von Inhalten – *Mensch und N.N.* (J5: 493-500)
- Proposition: AI - Einbeziehung von Social-Media (J5:541-560)
- Negativer Horizont: Gefahren der Manipulation einer KI - *Fakenews, Manipulation der KI, Inhalte über Menschen* (J5: 543-560)

In diesem Orientierungshorizont, zeigt sich sehr anschaulich, dass der Einsatz von neuronalen Netzwerken mit einer zu klärenden Sicherheitsfrage einhergeht. In diesem Orientierungsrahmen werden Problemstellungen aber auch ihre Lösungen thematisiert. Im Vordergrund steht die fehlende Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen, die das neuronale Netzwerk trifft. Das ist insofern ein Problem, da parallel dazu angenommen wird, dass diese eigenständig Informationen suchen und Social Media Kanäle durchstöbern. Die Gewichtung von Inhalten und ihre Einordnung ist nur durch den Menschen möglich und kann nicht ausgelagert werden um mögliche Gefahren (Manipulation u. Fakenews) abzuwenden. Die Anwendung im begrenzten Use-Case und Schutz vor Dritten kann hierbei unterstützen.



## **(O) Sinnvolle Einsatzgebiete: Begrenztes Use-Case (Sicherheit)**

### **(M) Einsatz für Entlastung sinnvoll (J5:41-57)**

- Redundante Tätigkeiten

### **(M) Begrenztes Use Case (J5-R.:55-66)**

- Proposition: Ethische Grenzziehungen (J5-R.:55-66)
- Konklusion 1: Technikgläubigkeit überwinden um Nutzung zu ermöglichen (J5-R.:56-59)
- Konklusion 2: Kontrollierte Bereiche (nicht bei Politik) und Ausweisung des Contents (J5-R.:60-66)

### **(M) Skills: Bewusstsein über Ziel, Einsatz und Nutzen (J5-R.:45-52)**

- Proposition: Skills –*Bewusstsein über Ziel, Einsatz und Nutzung* (J5-R.:45-52)
- Konklusion: Verwendung als Werkzeug (J5-R.:49-52)
- Differenzierung: ExpertInnen: Wartung, Design und Implementierung (J5-R.:49-51)

Die Einschränkung auf sinnvolle Anwendungsbereiche ist ein wichtiger Sicherheitsfaktor. Die Entlastung von redundanten Tätigkeiten ist erwünscht und auch vorstellbar. Was bedeutet aber der sinnvolle Anwendungsbereich konkret? Kritische, bzw. sensible Bereiche wie politische Themen sollten nicht automatisiert erstellt werden. Zusätzlich soll automatisch produzierter Content gekennzeichnet werden. Im sinnvollen Einsatzgebiet muss auch der Umgang von JournalistInnen mit der Technologie berücksichtigt werden. Ein Bewusstsein für das Ziel, Einsatz und Nutzen müssen bewusst sein. Die Verwendung als Tool ist hier die Konklusion.

## **(O) Anthropomorphismen: Mensch- Maschine- Konkurrenz**

### **(M) Wegfall einfacher Tätigkeiten führt zur höherer Kompetitivität (J5:58-85)**

- Steigende Anforderungen
- Proposition: Sinnvolles Ersetzen von Tätigkeiten (J5: 41-85)
- Pos. Horizont: Entlastung von redundanten Tätigkeiten (J5:46-57)
- Differenzierung: Wegfall geistiger Flucht im (niedergradigen) Tätigkeitsfeld (stärkere Kompetitivität) (J5:58-85)

### **(M) Risiken: Konkurrenz –Roboter vs. Mensch durch Bewertung und Vermenschlichung (J5: 367-383)**

### **(M) Reduktion von Unsicherheitsfaktoren durch Verwendung als Tool (J5: 384-391)**

- Proposition: Roboter als Konkurrenz – *Anthropomorphismen* (J5:367-379)
- Konklusion: Konsequenz: Konkurrenz mit der Maschine – *Anthropomorphismen* (J5:370-391)
- Neg. Horizont: Vergleich der Leistung durch das Publikum- „*Mensch in Konkurrenz mit der objektiven Maschine*“ (J5:374-383)
- Konklusion: Verwendung als Tool – statt als „KollegIn“ – *Anthropomorphismen* (J5: 384-391)

Innerhalb diesen Orientierungsrahmens, zeigt sich die mögliche Kehrseite der Vermenschlichung durch Technologie und die Problemlagen, wenn bestimmte Tätigkeiten automatisiert werden. Zwar können Algorithmen mühsame Tätigkeiten übernehmen, aber sie nehmen auf gleichzeitig die Möglichkeit einer geistigen Flucht in die einfacheren Tätigkeiten. Das führt dazu, dass bestimmten Fähigkeiten erweitert müssen um im kompetitiven Umfeld mithalten zu können. Besteht über die Technologie keine Transparenz was sie ist, wird sie mystifiziert und vermenschlicht, ist eine Konkurrenzsituation zwischen Mensch und Maschine denkbar, ausgelöst durch die Bewertung des Publikums wie es in der Konklusion „Achtsamkeit bez. Folgen bei Publikum -Wahrnehmung, Bewusstsein gg. AJ (411-419)“ behandelt wird. Die Orientierungsrahmen:

**(O) Anthropomorphismen: Mensch- Maschine- Konkurrenz**

**(O) Transparenz und Klärung bezüglich des Einsatzes- Entmystifizierung**

zeigen somit wichtige Verbindungspunkte auf, in der die Transparenz über die Technologie selbst als Basistype begriffen werden kann.

**(O) Zukunftsperspektiven: Neues Konzept des Journalismus**

**(M) Zukunftsentwürfe zum Journalismus**

- Neues Konzept (J5: 610-612/622- 628)
- (Erfahrungs-) Austausch zwischen Medienunternehmen (J5:613-622)
- Journalismus von Menschen für Menschen (J5:628-640)
  
- Proposition: Zukunft- Journalismus (J5:609-640)
- Pos. Horizont: JournalistInnen – wenig Scheu vor Neuem und spielerischer Umgang (J5:610-612)
- Differenzierung: Erfahrungsaustausch der Medienunternehmen- gemeinsame Schritte (J5:613-622)
- Proposition: Journalismus neu denken- *Arbeitsplätze einsparen* (J5:622- 628)
- Konklusion: Journalismus von Menschen für Menschen – *Vorteile von AJ – Rolle von Menschen* (J5:628-640)

**(M) Trennung der Arbeitsbereiche (J5-R.:49-51)**

- JournalistInnen: Verwendung als Tool - ExpertInnen für Wartung

In diesem Orientierungsrahmen geht deutlich hervor, dass sich das Konzept des Journalismus neu gedacht werden muss. Ob dies durch die Automatisierungsprozesse ausgelöst wird oder aus anderen Gründen erfolgt, geht aus dem Interview nicht hervor. Zum neuen Konzept, und das kann als Ergebnis bereits verstanden werden, ist eine Form der Rückbesinnung auf den von Menschen gemachten Journalismus, in dem die menschlichen Fähigkeiten voll zum Tragen kommen. Die Nutzung von AJ als Tool und die Beibehaltung der menschlichen Fähigkeit, in dem JournalistInnen eben nicht ersetzt werden (können) ist ein

realistisches Szenario. Verbunden werden können mit den Zukunftsentwürfen die notwendigen Skills und die möglichen Gefahren und Unterstützung durch Algorithmen.

### **(O) Bedeutung von „menschlichen“ Journalismus**

**(M) Bedeutung des Journalismus: Kontextualisierung und Verantwortung im Umgang mit AJ (J5-R.:7-20)**

**(M) Effizientes Arbeiten mit AJ ermöglichen durch Transparenz über die Technologie (J5-R.:7-20)**

- Proposition: Klärung der Bedeutung des Journalismus- *Kontextualisierung* (J5-R.:7-20)
- Differenzierung: Journalismus: Kontextualisierung und Verantwortungsbewusstsein (J5-R.:10- 15)
- Konklusion: Transparenz über das Tool für effizienteres Arbeiten (J5-R.:15-20)

**(M) Journalistische Aufgabe: Erfassen und Klären von Zusammenhängen: Daten (J5-R.:22-43)**

**(M) AJ- Gesamtkonzept: Zielsetzung von Unternehmen und Journalistischen Selbstverständnis (J5-R.:22-43)**

- Proposition: Erkenntnis - Missverständnis der Datenwahrheit (J5-R.:22-43)
- Konklusion 1: Fokus auf journalistische Tätigkeit- Erfassen und Klären von Zusammenhängen - *und Renaissance von ExpertInnen* (J5-R.:26-31)
- Konklusion 2: Automatisch erstellte „Grundlagenmeldung“ kostenfrei und erweiterte kostenpflichtig (J5-R.:31-35)
- Neg. Horizont: Kein „perfekter“ Algorithmus möglich (J5-R.:35-40)
- Konklusion 3: Basis von AJ als Gesamtkonzept-Auseinandersetzung mit journalistischen Selbstverständnis und Zielsetzungen des Unternehmens (J5-R.:38-43)

In Bezug auf automatisierte Prozesse und Leistungen einer „Maschine“, wird die Bedeutung des Journalismus und die Aufgabe von Menschen in diesen Kontext geklärt. In diesen Orientierungsrahmen wird eine Verknüpfung zur Transparenz über die Technologie wieder hergestellt. Die Transparenz macht die Arbeit mit AJ als Tool erst möglich. Die Aufgaben, wie das Erfassen und Klären von Zusammenhängen fallen in das journalistische Selbstbild und werden auch diese Aufgabe wahrgenommen. Als mögliches Zukunftsszenario zeigt sich die Unterscheidung von kostenfreien „Grundlagenmeldungen“ und kostenpflichtige Erweiterung, die nicht automatisiert erstellt werden. Hier zeigt sich eine (Ab-)Wertung von automatisiert erstellten Content und die (Auf-) Wertung menschlich generiertem.

#### A7.2.4. J6

##### (O) Transparenz zum Einsatz und Content-Entwicklung

###### **(M) Transparenz über Automatisierungsgrad des Contents schaffen (J6:10-37)**

- Proposition: Unklarheit über den Automatisierungsgrad des Contents (J6:10-37)
- Neg. Horizont: Verkaufen des Contents als angebliche Roboterleistung- „*Innovation*“ (J6: 23-31)  
Konklusion: Problem der fehlenden Transparenz über Automatisierungsgrad - *Daten- und Textstrukturebene* (J6:31-37)

###### **(M) Ethische Problemstellungen: Intransparenz der Content-Entstehung und Bias in Datensätzen (J6:39-62)**

- Proposition: Journalistische Ehrencodexes – *Ethik, Transparenz* (J6:39-59)
- Neg. Horizont: Vervielfältigung von bestimmten Spins durch Automatisierung – *soziale Themen* (J5:49-58)
- Neg. Horizont: Intransparenz der Content-Entstehung – *Entstehungsgründe und AutorInnen* (J6:59-62)

###### **(M) Ethische Zieldimension: Transparenz über das Zustandekommens des Contents schaffen (Daten und Algorithmen) (J6: 461-486)**

- Proposition (I.i.): Kritische Aspekte/ Frage nach Quellen und Transparenz
- Konklusion: **Nachvollziehbarkeit für LeserInnen schaffen- *Transparenz: Automatisierungsgrad und Datenbasis* (J6:470-476)**

###### **(M) Textgenerierende Software als Innovation „gehypted“ (J6:444-457)**

###### **(M) Innovation: Datensätze, ihre Be- und Verarbeitung (J6:457-459)**

- Proposition: Software als „Roboterleistung“ - *Außenpräsentation* (J6:444-459)
- Neg. Horizont: Innovationshype – *begrenzte Komplexität* (J6:449-457)
- Konklusion: Innovation der Datensätze – *Verarbeitung und Bearbeitung* (J6:457-459)

Die Transparenz zeigt sich auch im Interview J6 als wesentliches Element. Hier steht, im Gegensatz zu J5 die Transparenz bezüglich der Content-Entstehung im Vordergrund. Auch hier verbindet sich die Transparenzthematik mit dem Innovationshype und verweist somit auf die Transparenzaspekte bezüglich dem Einsatz und Funktion der Technologie zu J5. Die wahre Innovation liege in der Be- und Verarbeitung von Datensätzen und zeigt sich an weitere „Chance“ von Algorithmen im Journalismus.

In diesem Interviewverlauf wird die Transparenz zusehends mit Ethik in Zusammenhang gebracht. Vor allem der Bereich der Quellen und der Bias in Datensätzen sind stellt kritische Fragen an die Ethik. Die Transparenz zieht sich wie ein roter Faden durch die Thematik von ethischen Grenzziehungen. Die Reproduktion von bestimmten Spins können unterschiedliche Wirkungen in der Berichterstattung entfalten. Die Nachvollziehbarkeit des Zustandekommens des Textes ist deshalb nicht nur für die Produktion, sondern auch für LeserInnen wichtig.

**Memo 1:** Durch die menschliche Tätigkeit können ethische Probleme entstehen, wie die Vervielfältigung von bestimmten Interpretationsmuster durch Automatisierung. Die Transparenz bezüglich den Grad des menschlichen Eingriffes ist daher wichtig. Der Mensch handelt und nutzt die Software aktiv und schreibt ihr bestimmten Interpretationen ein die in einem anderen Kontext ethische Fragen aufwerfen.

**Memo2:** Es zeigen sich Parallelen zu weiteren Interviews, in der die Grenze von automatisierten Inhalten sich auf politische und soziale Themen beziehen, aber auch Inhalte die wirtschaftlichen negativen Impact haben könnten. •*Neg. Horizont: Vervielfältigung von bestimmten Spins durch Automatisierung –soziale Themen (J5:49-58)*

**Memo3:** In diesem Abschnitt zeigt sich, dass es Informationsasymmetrien bezüglich der erwarteten und tatsächlichen Leistung von textgenerierenden Software gibt, bzw. auch bewusst ein innovativeres Bild einer Software vermittelt wird, als es tatsächlich möglich ist. Die Innovation findet sich in der Verarbeitung und Bearbeitung von Datensätzen, die die Basis der Textgenerierung darstellen. Ihre Komplexität und ihr Regelwerk trägt zur Güte des Outputs bei. Es verhärtert sich der Verdacht, dass die Datenthematik ein weit wichtiger Stellenwert zukommt als anfänglich vermutet. Die Textgenerierung stellt nur den letzten Schritt in einer Kette von Arbeitsvorstufen dar. Die Auseinandersetzung mit Daten, ihre Güte, ihre Herkunft und ihre ethischen Aspekte der Veröffentlichung sind die relevanten Aspekte die sich Unternehmen im Rahmen von automatisierter Textgenerierung stellen müssen.

### **(O) Integrität von Daten**

**(M) Unsicherheitsfaktoren: Abhängigkeit von Daten und fehlende Sicherstellungen ihrer Integrität (J6: 64-106)**

**(M) Reduktion von Unsicherheitsfaktoren: Detailwissen von JournalistInnen- Dateninterpretation (Skills) (J6: 64-106)**

- Proposition (I.i.): Abhängigkeit von DatenlieferantInnen -*Datenquellen* (J:70-106)
- Neg. Horizont: Daten: Keine Sicherstellung ihrer Integrität – *Bias und Kontextualisierung der Daten (Regierungsdaten, Vermögensstatistik)* (J6:79-86)
- Neg. Horizont: Imperfektion der Daten – *Elaboration zu Daten: Keine Sicherstellung ihrer Integrität* (J6: 87-100)

Die Integrität der Daten stellt im Interviewverlauf ein wesentliches Kernelement dar. Die Abhängigkeit von Daten, die Gefahr von eingeschriebenen Interpretationsmuster und die fehlende Möglichkeit ihre Integrität sicherzustellen sind Unsicherheitsfaktoren. Diese können durch Detailwissen von JournalistInnen und das Wissen um die Daten umgangen oder abgemildert werden. Ihre Leistung liege demnach in der Beurteilung der Daten, die durch Detailwissen möglich ist.

**Memo 4:** Parallelen zwischen J5 und J6 werden im Bereich Skills sichtbar. J5 fokussiert die automatische Textgenerierung, J6 stellt die Datenthematik in den Vordergrund (Auseinandersetzung mit der Thematik). Das wirkt sich auf die Dimension von „Skills“ aus. Die Nutzung von AJ als Tool setzt ein Bewusstsein um die Ziele und Nutzung der Software voraus. J6 geht hier tiefer und fokussiert den Umgang mit den Datensätzen selbst. Dazu ist das Datenwissen zu jeweiligen Themen notwendig um die Daten angemessen zu interpretieren.

**Memo 5:** 2 Probleme stellen sich bez. Daten. Zum einen ist die Datenabhängigkeit ein Problem in der die Integrität der Daten nicht immer gewährleistet werden kann. Zum anderen besteht die Möglichkeit der Imperfektion der Daten tatsächlich. Die Fähigkeit die Daten richtig zu interpretieren ist eine menschlicher Arbeitsbereich. Auch hier liegen Fehlerquellen in der inadäquaten Interpretation dieser.

### (O) Bedeutung von „menschlichen“ Journalismus

#### (M) Tätigkeiten von JournalistInnen: Schlüsse aus Daten ziehen (J6: 112-148)

- Maschine: Keine Erfahrung, Intuition- komplexe Form der Intelligenz
- Proposition (I.i.): Mensch - Kausalität  $\neq$  Maschine - Korrelation (J6:125-143)
- Konklusion: Schlüsse aus Daten ziehen- *Mensch: Intuition und Erfahrung* (J6:128-143)

#### (M) Begrenztes Use-Case- (im Gegensatz zu menschliche Fähigkeiten) (J6:150-175)

- Entscheidungsverantwortung bez. Einsatz und festes Regelsystem
- Proposition: Entscheidungsverantwortung der Medienunternehmen bez. Einsatzes (J6:150-175)
- Konklusion: Begrenztes Use-Case - *Spezielle Aufgaben, Arbeitsvorstufen* (J6:162-67)
- Elaboration: Menschliche Fähigkeiten – *Interpretation, Einschätzung und Erklärungen (Begrenztes Use-Case)* (168-170)
- Differenzierung: Einsatz von AJ im festen Regelsystemen – *templatebasiert* (J6:170-175)

In der Bedeutung des menschlichen Journalismus findet ein wechselnder Vergleich zwischen menschlicher und maschineller Leistung statt. Die Grenze der Anwendung liegt dort, wo eine komplexe Form von Intelligenz gefordert wird, die aus Erfahrung, Lernen und Intuition gewachsen ist. Dazu gehört auch die Tätigkeit der Interpretation und Einschätzungen zu Sachverhalten. Hier wird das begrenzte Use-Case sichtbar, das sich in weiteren Interviews gezeigt hat.

### (O) Algorithmische Unterstützung in Arbeitsprozessen

#### (M) Automatisiert erstellter Content auf Basis von Statistiken (J6: 263-334)

- Nutzvolle Inhalte für Bevölkerung (Schulbezirke, Arbeitssuchende, Chronikales) und Rechercheprojekte
- Proposition: Sinnhaftigkeit von begrenzten Use-Case (J6:272-292)
- Pos. Horizont: Rechercheprojekte aus Datensätzen – *Nutzen für Bevölkerung* (J6:276-292)
- Pos. Horizont: Content auf Basis von Statistik – *Statistik zur Arbeitssuchende* (J6:299-322)
- Differenzierung: Vergleichbarkeit von Daten notwendig (J6:322-336)

#### (M) Algorithmische Unterstützung in Arbeitsprozessen (J6: 352-360)

- Vorarbeit und Automatisierung niedergradiger Arbeiten
- Konklusion: Leistungen in Zukunft: Automatisierung niedergradiger Arbeiten und Vorarbeit (J6: 352-360)

**(M) Algorithmischer Unterstützung in Arbeitsprozessen (J6:390-394)**

- Investigative Tätigkeiten (Datenanalyse)
- Proposition (I.i.): Vorteile von AJ für die Arbeitspraxis (390-394)
- Pos. Horizont: Unterstützung bei investigative Tätigkeiten- *Datenanalyse* (J6:390-394)

Einen spannenden Punkt stellt die Algorithmische Unterstützung dar. Hier lassen sich mögliche Zukunftsszenarien ableiten, welche Arbeitsbereiche hinzukommen könnten, oder sich verändern werden. Hier zeigt sich, dass Algorithmen Vorarbeiten leisten könnten (zb. Text auf Basis von Statistiken) zu Recherchezwecken und zur Datenanalysen. Für RezipientInnen entsteht hier die Möglichkeit auf personalisierte Inhalte nach Bedarf.

Der Einsatz für das Use-Case finden in einem festen Regelsystem statt. Die Sinnhaftigkeit könnte hier angezweifelt werden, für bestimmte Bereiche immer neue Templates erstellen zu müssen. Automatisiert werden können nur niedergradige Aufgaben. Leistungen wie sie im journalistischen Selbstverständnis begriffen werden, sind (noch) nicht realisierbar.

**(O) Zukunftsperspektiven: Veränderung der Tätigkeiten**

**(M) Arbeitspraxis: JournalistInnen: Analytischere Fähigkeiten (Daten) weniger Jobverlust (J6:373-381)**

- Proposition (I.i.): *Änderung der Arbeitspraxis*
- Proposition: Änderung von Arbeitspraxis und Organisationsstrukturen (J6: 373-376)
- Konklusion: Analytischere Aufgaben – *weniger Jobverlust* (376-381)

Die Zukunftsperspektive erscheint hier als eigener Orientierungsrahmen. Es zeigt sich die Bereitschaft oder die Akzeptanz eine Veränderung im journalistischen Arbeitsumfeld. Die Tätigkeiten könnten analytischer werden. Das ist naheliegend, da ein starker Fokus auf Daten im Interviewverlauf liegt. Das macht die Aussage, dass die Innovation in der Be- und Verarbeitung von Daten liegt, deutlich (J6:457-459).

**Memo 6:** Folgenden Punkte sprechen gegen den Jobverlust: Niedergradige Arbeiten werden automatisiert. Durch den Einsatz von AJ wird die Arbeit von JournalistInnen möglicherweise analytischer. Zusätzlich können Algorithmen bei der Datenanalyse helfen und somit bei investigativen Tätigkeiten, aber nur wenn Detailwissen zur Thematik vorhanden ist um zu nachvollziehbaren Schlüssen aus den Daten zu kommen.

## Anhang A8. Orientierungsmuster

### A8.1. Gruppe J

J1 (DatenjournalistIn)	J2 (DatenjournalistIn)	J3 (Print-Journalist)
Transparenz: Einsatz und Content-Entwicklung	Transparenz: Einsatz und Content-Entwicklung	
(M) Objektivität der Daten und der Maschine als Irrtum Menschl. eingeschriebene Muster (Interpretation, Entscheidung) in Software (J1:352-366)	(M) Transparenz: Nachvollziehbarkeit schaffen (vermeintliche Objektivität) (J2:252-256)	Zukunftsperspektiven: Neues Konzept des Journalismus
Sinnvolle Einsatzgebiete: Begrenztes Use-Case (Sicherheit)	(M) Mensch als Gatekeeper (J2:245-256) (M) Objektivität –Transparenz und Recht auf Mitgestaltung, Kontrolle (J2:252-277) (M) Unterstützung durch Algorithmen in Arbeitsprozessen: Neue Ideen und Zusammenhänge durch AI entdecken (J2: 247-251)	(M) Zukunft Contentangebot: Basis-Informationssdienst kostenlos (J3:486-489) (M) Zukunft Contentangebot: Erweiterter Content/Vertiefer Content: kostenpflichtig (Premium) (J3:481-536)
(M) AJ- Anwendung: Mehrwert nur quantitativ möglich (größere Unternehmen) (J1: 77-86) - Masse und Geschwindigkeit	Sinnvolle Einsatzgebiete: Begrenztes Use-Case (Sicherheit)	(M) Skills: Sensibilisierung (J3:776-809) • Sensibilisierung für Algorithmen und AI • Grundverständnis für das Funktionsprinzip
(M) Unterstützung endet bei Deutung und Interpretation von Inhalten (J1: 303-342)	(M) Begrenztes Use-Case: Nicht auf Maschine verlassen/ Versicherung über Leistung- AJ für Faktenbasierte Inhalte (J2:154-174) (M) Begrenztes Use-Case: JournalistInnen- Daten in Kontext setzen und interpretieren- AJ für Faktenbasierte Inhalte (J2:151-154)	(M) Bewusstsein: Sensibilisierung (J3:842-866) • Wertigkeit des individuellen Journalismus (Auswahl, Betrachtung, Recherche) Verbindung zu "Bedeutung menschlichen Journalismus"-hoher Wert
Bedeutung von „menschlichen“ Journalismus	Zukunftsperspektiven: Neues Konzept des Journalismus	Bedeutung von „menschlichen“ Journalismus
(M) Meinungspluralismus durch menschl. generierten Journalismus (J1: 346-350)	(M) Interdisziplinäre Zusammenarbeit und Unterstützung: Technologie und Journalismus (J2: 432-451) (M) Skills: Datenwissen – Grundverständnis (Herkunft, Verarbeitung) (J2:489-531)	(M) AJ als Informationsdienst: Werte werden eingeordnet (J3: 291-339).
Abgabe von Entscheidungen als demokratiepolitisches Problem (J1: 347-350)	Bedeutung von „menschlichen“ Journalismus	(M) Grenzen: Journalistische Aufgabe kritische Auseinandersetzungen und Inhalte zu bieten (J3:741-766)
Integrität von Daten	(M) Begrenztes Use-Case: JournalistInnen- Daten in Kontext setzen und interpretieren (J2:151-154) <i>Verbindung zu "Begrenztes Use Case"</i>	Algorithmische Unterstützung in Arbeitsprozessen
(M) Objektivität der Daten und der Maschine als Irrtum (J1:352-366)-Eingeschriebene Interpretationsmuster, Bias	(M) Kontrollfunktion des Journalismus (Politik) nicht automatisieren (J2:294-302) <i>Verbindung zu "Begrenztes Use Case"</i> • <i>Journalismus als 4. Gewalt- Kontrollfunktion gegenüber der Politik (J2: 294-302)</i>	(M) Berücksichtigung des Aufwandes zur Kontrolle von AI (J3: 234-255)



(M) Bedenken Journalismus gg. maschineller Leistung zu legitimieren (Kosten, Agenda, Jobverlust) (J1:412-435)	(M) Kontrollmöglichkeit durch Menschen möglich halten (J2: 758-782)	(M) Unterstützung durch Algorithmen (J3: 702-774) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Übersetzung</li> <li>• Filtern von Informationen auf Portalen</li> <li>• Zusammenfassung auf Basis von Statistiken</li> <li>• Hinweise auf wichtige Sachverhalte liefern</li> </ul>
(M) Sachlichkeit der Maschine als Chance für Objektivität (J1:435-443)	Algorithmische Unterstützung in Arbeitsprozessen	
(M) Wissen um Tatsächliche Leistung der Maschine (J1: 445-477) (M) Aneignung von Detailwissen und Anwendungswissen realistisch (J1:454-464)	(M) Unterstützung durch Algorithmen in Arbeitsprozessen: Neue Ideen und Zusammenhänge durch AI entdecken (J2: 247-251)	
	(M) Unterstützung durch Algorithmen in Arbeitsprozessen: Zusammenfassung – Statistiken und Daten (J2:388-405)	

<b>J4 (Journalist, selbstständig)</b>	<b>J5 (JournalistIn)</b>	<b>J6 (Journalist)</b>
	Transparenz: Einsatz und Content-Entwicklung	Transparenz: Einsatz und Content-Entwicklung
(M) Unsicherheitsfaktoren: Gewichtung und Einordnung von Inhalten (AI) (J5: 493-500) • Social- Media-Inhalte • Konsequenzen von Inhalten über Menschen	(M) Roboterjournalismus – sich als innovativ präsentieren (J5:13-26)	(M) Transparenz über Automatisierungsgrad des Contents schaffen (J6:10-37)
(M) Reduktion von Unsicherheitsfaktoren (J5: 543-560) • Schutz vor Zugriff Dritter (Schutz vor Manipulation und Fakenews) • Entscheidung für Begrenztes Use-Case (sinnvoller Einsatz)	(M) Roboterjournalismus – sich als innovativ präsentieren (J5:13-26) (M) Roboterjournalismus- wenig Transparenz nach Außen über Verwendung und Funktion- Überhöhte Zuschreibung der Software von Leistung (J5:26-36) • Angst vor Jobverlust • Begeisterung für Technologie	(M) Ethische Problemstellungen: Intransparenz der Content-Entstehung und Bias in Datensätzen- Vielfältigung von Spins-sensible Themen (J6:39-62)
Sinnvolle Einsatzgebiete: Begrenztes Use-Case (Sicherheit)	(M) AJ als Softwareleistung, N.N. (J5:398-405)	(M) Ethische Zieldimension: Transparenz über das Zustandekommen des Contents schaffen (Daten und Algorithmen) (J6: 461-486)
(M) Einsatz für Entlastung sinnvoll (J5:41-57) • Redundante Tätigkeiten	(M) Mystifizierung und Entmystifizierung der Technologie- Wahrnehmung durch das Publikum (J5:405-419)	(M) Textgenerierende Software als Innovation „gehypt“- begrenzte Komplexität (J6:444-457)
(M) Begrenztes Use Case (J5-R.:55-66)- <i>Kontrollierte Bereiche und Ausweisung des Contents</i>	(M) Klärung des Einsatzes und des Stellenwertes von AJ (J5:450-485) • Urheberrecht der Inhalte, Gestaltung der Quellenangabe, Grad an Selbständigkeit der Maschine, Trainingsdaten	(M) Innovation: Datensätze, ihre Be- und Verarbeitung (J6:457-459)
Zukunftsperspektiven: Neues Konzept des Journalismus	Notwendige Sicherheitsfragen bei der Anwendung neuronaler Netzwerke - <i>Verindung zu Use-Case, Bedeutung von menschlichen Journalismus</i>	Zukunftsperspektiven: Veränderung der Tätigkeiten
(M) Automatisierung: Angst vor Jobverlust (J4: 11-36) • Fehlende Wertschätzung journalistischer Arbeit	(M) Verlässlichkeitsfrage bei fehlende Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen (AI) Neg. Impact von Inhalten (J5:114-119)	(M) Arbeitspraxis: JournalistInnen: Analytischere Fähigkeiten (Daten) weniger Jobverlust (J6:373-381)
Bedeutung von „menschlichen“ Journalismus	(M) Risiken: Verlässlichkeit der Richtigkeit von Inhalten (Fakenews) (J5:167-190)	Bedeutung von „menschlichen“ Journalismus
(M) Kontrolle über Maschine (J4:163-181) • Sensible Themen in der Berichterstattung	(M) Reduktion von Unsicherheitsfaktoren: • Wissen um Funktion der Software und AI (J5:149-152) • Überprüfung (J5:190-196) • Ziel: Kooperative Verwendung (J5:153-167)	(M) Tätigkeiten von JournalistInnen: Schlüsse aus Daten ziehen (J6: 112-148) • Maschine: Keine Erfahrung, Intuition- komplexe Form der Intelligenz
	Anthropomorphismen: Mensch-Maschine- Konkurrenz	(M) Begrenztes Use-Case- (im Gegensatz zu menschliche Fähigkeiten) (J6:150-175) • festes Regelsystem- Maschine schreibt Bausteine (templates)
	(M) Wegfall einfacher Tätigkeiten führt zur höherer Kompetitivität (J5:58-85) • Steigende Anforderungen	Integrität von Daten
	(M) Risiken: Konkurrenz –Roboter vs. Mensch durch Bewertung und Vermenschlichung (J5: 367-383)	(M) Unsicherheitsfaktoren: Abhängigkeit von Daten und fehlende Sicherstellungen ihrer Integrität (J6: 64-106)

	(M) Reduktion von Unsicherheitsfaktoren durch Verwendung als Tool (J5: 384-391)	(M) Reduktion von Unsicherheitsfaktoren: Detailwissen von JournalistInnen- Dateninterpretation (Skills) (J6: 64-106)
	Zukunftsperspektiven: Neues Konzept des Journalismus	Algorithmische Unterstützung in Arbeitsprozessen
	(M) Zukunftsentwürfe zum Journalismus <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neues Konzept (J5: 610-612/622-628)</li> <li>• Journalismus von Menschen für Menschen (J5:628-640)</li> </ul> <i>Typenbildung mit der Ausprägung • (Erfahrungs-) Austausch zwischen Medienunternehmen (J5:613-622) nicht möglich durch fehlende Bezugspunkte.</i>	(M) Automatisiert erstellter Content auf Basis von Statistiken (J6: 263-334)
	(M) Trennung der Arbeitsbereiche (J5-R.:49-51) <ul style="list-style-type: none"> <li>• JournalistInnen: Verwendung als Tool - ExpertInnen für Wartung</li> </ul>	(M) Algorithmische Unterstützung in Arbeitsprozessen (J6: 352-360) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorarbeit und Automatisierung niedergradiger Arbeiten</li> </ul>
	Bedeutung von „menschlichen“ Journalismus	(M) Algorithmischer Unterstützung in Arbeitsprozessen (J6:390-394) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigative Tätigkeiten (Datenanalyse)</li> </ul>
	(M) Bedeutung des Journalismus: <b>Kontextualisierung</b> und Verantwortung im Umgang mit AJ (J5-R.:7-20)	
	(M) Effizientes Arbeiten mit AJ ermöglichen durch Transparenz über die Technologie (J5-R.:7-20) - Gesamtkonzept: Unternehmen und journalistisches Selbstverständnis	
	(M) Journalistische Aufgabe: Erfassen und Klären von Zusammenhängen: Daten (J5-R.:22-43)	
	(M) AJ- Gesamtkonzept: Zielsetzung von Unternehmen und Journalistischen Selbstverständnis (J5-R.:22-43)	

## A8.2. Gruppe C

<b>C1 (Produktmanagement/ Medienunternehmen/Verlag)</b>	<b>C2 (Chefredaktion/ Medienunternehmen/ IT-Dienstleister)</b>	<b>C3 (Chefredakteur, Medienunternehmen)</b>
<b>Wertschöpfung in Medienunternehmen durch Algorithmen</b>	<b>Wertschöpfung</b>	<b>Qualitative Ansprüche in der Contentproduktion</b>
<p>(M) Algorithmen als unterstützende Faktoren bei der Distribution von Content (C1:12-17)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribution</li> <li>• SEO-optimierte Inhalte (331-339)</li> <li>• Spezifizierte Informationen an Zielgruppe (C1:344-346)</li> </ul> <p>(M) Algorithmen als unterstützende Faktoren im Arbeitsprozess durch Zeitersparnis- Traffic und Distribution</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• frei gewordene Zeit (C1:31-33)</li> </ul> <p>(M) Algorithmen als mögliche unterstützende Faktoren zur Traffic-Steigerung (C1:27-31)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Problem der Überprüfbarkeit</li> </ul>	<p>(M) AJ als Unterstützung bei der Distribution von Content</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Varianten des Contents auf unterschiedlichen Kanälen (C2:224-235)</li> <li>• Entlastung (C2:229-235)</li> </ul> <p>(M) AJ als Unterstützung bei der Distribution von Content (R.) Automatisierung von Workflows</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskurs-Shift in AJ-Praxis (C2.R: 5-7)</li> <li>• Algorithmen als dienstleistendes Element (C2.R.: 8-12)</li> </ul>	<p>(M) AJ als redaktionelle Unterstützung- Echter Journalismus als Handwerk könnte wieder Wertschätzung erfahren (C3: 317-354)</p>
<p>(M) Algorithmen als unterstützende Faktoren im Arbeitsprozess durch Zeitersparnis: Texte auf Basis von Statistiken (C1:366-377)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Korrelationen herstellen (C1:366-390)</li> <li>• Strukturierte Daten und Zerlegen von Daten (C1:382-403)</li> </ul>	<p>(M) AJ ermöglicht zusätzlichen Content (Zielgruppenorientiertheit)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bei Content sinnvoll den es noch nicht gibt (C2:181-184)</li> <li>• Grenzen: Journalistischen Kür und Pflicht (C2:185-205)</li> <li>• Lokalere mit weniger Ressourcen u. personalisierte Berichterstattung profitieren (C2:207-216)</li> </ul>	<b>Zukunftsperspektiven im Journalismus</b>
<b>Qualität im Journalismus (allgemein)</b>	<p>(M) Notwendigkeit von Datenstrategie (C2:136-154)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wertschöpfung durch Datenerhebung/ Dateninvestition</li> </ul>	<p>(M) Neues Berufsfeld in einer interdisziplinäre Zusammenarbeit: Datenwissen („ArchivarInnen“) und Redaktion (C3: 109-165)</p>
<p>(M) Mission: Hochwertiger Journalismus – Distribution mit A. (C1:125-154)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anspruch: Qualitativ hochwertige Journalismus</li> <li>• Ausstattung der Objekte mit inhaltliche Kriterien (C1:147-154) (Distribution)</li> <li>• Transparenz (Quellen) (C1:471-479)</li> </ul>	<p>(M) Algorithmen als unterstützende Faktoren (Tools) im Arbeitsprozess in Verarbeitung großer Datenmengen (C2:260-279)</p>	<b>Unsicherheitsfaktoren (bezüglich Algorithmen)</b>
<b>Zukunftsperspektiven im Journalismus (bezüglich Algorithmen und Daten)</b>	<p>(M) Algorithmen: Einsparungspotential nur relativ (Personal, Initialaufwand) (C2:313-335) qualifizierte Fachkräfte für AJ notwendig: Datenbeschaffung, Datenmodell,</p>	<p>(M) Mehr Content bei weniger Personal: Mehr Fehlermeldungen und ungeprüfte Inhalte (C3:81-107)</p>
<p>(M) Zielgruppenorientiertheit: Weiterentwicklung des Content-Angebotes (C1:173-177)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AJ ermöglicht zusätzlichen Content</li> <li>• Wettbewerbsvorteil durch Daten</li> </ul> <p>(M) Zielgruppenorientiertheit: Weiterentwicklung des Content-Angebotes (C1:310-329/344-346)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertiefte Information- kleinere Zielgruppe (Paywalls)</li> </ul>	<p>(M) Potential durch Daten öffentlicher Stellen für Berichterstattung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Journalistischer Verantwortung/ gesellschaftliche Aufgabe: Verarbeiten großer Datenmenge- Gewinnen von Erkenntnissen über das pol. System und die Gesellschaft (C2:683-695)</li> <li>• Datenzugang- in Österreich schwierig (C2:693-695)</li> <li>• Daten als Allgemeingut (C2:700-726)</li> </ul>	<b>Algorithmen als Produkt und Werkzeug</b>

(M) Weiterentwicklung des Tätigkeitsfeldes „Journalismus“: Bridgeroles (News-Room/ Business-Development) (162-172) • Begeisterung für AJ-Projekte • Datenverfügbarkeit • Nischen und Vereinbarkeit mit Wertekompass (C1:619-642)	<b>Qualitative Ansprüche in der Contentproduktion</b>	(M) AJ als reinen Textgenerierung: Hilfreich bei einfachen Tätigkeiten die durch Redundanz zu Fehlern führen würden (C3:13-30)
(M) Finanzierungstrends: Qualitativ-LeserInnenfinanziert/ Werbefinanziert • Rentabilität durch Masse: Werbefinanziert – geringer inhaltliche Wert – AJ: (Geschwindigkeit, Anzahl) (C1:281-301) • Rentabilität durch Inhalte: LeserInnenfinanziert (die Inhalte brauchen) (C1:302-303)	(M) Die Güte menschlich generierten Contents • Content- Ersatz durch AJ wäre qualitativer Abstrich (C2:424-436) • Transparenz (Ausweisung der Texte) (C2:436-442)- Goldene Regel des Qualitätsjournalismus- (sonst Täuschung der LeserInnen)	(M) Begrenzter Einsatz: Tätigkeiten bei redundanten Tätigkeiten (AJ als nicht „richtiger Journalismus“) (C3: 32-79)
<b>Unsicherheitsfaktoren (bezüglich Algorithmen)</b>	(M) ) Anforderungen an JournalistInnen bez. AJ: Journalistische Skills und Wissen um Funktionsweise (C2:586-600)	
(M) Technologiebewusstsein/ -Wissen als fehlend (C1:580-592) • Wissensasymmetrien (Daten) durch Trennung von Redaktion und Verlag (M) Fehlende Ressourcen und Entwicklungskapazität (C1:580-592)	(M) Mensch als notwendige Instanz: Qualitätssicherung und Kontrolle als offenes Thema (C2:610-635)	
(M) Fehlendes Datenbewusstsein/ Auseinandersetzung mit Datensicherheit • Datenquellen und Einschätzung von Plattformen (C1:418-435) • AJ als hinzukommender Teilbereich- Wissen wichtig (C1:436-453) • Kaum Beleuchtung von Datensicherheit und- Privacy (C1:575-580)	(M) Content: Verantwortung der Medienunternehmen (Content) • Datenfülle- Fehlerpotenzierungsmöglichkeit (C2:642-647) - stark durch I. induzier- keine Miteinbeziehung in die Thesenbildung • Euphorie und Verantwortung (C2:662-669) Verknüpfung	
(M) Arbeitsdruck durch Algorithmen (Konkurrenz) (C1:437-453) • AJ als Bedrohung – JournalistInnen • Angst und verletzter Stolz (Jobverlust) (C1: 462-470) • Transparenz (C1:471-479)- AJ für LeserInnen kein Problem	<b>Zukunftsperspektiven im Journalismus</b>	
(M) Grenze: Inhalte über Menschen (C1:491-502) • Unwissen über Inhalte • Medienrecht (C1:545-552/504-526)	(M) Veränderung der Werkzeuge im Journalismus (C2:343-352) • Journalistische Tätigkeiten bleiben (C2:343-347) wie Informationen verarbeiten, hinterfragen, erklären	
<b>Strategien zur Senkung von Unsicherheitsfaktoren/ Risiken</b>	(M) Anforderungen an JournalistInnen bez. AJ: Able UserInnen bez. AJ und Daten (C2:359-385) (M) Anforderungen an JournalistInnen bez. AJ: Journalistische Skills und Wissen um Funktionsweise (C2:359-385)	
(M) Anwendungssicherheit der Software (AJ) • Personenbezogene Daten (C1:525-537) • Nationale Unterschiede im Umgang mit Daten (C1:558-569)	(M) AJ als spezialisierter Bereich im Journalismus (C2:392-406)	

(M) Expertise im Umgang mit AJ (C1:596-601) • Konklusion: Personen (Führungspersonen) notwendig mit Daten-Know-How	<b>Algorithmen als Produkt und Werkzeug</b>	
	(M) Algorithmen als unterstützende Tools im begrenzten Use-Case • Produkt: AJ für begrenztes Use-Case (C2:17-28) • Tool zur Contentgenerierung (C2:32-41) • Ergänzung für Textproduktion (C2:41-51)	
	(M) Algorithmen als kollaboratives Produkt mit inhärentem journalistischen Fachwissen und Programmierung (C2:58-107)	
	(M) Notwendigkeit menschlicher Instruktionen (C2:110-125) • Konkrete und ausreichende Daten wären notwendig (C2:110-125)	
	<b>Grenzen der Leistung</b>	
	(M) Notwendigkeit menschlicher Instruktionen (C2:110-125) • Konkrete und ausreichende Daten wären notwendig (C2:116-125)	

<b>C4 (Geschäftsführung, Fachzeitschrift)</b>	<b>C5 (ehem. Chefredakteur, mehr. Medienunternehmen)</b>	<b>C6 (Chefredakteur, Fachzeitschrift)</b>
<b>Zukunftsperspektiven im Journalismus</b>	<b>Qualitative Ansprüche in der Contentproduktion</b>	<b>Unsicherheitsfaktoren (bezüglich Algorithmen)</b>
(M) Automatisierung von nicht fordernden Tätigkeiten („Copy paste“) (C4: 224-234)	(M) Höhere Qualität menschlich generierter Texte (C5:323-328)	(M) Wertung und Gewichtung in menschlicher Verantwortung durch Gefahren von Manipulation (selbstständige Datensuche, N.N.) (C6:35-48)
(M) LeserInnenfinanzierte Modelle sind nur in spezifischen Bereichen wie pol. Inhalte realisierbar. (C4-R.: 5-35)	(M) Letztverantwortung: Mensch (C5:338-343) • Bewusstsein und Anwendungswissen	<b>Algorithmen als Produkt und Werkzeug</b>
<b>Unsicherheitsfaktoren (bezüglich Algorithmen)</b>	<b>Unsicherheitsfaktoren (bezüglich Algorithmen)</b>	(M) Wertung und Gewichtung in menschlicher Verantwortung durch Gefahren von Manipulation (C6:35-48)
(M) Medienunternehmen haften für in der Regel für den Output- Kontrolle des Contents vor Veröffentlichung ist deshalb naheliegend (C4: 497-520)	(M) Möglicher Stellenabbau: Investition in Personal langfristig gewinnbringender (C5: 128-140)	(M) Nutzung von AJ als Tool (Hilfsmittel): JournalistInnen sind AutorInnen von Inhalten (nicht-ausweisen) (C6:148-176)
<b>Grenzen der Leistung</b>	<b>Strategien zur Senkung von Unsicherheitsfaktoren/ Risiken</b>	<b>Brüche/ Widersprüche</b>
(M) Grenzen der Automatisierung zeigen sich anhand investigativer Tätigkeiten (C4: 412-470)	(M) Letztverantwortung: Mensch • Transparenz (Datenquellen) und Korrektiv (C5:285-307)	(M) Zwiespältige Sicht der möglichen Entlastung und Sorge um Arbeitsplatz (C6: 14-20)- <i>wird sichtbar in den Ergebnissen selbst</i>
	(M) Letztverantwortung: Mensch (C5:338-343) • Bewusstsein und Anwendungswissen	
	(M) Überprüfung von Output notwendig • Grenzen: Politik, Wirtschaft und Soziales bei automatisch erhobenen Daten (C5:249-261) • Beschränkung auf Information (C5:266-283)	
	<b>Grenzen der Leistung</b>	
	(M) Grenzen: Hintergründe und Zusammenhänge (AJ) (C5:142-161)	
	(M) Qualitativer Mehrwert: Zusammenhänge herstellen und Ziehen von Schlüssen (C5:163-193)	

## Anhang A9. Codeliste



J1

111 Kodes:

- Abgabe von Entscheidungen- Befehle zur Recherche
- Ablegen von Technikangst
- Abschaffung von JournalistInnen
- AI bräuchte viel Wissen
- AI fehlen menschliche Erfahrungswelten
- AI müssten um Journalismus zu machen menschliche Erfahrungen benötigen
- AJ bietet nur Ausschnitt
- Annahme wenn es unterstützt Wissen anzueigenen
- Anwendung in größere Redaktionen
- Anwendung in größeren Redaktionen mit Produktionsdruck
- Anwendungsfehler werden behoben
- Arbeit auch ohne Software schaffbar
- Arbeitsplätze einsparen
- Arbeitspraxis: Teamarbeit (Synergieeffekte)
- Auf Missstände hinweisen wichtiger wichtig als sich auf eine Sparte zu spezialisieren
- Ausbreitung auf weitere Bereiche
- Befürchtung: Nicht Schaffung qualifizierter Jobs
- Benutzerfreundlich
- Bereitschaft zu lernen
- Datenrecherche
- Demokratiepölitisches Problem in der Herstellung von Öffentlichkeit
- Deutung und Interpretation von Wissen
- Die Entscheidung wird programmiert (der Mensch)
- DJ: (Menschliche) Kontrolle am Ende notwendig
- DJ: Bewältigen großer Datenmengen
- DJ: Erfahrung mit selbstlernender Software
- DJ: Keine"ideale" Objektivität
- DJ: Projekt- Erfahrungswissen
- DJ: Software über Projekt kennengelernt
- DJ: Zeitersparnis von stupider Arbeit
- Druck Content regelmäßig zu produzieren
- Einsatz
- Entlastung
- Entscheidung abzugeben als gefährlich
- Entscheidung der Aufarbeitung
- Entscheidung der Auswahl
- Entscheidung der Interpretation
- Entscheidungsmacht beim Menschen
- Erfahrungswissen
- Finanzierungsbereitschaft für JournalistInnen
- Größere Redaktionen profitieren vl. davon
- Häufige Verwendung
- Informationen zu Kontakten (wer verfügt über Information)
- Journalismus: Grundlage zu Meinungsbildung bieten
- Journalismus: Wissen vermitteln
- JournalistInnen sind eingebettet in die Gesellschaft
- Kaum Thematisierung der Thematik in Ausbildung
- kein Eingehen auf Verfahren od. ethische Fragen
- Kein Mehrwert für kleine Organisationen
- Keinen Mehrwert für kleinere Organisationen aufgrund
- Kontrolle von Menschen, Weil es immer Fehler geben kann
- Kosten gut ausgebildeter JournalistInnen
- Kosten von Daten und Zugänglichkeit
- kritischer Blick wichtig auf Daten (DJ)
- Legitimation von JournalistInnen
- LeserInnen erwarten "Besonderes"
- LeserInnen erwarten keinen täglichen Content
- Maschinen verbessern diese Sitation wahrscheinlich nicht
- Mensch bringt Information in Bezuggrößen
- Mensch entscheidet über Inhalte (was ziehen wir heran)
- Mensch wählt aus
- mögliche Zusatzqualifikationen
- Möglicher Ausbau der Bereiche
- Nachfrage
- Neigungen von ProgrammierInnen in die Maschine eingeschrieben
- Notwendiges Kontextwissen nicht mit AJ herstellbar
- Offenheit im E-sprachigen Raum
- Potential wäre Schaffung qualifizierter Jobs
- Problem mit Pluralismus in Ö
- Problematik der Vollautomatisierung
- Problematisch: Daten von privaten Personen
- Programme scheinen objektiver
- Quellenmanagement
- Quellentransparnz (AJ)
- Redaktion mit gesellschaftskritischen Anspruch
- Reflexion von Grundzusammenhänge
- Reflexion von Wissen
- Ressourcenproblem (kleine Redaktionen)
- Roboterjournalismus kann "Besonderes" nicht liefern
- Service
- sich erklären lassen
- sie verhasern sich nicht
- Software gestützte Tätigkeit (DJ): Nutzung von Erfahrung und Austausch anderer, sowie Ausbildungen.
- Software gestützte Tätigkeit (DJ): Unterstützung durch erfahrene KollegInnen: Synergieeffekte.
- Softwaregestütztes Arbeiten
- Softwaregestütztes Arbeiten als Unterstützung
- Softwaregestütztes Arbeiten als Unterstützung, Zeitersparnis
- Spionage (Gefahr)
- Sportberichterstattung muss nicht unpolitisch sein
- Sportberichterstattung
- Teil der Gesellschaft sein
- Thematisierung im Studium eher am Rande
- Transparenter Umgang und Vergleich mit anderen (Softwaregestütztes Arbeiten)
- Umgang mit Software lernen
- Unternehmen mit tagesaktueller Produktion
- Verantwortungsbereiche die Maschine nicht übernehmen dürfen (Auswahl, und Interpretation von Inhalten)
- Vergleich DJ und AJ
- Vergleich kleine/ große Redaktion
- Vergleich mit anderen Redaktionen
- Vermeintliche Objektivität der Maschine
- Verwaltung und Pflege der Datenmenge
- Vollautomatisierte Abläufe (Daten und "Spionage")
- Zugang zur hoher Datenmenge, persönliche Daten
- Vorwurf gegenüber JournalistInnen: Ideologien
- Wegfall von Einstiegstätigkeiten (Praktika)
- Weniger bezahlte Stellen
- Wissen in der Redaktion
- Zeitersparnis
- Zeitersparnis (I: Indiziert)
- Zu klärende Fragen: Leistung der Technologie
- Zusammenhänge verstehen



## J2

209 Codes:

- "Ausruhen auf Ressourcenknappheit und fehlende Skills (DJ)
- "Objektivität" der Berichterstattung (n. möglich)
- Ablehnung von neuen Technologien
- Agenda haben wird oft kritisiert
- AI (neuronales Netzwerk): Auf welche Meinung basierend (J2:231-236)
- AI (neuronales Netzwerk): Einschätzung schwierig (J2:231-236)
- AI: Möglichkeit neuer Impulse/ Zusammenhänge/ Blickwinkel (J2:245-248)
- AI: Zusammenfassung von Daten (Beispiel Presse-reise) (J2:395-405)
- AJ Grenze: Textgenierung geht zu weit, wenn Mensch kein Teil mehr davon ist (J2:768-771)
- AJ Grenze: Wenn Mensch in Publikation nicht ein-greifen kann (J2:747-752)
- AJ/ DJ Vergleich: Ausprobieren wichtig und rein-kommen in die Anwendung (J2:713-720)
- AJ/ DJ Vergleich: Es soll einfach zu bedienen sein
- AJ/AI: Text mit sprachlichen Bildern versehen (J2:747-752)
- AJ/AI: Text nachkorrigieren und nicht sofort veröf-fentlichen (J2:747-752)
- AJ/AI: Vergleich mit eigenen Output ("was hätte ich mit den Zahlen gemacht?") (J2:747-752)
- AJ: Antithese: Positiv sehen, denn Berufsfeld verän-dert sich und wird abwechslungsreicher (J2:720-725)
- AJ: Anwendung in der Wahlberichterstattung (Zah-len in Vordergrund) (J2:166-174)
- AJ: Anwendung in der Sportberichterstattung gut vor-stellbar (J2:166-174)
- AJ: Bereitschaft Zeit zu investieren Anwendung zu erlernen
- AJ: Daten in Kontext setzen und interpretieren ist Aufgabe der JournalistInnen (J2:151-154)
- AJ: Kann große Hilfe sind (J2:158-159)
- AJ: Kontrolle nicht an Maschinen abgeben oder sich ihnen unterordnen
- AJ: Meldungen mit Facts (J2:2016-223)
- AJ: Menschen sollen mitgestalten (J2:269-277)
- AJ: Menschen sollen Output der Maschine überprü-fen (J2:269-277)
- AJ: Sich ungern auf Maschinen verlassen (J2:151-154)
- AJ: Vertrauen der RezipientInnen ein großes Thema
- AJ: Visualisierung wäre gut
- AJ: Würde verwenden- aber was kann es? (J2:698-699)
- Aktuell: Getrennte Welten von Programmieren und journalistischer Tätigkeit (J2:469-474)
- Als JournalistIn: Texte gerne schreiben (J2:269-277)
- Analysetool als Wettbewerbsvorteil
- Analysetool: Abstand von "Sex and Crime" nehmen (J2:668-677)
- Analysetool: Bei kleinen Medienunternehmen Lob-bing notwendig (J2:653-655)
- Analysetool: Feedback für JournalistInnen Texte zu verbessern (J2:656-663)
- Analysetool: Informationen über Besuche der Arti-kel, Verweildauer, Ranking der Texte (J2:656-663)
- Analysetool: Schade, dass andere Unternehmen mehr über ihre Konkurrenz: Schade, dass andere Un-ternehmen mehr über ihre LeserInnen wissen
- Analytictool: Bereits Usus bei großen Medienunter-nehmen in Ö (J2:649-653)

- Annahme: Menschen bräuchten lange Zeit um den Maschinen zu vertrauen (J2: 194-196)
- Bereitschaft zur Anwendung
- Berufsfeld ändert sich (Proposition und Konklusion)
- Bewerbungsverfahren Programmiersprachen er-wünscht (J2:496-500)
- Bewerbungsverfahren: Erwähnen, dass er/sie aus journalistische Seite kommt (J2:504-508)
- Bewerbungsverfahren: Zumindest Bereitschaft im Datenteam oder mit Software (\_\_\_) zu arbeiten (J2:504-508)
- Bündelung unterschiedlicher Fähigkeiten
- Datenjournalismus (J2: 11-16)
- Datenteams: Arbeiten stärker zusammen -> pos. (J2:556-562)
- Datenvergleiche als Hilfetellung
- Differenzierung: Analysetool - auf Inhalte achten
- Differenzierung: JournalistInnen schreiben gerne
- DJ/AI/AJ: Wunsch: Verständnis für Zahlen und Fra-gen fachspezifisch stellen können
- DJ/AJ/AI: Verarbeitung großer Datenmengen hilf-reich (J2:348-355)
- DJ: Analog ausgewertet (J2:75-80)
- DJ: Antithese: Unterschiedliche Rollen der Mitarbei-terInnen
- DJ: Antithese: Verhältnis J zu P: Idealerweise 50/50
- DJ: Auch in D noch wenig bekannt (J2:135-139)
- DJ: Beispiel: Scrollstories - JournalistInnen versu-chen die Darstellung mit Tools selbst zu übernehmen (J2:27-36)
- DJ: Community: Gegenseitige Unterstützung und Hilfsbereitschaft
- DJ: Danten am Schluss einbinden- Gefahr des Scheiterns (J2:443-446)
- DJ: Dantenbanken tlw. sehr teuer- deshalb zuerzeit nicht weiterverfolgt (J2:115-124)
- DJ: Datengestützte Inhalte mehr Aussagekraft
- DJ: Datenvergleich (zb. HundebesitzerInnen) (J2:405-412)
- DJ: Drittmittelprojekte- Finanzierung aufgespürt- Politischer Impact-(J2:37-52)
- DJ: Entscheidung zum Einsatz muss von "Oben" kommen, aber beidseitig (J2:427-429)
- DJ: Grundthese anhand der Daten bestätigen (J2:106-110)
- DJ: Händisch mit Excel aufwändig (J2:52-55)
- DJ: Impactergebnis: Forderung nach Transparenz bei Drittmittelprojekten (befriedigend als JournalistIn) (J2:37-52)
- DJ: J. beschreibt ihre Arbeitsstätte als traditionell und eher print-lastiger (J2:525-530)
- DJ: JournalistInnen die sich dafür interessieren wich-tig (J2:427-429)
- DJ: Kosten des Einsatzes (J2:427-429)
- DJ: Lobby wichtig (J2:135-139)
- DJ: Mehr Daten durch mehr Awareness von Be-troffenen? (J2:128-134)
- DJ: Mit Externen zu arbeiten keine Option (J2:395-405)
- DJ: Mit Tools einfacher (J2:52-55)
- DJ: Nur Beobachtung zuwenig- Zahlen dahinter wichtig (J2:336-343)
- DJ: Personen mit Skills sehr gefragt (J2:525-530)
- DJ: Personen mit spezifischen Kenntnissen werden benötigt (zeitaufwändig) (J2:413-423)
- DJ: Programmiererin war notwendig (J2: 23-25)
- DJ: Quellen ausweisen mittels Links- Evidenzba-siert (J2:336-343)

- DJ: Schwierig in den Daten einge Geschichte zu lesen (J2:96-104)
- DJ: Schwierige Umsetzung (J2: 23-25)
- DJ: Sticht hervor, noch nicht so etabliert (J2:525-530)
- DJ: Umgang mit öffentliche Stellen: Wie an Daten rankommen auch wenn J. Anspruch darauf hätten? (J2:135-139)
- DJ: Unterstützung durch ProgrammierInnen
- DJ: Vorgesetzte müssen in der Redaktion das aktiv unterstützen (J2:395-405)
- DJ: Zuerst Geschichte - dann Daten oder umgekehrt (J2:96-104)
- DJ: Zugang zu Daten in Österreich großes Thema (J2:128-134)
- Dystopie: Maschine würden Zeitungen übernehmen
- Einsatz: Faktenbasiert
- Elaboration: Arbeit mit Daten von Beginn an integrativ angehen
- Elaboration: Beängstigend- Boulevard in Österreich und populistische Berichterstattung
- Elaboration: Dystopisch, dass Maschinen das Zeitungsmachen übernehmen
- Elaboration: JournalistInnen wollen ihre Inhalte prüfen
- Elaboration: Maschinen müssten interpretieren können - anhand von Erfahrungswerten
- Entscheidung zur Tech. muss von "oben" kommen
- Erfahrung mit Technologie (J2: 11-16)
- Ergebnisse werden durch Zusammenarbeit besser
- Feedback bez. Interesse an Artikel wichtig
- Feedback um Arbeit zu verbessern
- Feedback: Bessere Bindung zu LeserInnen möglich
- Feedback: Wissen wie Inhalte angenommen werden
- Fehlende Eingriffsmöglichkeit/ Abgabe von Kontrolle (soz. Themen)
- Fehlende Spezialisierung: Antithese: Ergebnis nicht gut
- Fehlendes Wissen
- Gemischte Teams wünschenswert
- Gesellschaft: Nicht der Technologie ausliefern (Vertrauensmissbrauch möglich) (J2:778-782)
- Gewünscht mit Daten umzugehen (J2:496-500)
- Gewünscht: Jemand die/der alles kann
- Grenzen von AJ: Politik- Kontext ist hier wichtig (J2:166-174)
- Interdisziplinäre Unterstützung
- IT - hätten großen Impact
- Journalismus teilt sich in Meinung/objektive Berichterstattung/ nicht von Maschine ersetzbar (J2:216-223)
- Journalismus- Einzelkampf (Online, Print)
- Journalismus: Berichte über Menschen- der Berichterstattung ausgeliefert sind (J2:778-782)
- Journalismus: Differenzierung: Feedback zu Output wird eingeholt ("andere lesen drüber") (J2:771-774)
- Journalismus: Einbindung der Menschen (J2:778-782)
- Journalismus: Medien haben Macht (Berichte über Menschen) (J2:778-782)
- Journalismus: Soziale Themen: Personen werden eingebunden: Vertrauen (J2:774-777)
- Journalismus: Zitate werden freigegeben (J2:774-777)
- JournalistInnen als 4. Gewalt (statt Maschinen)
- JournalistInnen und IT als getrennte Welt
- Journalistische Aufgaben: Kontrollfunktion gegenüber Politik- ein Gegengewicht schaffen (J2:294-302)
- Kein Verlassen auf Maschine (besonders Pol.)
- Kennzeichnung von Meinung ist wichtig (J2:248-255)
- Kleine Redaktionen- weniger Ressourcen für neue Tech. (J2: 11-16)
- Kleine Redaktionen: Skills weniger vorhanden (J2: 11-16)
- Konkurrenzdenken in Österreich
- Konkusion: Vorstellbar bei fachlichen Informationen
- Kontraste: Personen mit mathematischen Schwerpunkt bringen andere Sichtweise
- Kontrolle nicht an Maschine abgeben
- Kritik (ungerechtf.): J. haben Agenda
- Länderübergreifender eher Zusammenarbeit (Konkurrenzthematik)
- Langsame Entwicklung und Übernahme von Tech. in Österreich
- Leidenschaftlich JournalistIn sein->Agenda haben (J2:258-263)
- MedienmacherInnen möchten jemanden der/die alles kann (Elaboration)
- Meinungen von NN: Beängstigend
- Meinungelemente: Grenzen der Maschine
- Mensch als Gatekeeper
- Mensch sollte Gatekeeperfunktion behalten
- Mensch: Daten in Kontext stellen (Elaboration)
- Mensch: Notwendig- Kontrolle der Maschine
- Menschlicher Bezug ist wichtig - Vertrauen größer ("ah diese Person ist JournalistIn") (J2:181-188)
- Mitgestaltungsmöglichkeit (Inhalte Überprüfen, Agenda haben)
- Mühsame Recherche
- Mühsame, zeitintensive Recherche (Pressreise) - schneller Überblick hilfreich (J2:395-405)
- Nachbearbeitung
- Neue Blickwinkel durch NN
- Objektive Berichterstattung: Auswahl der InterviewpartnerInnen bereits eine Meinung (J2:248-255)
- Objektive Berichterstattung: JournalistInnen haben eine Agenda (J2:258-263)
- Objektive Berichterstattung: Kritisch zu betrachten ("gibt es de facto nicht") (J2:248-255)
- Offenlegung von Finanzierung (Pressreisen) (J2:329-336)
- Offenlegung von Lücken ("das konnte ich nicht in Erfahrung bringen ") (J2:329-336)(J2:329-336)
- Offenlegung: Transparenz wichtig, die zeigt, dass es nicht "objektiv" sein kann (J2:329-336)
- Österreich: Entwicklung etwas langsamer (nicht die ersten)
- Österreich: Konkurrenzdenken (J2:625-634)
- Österreich: Weniger Bereitschaft gemeinsam zu arbeiten (eher durch persönliche Beziehungen möglich) (J2:625-634)
- Output wird besser, wenn mehrere P. beteiligt sind (J2:563-567)
- Persönliche Erfahrung: Radio: Arbeiten mit Technologie pos.
- Pflicht öffentlicher Stellen Daten zu Verfügung zu stellen
- Print- und Onlinejournalismus als Einzelkampf
- Problem: Zu wenige sehen sich auf der technischen Seite (J2: 446-450)
- ProgrammiererInnen im Journalismus: Verständnis und Medieninteresse wichtig und ausreichend (J2:475-461)
- ProgrammierInnen haben Impact in Redaktion durch ihre Skills (J2:469-474)
- ProgrammierInnen: Erwartung: Arbeiten sich gut ein in Thematiken (J2:457-468)

- Programmiersprache (Dialog zwischen J2 und I) (J2:510-519)
- Proposition: Analysetool für die Redaktion wird gewünscht
- Proposition: Grenze des AJ wenn Mensch nicht mehr Teil davon ist
- Proposition: Kooperation
- Proposition: Umgang mit automatisch erstellten Text
- Proposition: Veränderung hin zu Datenschwerpunkten/ Programmierkenntnisse
- Schwierigkeit des Datenzugangs öffentlicher Stellen
- Spaß an Teamarbeit
- Teamarbeit: Kommunikation herausfordernd aufgrund unterschiedlicher Arbeitswege (J2: 610-615)
- Textgenerierung: Von Statistikunternehmen Zusammenfassungen zu bekommen (I: InterviewerIn indiziert) (J2:388-393)
- Tools die Daten erheben wäre sehr hilfreich (J2: 125-127)
- Tools zum Datenerheben hilfreich
- Tools: Nachprüfen notwendig (Fehler immer möglich) (J2:166-174)
- Tools: Vergewissern, dass Maschinen gut arbeiten (J2:166-174)
- Transparenz für Objektivität
- Transparenz im Sinne von Agenda (politische Verbindungen von JournalistInnen/ArbeitergeberInnen (J2:325-328)
- Transparenz: Offenlegung: Finanzierung, Agenda, Quellen
- Traum: Tool das Texte transkribiert (J2:158-159)
- Überlegungen zur Arbeitsmöglichkeit: Datenrecherche aber nicht Programmieren
- Ungleiche Machtverteilung durch Maschine
- Ungleichgewicht: JournalistInnen und PressesprecherInnen/ pol. VertreterInnen (J2:294-302)
- Unterschiedliche Denkvermögen
- Unterschiedliche Eignung und Voraussetzungen (J/P) (J2:469-474)
- Unvorstellbar, dass Maschine Medien übernehmen
- Validierung: Science Fiction
- Veränderung journalistischer Arbeitswelten
- Veränderung journalistischer Arbeitswelten (J2:496-500)
- Veränderung journalistischer Arbeitswelten (J2:504-508)
- Verlangen von Programmiersprachen
- Verschiedene Sichtweisen verbessern Output
- Vertrauen in die Maschinen: Vermittlung von wahren Nachrichten (J2: 194-196)
- Vertrauen: Bezug von LeserInnen zu JournalistInnen (schafft Vertrauen)
- Vertrauen: Schwierigkeit ist Vertrauen in Maschine ("wahre" Nachrichten)
- Vertrauen: Transparenz (Maschine dahinter)
- Verursacht Druck, wenn engen Arbeitsstätte nicht über die Software verfügt (J2:653-656)
- Vorstellungen: Spracherkennung (Texte werden gesprochen und dann erfasst) (J2:213-214)
- Wenige J. sehen sich auf technischer Seite
- Wettrennen von Einsatz der Tech. (J2:643-649)
- Wichtig für RezipientInnen: Es sind Menschen dahinter (Vertrauen) (J2:181-188)
- Wunsch nach gemischten Team (JournalistInnen wollen eher schreiben) (J2:446-450)
- Zukunft: Arbeiten in Teams
- Zukunft: Koopreation innerhalb der Unternehmen und mit anderen Medien (J2:610-615)

### J3

255 Kodes:

- "Alles andere ist PR"
- "Innovation" eher als Informationsdienst
- "Luxus des Checks"- Arbeit und Zeitdruck
- "Quantensprung" notwendig
- Aber sie werden nie draufkommen, was wird nicht gesagt und warum nicht.
- Abhängig weniger von JournalistInnen, als von Rahmenbedingungen
- Abschreiben der Veröffentlichung anderer Medienunternehmen
- Abseits von Textgenerierung: Übersetzung durch AJ
- Ähnliche Ergebnisse des Content von AJ
- Ähnliche Formulierungen
- AI greift auf öffentliche Quellen zu/ bereits vorhandene Texte
- AI: Vereinheitlichung des Sprachspektrums
- AJ für Unternehmen: Ev. Druck es auch zu verwenden
- AJ für Unternehmen: Wenn Geld und Kapazitäten für mensch. Content fehlen
- AJ Grenzen: Aktuelle Themen die an der Tagespolitik hängen
- AJ Grenzen: Inhalte bewerten
- AJ Grenzen: Konsequenzen zu ziehen
- AJ Grenzen: Kontext erkennen
- AJ ist an dieser Entwicklung nicht schuld
- AJ ist ein Nachrichtendienst/ Informationsdienst
- AJ ist kein Journalismus
- AJ ist komplex
- AJ kein Mehrwert (kann sich jeder kaufen)
- AJ könnte Überblick verbreitern
- AJ Möglichkeiten: Special- Interest- Bereiche
- AJ Möglichkeiten: Technikseiten, Immobilien, Bildung
- AJ: Auswerten der Quelle mit Übersetzungen (internationale Quelle multilingual)
- AJ: Bessere und Schlechtere Software
- AJ: Es geht "nur" um Zahlen
- AJ: Es gibt verschiedene Anbieter
- AJ: Filtern von großen Datenmengen (DJ)
- AJ: Kann keine Lücke aufspüren
- AJ: Kein großer Mehrwert für Unternehmen (Vereinheitlichung der Sprache)
- AJ: Leistbarkeit der Software
- AJ: Mehr Geld-Teurere Bots - bessere Bots?
- AJ: Stilistisch eingeschränkt (keine nette "Schreibe")
- Angebote muss hervorstechen
- Angepasste Inhalte für Zielgruppen generieren können
- Annahme: AJ liefert Hinweise auf Themen die signifikant öfter vorkommen
- Annahme: AJ recherchiert selbst und "strickt" Inhalte zusammen
- Annahme: Bot behinhaltet "Schieberegler" für Zielgruppen
- Annahme: Software in der selben Klasse liefert sind ununterscheidbar
- Anpassung an Zielgruppe
- Arbeit und Zeitdruck (besonders Online-Journalismus)
- Artikelrelevanz und SEO
- Artikelrelevanz (Ranking in den Suchmaschinen)

- Aufgabe von J und AJ: Zusammensuchen und Verdichten
  - Aufgriff spezieller Themen (Mehrwert für LeserInnen generieren)
  - Aufwand der menschlichen Aufsicht
    - Aufwand der notwendigen Aufsicht
  - Aus Menge von Meldungen weitere Meldungen generieren
  - Ausschluss von Haftung (Softwareunternehmen)
  - Auswahl der AI (warum kam diese Entscheidung zustande)
  - Auswahl der Meldungen nach Algorithmus
    - Automatisierte wird Günstige ersetzen
  - Black-Box-Konzept verführt zum nicht-denken
  - Black-Box: Problematik
  - Bot generieren seelenloseren Content
  - Bräsenticker, Wetter
  - Content muss sich von anderen unterscheiden
  - Content der nur dort angeboten wird
  - Content von Medienunternehmen/ Pressagenturen
  - das Automatisierte wird das Günstige ersetzen
  - Daten "rattern" in ein Schema
  - Daten bereits seit Jahrzehnten automatisiert verfügbar
  - Daten in Kontext setzen (Verbindungen herstellen)
    - Daten: Nur abrufbares Wissen verfügbar
  - Definition zu Journalismus (alles andere ist "PR")
  - Differenzierung: Kontrolle und Auswahl durch Menschen
  - Differenzierung: Menschen können Intention erkennen und bewerten
  - Dinge, die sonst nie erfasst wären, kommen vor
  - DJ: Dort müssen JournalistInnen eher geschult werden
  - Durchsuchen von Quellen
  - E-sprachiger Raum schneller
  - Echte Erweiterung: Kurzabstrakt (aber ev. Science Fiction)
  - Eingeständige Recherche von AJ: Findet nur Daten, die verfügbar sind
  - Einheitsbrei statt mit Liebe ausgesucht
    - Einsparung und Entlastung: Zeitdruck (abseits Journalistischer Ehrengrundsätzen)
  - Elaboration: AJ kein Journalismus- Semi-Automatisierung seit Langem
  - Elaboration: Elaboration: Intention einer Nachricht erkennen, bewerten, auswählen, beschreiben: Sensible Inhalte wie Todesfälle, Kriminalitätsstatistiken usw.
  - Elaboration: Fehlende Nachvollziehbarkeit der NN-Entscheidungen
  - Elaboration: Grenzen: Bewertung und Recherche der Inhalte
  - Elaboration: Luxus (mensch.- generierter Content)
  - Elaboration: Mensch. Rolle: "Journalismus ist schreiben, was jemand nicht lesen will"
  - Elaboration: Nachrecherche (fehlende Komponenten erkennen)
  - Elaboration: SEO (brutal)
  - Elaboration: Sozialpolitische Themenstellungen (Ungerechtigkeit, Beschäftigung, soziale Aspekte, Angebote)
  - Elaboration: Wortwitz und Ironie momentan nicht möglich
  - Entscheidung: Mensch muss Preetexte auswählen
  - Entwicklung (Wortwitz und Ironie)
  - Ergebnisse aus einer "Datenleitung"
  - Erkennen des Kontext
- Erklärung: Unterschied AI und AJ (Interviewerin und J3 im Dialog)
  - Erläuterung: Einschreibung in Programmen, Abschluss von Haftung von Unternehmen, KI - eigenständig Werbung?
  - Erstellung auf Basis selbständig gesuchten Inhalten (Netz)
  - Es kommt auf die Tech. an (AI/ oder AJ regelgeleitet)
    - Fehlendes Kontextverständnis einer KI
  - Fehlerfreiheit und Sprache (E/D) I: Indiziert
  - Feingefühl im Umgang mit Menschen
  - Filtern, Strukturieren, Zusammenfassen
  - Formulierung adäquat einsetzen
  - Formulierungen (Grenzen)
    - Frage des menschl. Aufwandes und Aufsicht stellen
  - Frage nach der menschlichen Aufsicht
  - Früher: Zeitung ausgewählt aufgrund von Blattlinie, Tradition oder Kostengründen
  - geht bei AJ verloren
  - Geschwindigkeit
  - Gewöhnen sich LeserInnen an die optimierten Inhalte?
  - Gleichsetzbarkeit von Übernahme von Agenturmeldungen und automatisierte Textgenerierung
  - Gleichsetzung von Meldungen der Nachrichtenagenturen und AJ
  - Gratis-Content: "Schrott" von Medienunternehmen
  - Gratis-Content: Wird weiter aufbereitet
  - Grenze zwischen Informationsdienst und Journalismus fließend
  - Grenzen der AI: Intention zu erkennen und bewerten
  - Grenzen zwischen AJ und Journalismus fließend
  - Grenzen zwischen Werbung und redaktionellen Inhalten erkennen
  - Häufigeres Vorkommen: Ev. Trend, der zu thematisieren ist
  - Heuristiken zum Vermeiden von Fehlern (Redaktion)
  - Heuristiken zur Vermeidung von unsachgemäßen Gebrauch von Begriffen und Inhalten
  - Heuristiken: Bei sensiblen Begriffen (Menschliche Kontrolle wird verlangt)
  - Heuristiken: Sprachliche Einschränkungen
  - Hilfreiche Hinweise geben in der Nachrichtenlage (im Netz)
    - Hochwertiger Content- Kostenpflichtig/ Schrott- gratis
  - Idealfall: Menschen sind angestellt
  - Idee: A liefert Themen und Kurzabstrakts (pos.) inkl Quellen
  - Idee: AI schreibt für andere AI
  - Im Kontext der journalistischen Nachfrage verstehen
  - Individualität der Inhalte: "Überall nur das Selbe"
  - Inhalte die im Netz oder Datenpool verfügbar sind
  - Inhalte je nach VerfasserInnen einen anderen Charakter (Kontext)
  - Inhalte liegen einer Intention zugrunde
  - Inhaltliche Lücken aufsprühen
  - Intensiv recherchierte Inhalte (solide zusammengeschrieben)
  - Intention der Quelle (Reflexion möglich)
    - Intention und Kontext der Inhalte für KI nicht verstehbar
  - Interesse von JournalistInnen (nehme ich das rein?)

- Internet: UserInnen können sich viel Infos selbst besorgen
- Investition in Qualität der Bots
- JournalistInnen haben ihre Nachrichtenquellen
- JournalistInnen sparen UserInnen Zeit (Artikel nur lesen nicht verfassen)
- Journalistische Grundsätze gelten weiter
- Journalistischer Anspruch
- Journalistischer Anspruch: Abseits davon zu schreiben
- Journalistischer Anspruch: Zeit in Kontrolle investieren
- Journalistisches Gespür notwendig (zb. was fehlt?)
- Kein Journalismus (keine Nach-Recherche)
- Kein Journalismus, noch AI
- keine KI notwendig (wenn die Zahl bereits etwas aussagt)
- keine Recherche
- Kontrolle des Content und Aufwand
- LeserInnen fällt es zum Großteil nicht auf
- LeserInnen Grund geben um Content zu rezipieren (online)
- LeserInnen merken vielleicht Unterschied
- Luxus der Nachfrage: Individuelle Auswahl und Betrachtung
- Luxus der Nachfrage: Recherche
- Luxus kostet und ist zum Überleben nicht notwendig
- Luxus: Nicht unbedingt notwendig
- Manipulation der Daten erkennen
- Medienangebote sollten unterscheidbar sein
- Medienhaus ist dafür verantwortlich
- Medienunternehmen ziehen bei Ressourcenknappheit mit
- Meldungen mit minimalsten menschlichem Zutun gibt es bereits
- Meldungen von N-Agenturen: Text wurde von Mensch ggf. korrigiert
- Mensch nicht ersetzbar (Einschätzung und Bewertung von Inhalten)
- Menschen generierte Meldungen "am austerben"
- Menschlicher Touch nicht möglich (Konklusion)
- Menschlicher Touch: Auswahl der Inhalte von RedakteurInnen
- Mittelfristig gedachte Strategie (SEO)
- Möglichkeit: Kurz-Abstracts und Themen liefern
- monatliche Beitrag
- Nachfragen notwendig
- Nachfragen/ Nachrecherche fehlender Informationen
- Nicht-Erfüllung journalistischer Ansprüche durch AJ
- Nischenbereiche
- Notwendigkeit von Whistleblower die Informationen zu Verfügung stellen
- Nur der Mensch kann sich fragen: "Wo ist der Haken?"
- Ökonomischer Mehrwert (kostenpflichtige Angebote)
- Online-Journalismus
- Optimierung auf Klicks (SEO)
- Output wird sich verbessern
- politische Ausrichtung der Datenherkunft reflektieren
- Politische Entscheidung was veröffentlicht wird
- politische Entscheidungen
- Premium-Content
- Presstexte werden übernommen und nicht als diese ausgewiesen
- Problem: AI produziert nach SEO-Kriterien
- Problem: Fehender Witz, Geschmack, nette Formulierungen
- Problem: Sichtbarkeit gut recherchierter Artikel
- Problem: Zeit kostet messbar Geld
- Prognose von J3 (ist sich darüber nicht sicher)
- Proposition: Abregrenzung vom Markt
- Quellen: Auch UserInnen könne selbst zusammensuchen (gutes Niveau möglich)
- Rahmenbedingungen: "Luxus des Checks"
- Rahmenbedingungen: Nachfrage
- Rechtliche Rahmenbedingungen: Werbung (Einschränkungen)
- Schwierigkeit: Datensätze (Herkunft)
- Sehr gute KI kann möglicherweise durch Begriffe möglich Inhalte richtig einordnen
- Sensibilisierung notwendig (Intention hinter Texten) und Grundwissen um Funktionsweise
- Sensibilisierung stärken: Luxus der Nachfrage, der individuellen Auswahl/ Betrachtung und Recherche
- Sensibilität für den Luxus der Nachfrage
- SEO als Risiko
- SEO-Optimierung: Bot- Verengung der Sprache
- Sichtbar wie Inhalte zusammengesucht werden könnten
- Skills notwendig die für JournalistInnen generell notwendig sind
- Skills: Intention dahinter erkennen
- Skills: Journalistisches Können, seit 100 Jahren
- Skills: Sensibilisierung für aktuelle tech. Entwicklung notwendig
- Skills: Verständnis für die Funktion von AJ
- Social-Mediaplattformen und Suchmaschinen als Gatekeeper
- Software wird mundgerecht angeboten
- Software: AnwenderInnenfreundlich
- SoftwareanbieterInnen: AGBs
- Sprachniveau an Zielgruppen anpassen
- Statistiken und Datensätze kontrollieren
- Steigerung und das Sinken von Werten/ neg. oder pos.
- Stelbstständiges Erstellen von Texten
- Stellenabbau
- Stilistische Angleichung ("fad")
- Szenario: SEO - nicht optimiert kommt wird vl. eher angenommen
- Tagesaktuelle Dinge werden weiterhin angeboten
- Teilweise Veröffentlichung mit "eigener" Quelle
- Texte können von JournalistInnen weiterverwendet werden
- Texte sind komisch
- Themen finden die aufgreifbar sind
- Transparenz (Quelle des Textes)
- Transparenz (Quellen ausweisen) wäre für AJ leicht zur realisieren
- Transparenz: Quellen leichter ausweisbar durch BOT
- Trotzdem Breite behalten
- Überprüfung der Inhalte kostet Zeit
- Unersetzbarkeit: Erkennen und Bewerten der Intention (siehe E. neg. GH)
- Unterstützung/Erweiterung (Überblick, Filtern, Übersetzungen)
- UserInnen nehmen sich nicht die Zeit zur Nachrecherche
- UserInnen suchen sich nicht konkrete Portale sondern bekommen Inhalte durch Suchanfragen oder Social-Media-Plattformen
- Varierung des Textes nach Datenlage
- Verantwortung (I: Induziert)
- Vereinheitlichung der Sprache

- Verengte Sprache
- Verengung des sprachlichen Spektrums
- Vergleich Print (Druckfreigabe) und Online (tlw. ohne Freigabe)
- Verständnis von Kausalität und Korrelation fehlt AI
- Vorauswahl der Inhalte
- Vorstellung von AI
- Vorteile des AJ: Einsparung menschlicher Arbeitskraft
- Vorteile des AJ: Hohe automatisierte Aktualität (mühsames editieren würde wegfallen)
- Vorteile des AJ: Zeitersparnis
- Weltbild zur Interpretation notwendig
- Wenn Quellenzugang gegeben -leichter im Umgang
- Zeitdruck bei der Contentproduktion (nachrecherche nicht immer möglich)
- Zukauf von Content und Weiterverarbeitung
- Zukunft: Arbeit unter Zeitdruck mit personelle Unterbesetzung
- Zukunft: Differenzierung und Nischenangebote
- Zukunft: Nicht von menschlich generierten Inhalten zu unterscheiden
- Zukunft: Personelle Unterbesetzung- Arbeitsaufkommen verringert sich nicht
- Zusammensuchen von Inhalten: JournalistInnen - Zeitersparnis für LeserInnen
- „Journalismus ist das zu schreiben, was =was jemand nicht 746 lesen will, alles andere ist PR“.
- Einsatz von Roboter
- Einsatz wo nicht Wert darauf gelegt ist, dass es von Menschen generiert wurde
- Einsparungen- Jobverlust- Wegfall von Einstiegs-möglichkeiten
- Elaboration: Langfristig keine Nachfrage
- Elaboration: Nachteile für J.
- Elaboration: Roboter als Populist
- Entscheidungen treffen lernen (KI)
- Entscheidungsmacht und Verantwortung
- Feedback
- Firmenaussendung (vernünftig)
- Füttern
- Geringer Nutzen- System Journalismus wird scheitern
- Grundimpulse der AJ
- Hinter AJ stecken Menschen
- Hinter Roboter steht Mensch mit Intention
- hohe Datenmenge
- Human-generated als "Besonderes"
- Hype um Technologie
- In Zukunft weniger Stellen
- inhaltlich kein journalistischer Einfluss
- Investition in Korrekturmaßnahmen
- Jobverlust
- Journalismus in der Form in Zukunft nicht möglich
- Journalismus: Vermitteln von Wissen
- Keine Zukunft des J in der heutigen Form
- Koexistenz und Grenzen AJ
- Kommentare und Bewertungen
- Konstruierte Meinung des AJ auf Basis des Durchschnittes
- Kontrolle bei Eigendynamik
- Kontrolle durch den Menschen
- Kontrolle über Maschinen
- Korrektur notwendig bis selbstständig gut funktioniert
- kritische Auseinandersetzung
- Langweilige Tätigkeiten
- Langweiliges
- Leichtfertiges Hergeben von Daten
- Luxus
- Machine-to-Machine-Learning
- Meinung der Masse
- Meinung von NN als konstruierte Meinung
- menschliche Komponenten in Journalismus wichtig
- menschliche Komponenten wichtig (I:Induziert)
- menschlicher Kontakt (Vergleich)
- Mögliche Ablehnung der LeserInnen (automated generated content)
- Möglichkeiten
- Motivation
- nicht für alle nutzbare Chance
- Nimmt JournalistInnen Arbeit weg
- Nur C bleibt übrig
- persönlicher Touch nicht möglich
- Politik
- politische Blattlinie
- politische Themen
- Produzieren mit weniger Ressourcen
- Reduktion von Gefahr (Kriegsgebiete)
- reine Fakteninformation
- Resignation
- Science Fiction
- Selbständiges Lernen
- Sensible Berichte (Mord)
- Sinnhaftigkeit
- Sinnhaftigkeit von AJ (Kontext: Agenturtexte)
- Skynet
- Sozial sensible Themen

#### J4

115 Kodes:

- (Fehlende) Wertschätzung journalistischer Arbeit
- Abbruch des Experiments
- Abgabe von Entscheidungen- Befehle zur Recherche
- Abwägen kann ein AI und AJ nicht
- AI: Hinarbeit auf den Durchschnitt
- AJ als Hype/ AJ wird von Publikum nicht angenommen- Produkte einer Maschine uninteressant
- AJ hat Grundtenor
- AJ wird Populist
- Algorithmus kann Feinheiten und Abwägen nicht
- Anwendungsbereich: Fakteninformation
- Automatisiert produzierte Texte (nicht Wert von Menschen geschrieben zu werden)
- AutorIn ( politische Orientierung)
- Begleittext zu Inseraten ("furchtbar fad")
- Beispiel
- Bereiche des sinnvolles Ersetzens
- Bereiche mit wenig Einfluss auf Inhalte
- Berichterstattung (das Grauslige)
- Bilanzberichte
- Bilanzgeschichten
- Blattlinie
- Blogs, Social Media
- Chance: Filterung der hohen Contentmenge
- Contentfilterung
- Datenmenge (fehlender Überblick)
- Datenschutzgrundverordnung
- Digitalisierung
- Drohengestützt
- Durchsetzung von AJ: Umbruchphase und Digitalisierung Relevanz des "human-generated Journalism" in Zukunft als Luxusgut
- eigene Sprache (menschlich nicht nachvollziehbar)
- eingeschränkte Verdienstmöglichkeiten
- Eingriffsmöglichkeit

- System des Journalismus am Leben erhalten durch Technologie
- Transparenz (Grundtenor, politische Richtung)
- Transparenz (Quelle des Textes)
- Übermittlung von Daten an JournalistInnen
- Umbruch (vgl. industrielle Revolution)
- Umgang mit Daten
- Unfallberichterstattung
- Unternehmensaussendungen, Pressekonferenzen
- Unternehmensberichten
- Unvorstellbar in Politik
- Veränderung journalistischer Arbeitswelten
- Verantwortung (I: Induziert)
- Vermehrte Kontrolle zu Beginn
- Wegfall des Berufes "JournalistIn"
- Wegfall einfacher Tätigkeiten (Voluntariate, Praktika)
- Wertschätzungsthematik gegenüber JournalistInnen
- Wissen vermitteln
- Wissen, dass selbst vermittelt werden möchte
- Zeitersparnis
- Zielvorgaben (für wen schreibt AI)

## J5

279 Kodes:

- "Perfektion" der Maschine
- "Roboter" als "innovativ": Entmystifizierung, Enttäuschung
- "Wie kommt das beim Publikum an?"
- Achtsamkeit und Folgenbewusstsein
- AI würde Social Media einbeziehen
- AI: Als Schlagwort und ein Branding
- AI: Erkennen von PR, Lobby und "versuchten" Journalismus (inwieweit möglich) (J5: 495-500)
- AI: Fake News- Problematik
- AI: Gefahr "Fake News"
- AI: Geklaute Geschichte/ Aspekte der Geschichte
- AI: Gewichtung der Inhalte
- AI: Impact auf inhaltlichen Output
- AI: Ist LeserInnen und HörerInnen nicht klar
- AI: Künstliche Intelligenz beliebter Begriff- steht für Innovation (J5: 560-565)
- AI: Künstliche Intelligenz steht für Fortschritt (J5: 560-565)
- AI: Lösungsvariante: Zitation aller Quellen (inkl. aller Trainingsdaten)
- AI: Schutz vor fremde Zugriff
- AI: Stärke liegt in der Sammlung von allen Nachrichten (J5:541-544)
- AI: Welche Komponenten (inhaltlich und quellentechisch) werden berücksichtigt (J5: 490-495)
- AJ als Innovation anpreisen.
- AJ als Innovation im Sinne von Image
- AJ als Unterstützung: Redundante Tätigkeiten, Übersetzung, Unterstützung bei Recherche
- AJ sollte als Werkzeug verstanden werden
- AJ: Vorhersagen treffen, Daten ordnen und kategorisieren
- AJ\_Fähigkeiten: Daten ordnen, kategorisieren, priorisieren, Vorhersagen zu treffen
- Aktive Rolle der JournalistInnen im AJ?
- Algorithmus verlässlicher als Mensch
- Algorithmus: Social Media
- Altruistisches Denken (vor gewinnorientiertem) (J5: 688-697)
- Andere Maßstäbe wenn Maschinen zu "JournalistInnen" gemacht werden

- Angst: Ersetzbar durch Maschinen (außer für neuen Kollektivvertrag) (J5: 661-666)
- Angst: Neue Kollektivverträge (schlechtere Konditionen) (J5: 661-666)
- Angstmache um Verlust Wegfall geistiger Flucht
- Anthropomorphismus: AJ kreiert und Namen gegeben
- Anthropomorphismus
- Anthropomorphismus: AJ bekommt Namen (Wert darauf gelegt)
- Antropomorphismus: Namensgebungen- Angst vor Tech nehmen
- Arbeitsplätze fallen weg- JournalistInnen sich selbst neu definieren
- Arbeitsplätze: Angst vor Jobverlust
- Arbeitsplätze: Jobverlust
- Arbeitsplätze: Möglichkeiten für JournalistInnen sich neu zu erfinden
- Aufbau einen Mythos
- Aufklärung betreiben
- aufregen, diskutieren, inspirieren
- Auseinandersetzung mit dem Output
- Außenwirkung des Roboters ist wichtig
- Austausch über den Output
- Automatisierte Aufarbeitung der Nationalratsitzung
- Autonomie wahren (Demokratie wahren) (J5:713-719)
- Begeisterung
- Begeisterung für AJ "Innovation"
- Beginn im Print (J5:666-668)
- Beispiel: Tweets und nachfolgender Börsencrash
- Bereich die Maschine besser kann als der mensch
- Bereiche ohne Emotionalität
- Bereiche ohne Forderung
- Beschäftigung mit KI: Soll Interessen an Visionären zeigen (J5: 566-574)
- Bewusstheit: Spielerischer Umgang nimmt Angst vor Tech - den Bogen aber nicht überspannen
- Bewusstsein für Wert des Journalismus
- Blenden lassen von Äußerlichkeiten vermeiden
- Bots von Social-Media-Plattformen (J5: 527-536)
- Daten: Datensicherheit, Datenschutz, Urheberrecht
- Datenmacht der Konzerne (J5:713-719)
- Datenmengen (Recherche) (DJ)
- die Nüchternheit der Maschine
- Die Welt gestaltet die Nachrichten
- Druck: ArbeitnehmerInnen arbeiten ev. mehr (J5:668-675)
- Druckausübung auf JournalistInnen (J5:666-668)
- Durch Begriffe Lebensgefühl vermitteln (J5: 560-565)
- Einbinden in Artikel
- Einsatz: Politischer Rahmen
- Einsparungsmöglichkeiten (auch von MitarbeiterInnen) durch AI (J5:654-661)
- Einverständnis der UrheberInnen der Trainingsdaten
- Einzelkampf am Abklingen
- Elaboration: Keine Scheu und die Perspektive: Was können "wir" tun?
- Elaboration: Konstruktion von KollegIn, Bewertung des Publikums- Konkurrenz
- Elaboration: Maschine haben keine Bedürfnisse (Urlaub, Versicherung)
- Elaboration: Mehr tech. Expertise notwendig bei Sensible Themen
- Elaboration: Recherche, Autoamtische Zusammenfassung, Vielschichtigkeit der Daten einen, Mehr Zeit.
- Elaboration: Redundant, nicht forderdernd
- Elaboration: Teil der Markenpflege, Aushängeschild

- Elaboration: Wahrnehmung des Publikums, mögliche Folgen des Einsatzes
  - Entlastung mühsamer Tätigkeit (Redundanz)
    - Entlastung von Mühsamer, Tätigkeit
  - Erfahrungsaustausch zwischen Medienhäuser wichtig über Einsatz und Sinn von AJ und AI (J5:613-622)
    - Ersatz von J. Tätigkeit in Bereichen die sinnvoll sind
  - Ethische Grenze von Social-Engineering (J5: 527-536)
  - Ethische Grenzen nicht überschreiten-> zieht Probleme nach sich
  - EU- Datenschutzgesetz
  - Fakenews
  - Fakten
    - Fehlende Nachvollziehbarkeit NN: Gewichtung durch NN
    - Fehlende Transparenz: Einsatz und Erklärung
  - Fehler
  - Finanzielle Situation von Medienhäusern (J5:654-661)
  - Frage: Material mit dem sich die Maschine selbst füttert
  - Fragen die zu klären sind
  - Fragen: Aus Gelerntes Neues bilden (neuronale Netzwerke)
  - Fragen: Zufriedenheit der UrheberInnen eineR von vielen zu sein
  - Fragen: Zugständnis der Lehrfähigkeit und Eingeständigkeit gegenüber der Maschine
    - Für Nachprüfbarkeit tech. Verständnis notwendig
  - Fußballergebnisse
  - Garantie der Verlässlichkeit von Medienhäusern (J5:640-650)
    - Gefahr der Unterwerfung schlechter werdender Bedingungen (Druck durch mögliche Ersetzbarkeit)
  - Gefahren AI: Hintergrund- Manipulation von Inhalten durch Bots (J5: 527-536)
    - Gegenseitige Kontrolle im J
    - Gemeinsam/ Sich zusammentun, Neudefinition von JournalistInnen
  - Geschichten von Menschen für Menschen (JournalistInnen für RezipientInnen)
  - Geschützter Rahmen (Kontrollmöglichkeit)
  - Grenzen: Vermenschlichung von Maschinen
  - Grenzen: Was wollen wir Maschinen zugestehen
  - Gründe und Einsatzbereiche an RezipientInnen vermitteln
    - Handhabbare Lösungen ohne viel technisches Verständnis
    - Hintergrunddaten und Manipulierbarkeit
  - Hybridlösungen: Es werden sich darüber keine Gedanken gemacht (J5: 688-697)
  - Hybridlösungen: Müssen ausprobiert werden (J5: 688-697)
    - Idealisierte Zukunft: Unterstützung in Kreativprozessen und Befreiung aus zeitlichen Korsett
  - Idealisierte Zukunftsvorstellung: AI durchforstet Daten und gibt Zusammenfassung (J5:808-818)
  - Idealisierte Zukunftsvorstellung: AI gleich passende ExpertInnen ausweist (J5:808-818)
  - Idealisierte Zukunftsvorstellung: AI liefert Vergleichsdanten (bereits verfasste Artikel) (J5:808-818)
  - Idealisierte Zukunftsvorstellung: AI unterstützt beim Kreativprozess (J5:808-818)
  - Idealisierte Zukunftsvorstellung: AI unterstützt und das einschränkende Korsett der aufhaltenden Arbeit abzulegen (J5: 818-822)
- Idealisierte Zukunftsvorstellung: Recherche-Arbeiten (J5:808-818)
    - Impact durch Fehlermeldungen
  - In Konkurrenz mit AI treten (möglich)
  - In Konkurrenz treten/ Vergleich mit dem Roboter (inkl. Namen)
  - In Konkurrenz treten: Ethische Grenzen
  - In weiterer Folge: Beeinflussung von JournalistInnen (J5:541-544)
  - Interdisziplinäre Forschung notwendig
    - Journalismus (menschl.) als Luxusgut
    - Journalismus der Zukunft gestalten: Altruistisches Denken notwendig in der Entwicklung. "Was machen wir mit KI?"
  - Journalismus gibt gesellschaftliche Wahrnehmung wieder
    - Journalismus lebt von Emotionalität (Menscheln)
    - Journalismus von Menschen als Luxusgut
  - Journalismus: Eingeschränkte Verdienstmöglichkeiten (J5:654-661)
  - Journalismus: Entwicklung der Welt- kein "Freece"
  - Journalismus: Rolle neu definieren (J5:634-640)
  - Journalismus: Themen aus verschiedenen Positionen beleuchten und porträtieren (J5:634-640)
  - JournalistInnen können Neues schaffen (J5:818-822)
  - JournalistInnen sind Kreative (J5:818-822)
  - JournalistInnen verwendet (nur) es als Tool
  - JournalistInnen-Netzwerk (JournalistInnen nutzen Plattform) (J5:708-712)
  - JournalistInnen: Keine Scheu vor Neuem (J5: 609-612)
  - JournalistInnen: Spielerischer Umgang mit Programmierung und AI (J5: 609-612)
  - JournalistInnenmacht nicht abgeben (Daten durch Toolnutzung den Konzernen überlassen) (J5:713-719)
  - Journalistischer Wert: Bemühen -menschliche Komponente vorhanden
  - Keinen Sinn mit Maschine in Konkurrenz treten
    - KI = Innovation, nur Branding
    - KI = Innovation, Visionäres Denken fehlt
  - Klarheit und Transparenz: AJ als Programm
  - Klärung der Datenverwendung
  - Klärung der Einsatzgebiete
  - Klärung der Verwendungsrechte (Zitation)
  - Klärung des Stellenwertes der Software
  - Klärung des Stellenwerts von AJ intern
  - Klärung wie Quellen ausgewiesen und dargestellt werden sollen
  - kleinere Gruppe im Journalismus
  - Konkurrenz (KollegInnen-Roboter)
  - Konkurrenz mit Maschine
  - Konkurrenzdruck
  - Kontrolle der Algorithmen (Handlungsmacht und Einflussnahme)
  - Kooperation, Übersetzung
  - Kooperation/ Tool
  - Kooperation: J und KI (sprachliche Anweisungen durch Durchführung)
  - kooperative Möglichkeiten
  - Kritisch an Technik herangehen und Aufklärung betreiben (J5: 650-653)
  - Kritische Fragen: Ethik des Menschen
  - Kritische Fragen: Journalismus in 10 Jahren (J5:682-688)
  - Kritische Fragen: Sinnvolle Einsatzgebiete in Zukunft
  - Kritische Fragen: Was macht AI mit der Gesellschaft und mit mir? (J5: 688-697)



- Kurzfristig ökonomisches Denken in Unternehmen (Maschine hat keine Bedürfnisse) (J5:668-675)
- Kurzfristiges Denken von Medienunternehmen
- Langfristige Planung ist notwendig (J5:676-682)
- Luxusgut: Maschinen übernehmen redundante Arbeit (J5: 629-634)
- Mahnende Beispiele
- Manipulation von Inhalten
- Maschine ist keine Kollegin und kein Mensch
- Maschine ist objektiver (keine Meinung,- Reportage, - Feature)
- Maschine: Es gibt "Freeze"
- Maschinen als diese betrachten (AJ\_Fähigkeiten)
- Maschinen als Unterstützung betrachten
- Medienhäuser müssen sich zusammenschließen (J5: 566-574)
- Medienhäuser sollten Kooperation miteinander eingehen (J5:708-712)
- Medienunternehmen: Überlegungen zu Etablierung und Positionierung in Zukunft
- Mehr Zeit: Sich mit Geschichten auseinandersetzen, mehr Platz und Zeit an einem Thema zu sein (J5: 629-634)
- Mensch funktioniert langsamer aber kann überlegen
- menschliche Kontrollinstanz
- Menschliche Namen sollen Angst vor Maschinen nehmen (sie kommt in Frieden)
- Menschlichkeit (das menscheln)
- Mögliche Enttäuschung der RezipientInnen
- Möglicher Verlust von JournalistInnen als ExpertInnen (J5:668-675)
- Nachvollziehbarkeit der Entscheidung
- Neu Aufbereiten für mehr Würde, Neue Strukturen- Internet der Dinge- Daten zu Verfügung stellen
- Nicht Maschine menschenähnlicher machen
- Nichtdurchsetzung rein faktenbasierter Inhalte
- NN Fehlende Nachvollziehbarkeit der Entscheidung
- Notwendig: Bewusstsein für Wert des Journalismus entwickeln (J5:719-723)
- Nutzung des AJ als Tool Frage der tatsächlichen Absicherung und Entlastung? Algorithmus vor fremden Zugriff schützen: Bereiche in denen Kontrolle über AJ behalten werden kann.
- Open Source- Verarbeitete Inhalte
- Output des Roboters nach menschlichen Maßstäben bemessen
- Physischer Produktionsraum
- Quasi-transparent: Lebewesen oder Imitation des Lebens?
- Raum für (gegenteilige) Meinungen zulassen (J5:775-779)
- Recherche
- Redaktion: Benennung des Programms und features (Roboter-RedakteurIn)
- Redundante Tätigkeiten
- Redundante Tätigkeiten können abgenommen werden (J5:634-640)
- Refugium der "einfachen Tätigkeiten"
- Reputation: NN und Eigenleistung, Freeze nicht möglich, Auswahl der Trainingsdaten
- Roboter als Programm- Endmystifizierung
- Rolle des Journalismus größer als gedacht (J5:640-650)
- Schichtdienst (mühsam)
- Schutz vor Manipulation notwendig (bei Miteinbeziehung von Social Media)
- Sensible Bereiche: Existenzgefährdete Inhalte (Konsequenzen für Menschen pos./neg.) (J5:550-552)
- Sensible Themen und stärkere Aufschlüsselung
- Sensible Themen, Impact von Falschmeldungen
- Sinnhaftigkeit der Vermenschlichung von Maschine
- Skills: Kontrolle und Korrektiv
- Spezialisierung kl. Gruppe von JournalistInnen
- Spielerische Näherung nimmt Angst
- spielerische Umgang
- Spielerischer Zugang zur Tech von JournalistInnen
- Spielerisches Näheren der Menschen an die Technologie
- Statt Wertlosigkeit des grammatikalischen Inkorrekten- Visionen der Zukunft (J5: 767-774)
- Technikgläubigkeit
- Technikgläubigkeit: Schwierigkeit der Überprüfung Korrektiv bei Einflussnahme?
- Technisches Verständnis (je investigativer und fachspezifischer)
- Ticker-Meldungen
- Tool als Hilfestellung
- Tools auch ohne tech. Verständnis nutzbar
- Toolnutzung (App)
- Training des Algorithmus
- Transparenz zu technischen Daten
- Überprüfung der Übersetzungen (fehlende Möglichkeiten)
- Übersetzung
- Übersetzung von Inhalten
- Unspektakuläre Nutzung (Software) inkl. Namen
- Unternehmen klingt weniger innovativ ohne AJ
- Urheberrecht (UrheberInnen müssen genannt werden- auch im Sinne der Reputation)
- Urheberrecht bei investigativen journalistischen Produkten
- UserInnen könnten menschlichen und automatisierten Content vergleichen
- Verantwortung
- Verantwortung bei Fehler und Irrtum
- Verlässlichkeit
- Verlässlichkeit (korrekte Ergebnisse)? Welcher Bereich? Wie ist Maschine trainiert? Was tun bei Fehlermeldungen?
- Verlässlichkeit auf der Metaebene (J5:640-650)
- Verlässlichkeit und Vertrauen (J5:775-779)
- Verloren gegangen: Gedanken machen, Neues probieren
- Vermeintliche Lösungen um Leben für JournalistInnen einfacher zu gestalten (J5:719-723)
- Vermenschlichung der Maschine
- Vermenschlichung der Maschine: JournalistInnen sollen nicht mitspielen
- Vermenschlichung: Überschreiten von ethischen Grenzen
- Verstehen der Funktionsweise
- Vertrauen der RezipientInnen in die Richtigkeit der Inhalte (J5:640-650)
- Vertrauen erarbeiten
- Verwendung der Maschine als Tool um Output besser zu gestalten
- Verwundert über geringen Entwicklungsstand
- Vielfalt des Journalismus: Gut aufbereitet und vertrauenswürdig (J5:640-650)
- Vision der Zukunft: AI - Befehle ausführend (z.B. Durchsuchen von Datenbanken) (J5:793-799)
- Vision der Zukunft: Das geschriebne Wort nicht verloren geht (J5:767-744)
- Vision der Zukunft: Gerechte Verteilung (J5:774-775)
- Vision der Zukunft: Infrastruktur der Medien neu aufbereiten (J5: 767-774)

- Vision der Zukunft: Kooperation zw. JournalistInnen und AI (J5:793-799)
- Vision der Zukunft: Orale Kommunikation/ das gesprochene Wort in den Vordergrund (J5: 767-774)
- Visionen der Zukunft: Internet der Dinge Wissen und Daten zu Verfügung stellt und Medien nutzen dies für sich (J5:780-786)
- Visionen der Zukunft: Tech. wird Menschen von Aufgaben befreien (z.B. Kamera) (J5:786-793)
- Was soll vermittelt werden?
- Weitere Risiken: Programmierung des AJ
- Wie ist die Maschine trainiert
- Wissen: Medienhäuser suchen nach Lösungen im J., ihre Etablierung und Positionierung (J5:9-13)
- Zeigen von Innovation
- Zentren der Datenmacht: Demokratiepölitisches Problem
- Zielformulierung des Algorithmus
- Zitation der Inhalte: "Werbung" indirekt für Medienunternehmen machen
- Zukunft gestalten: Interdisziplinär und gemeinsam
- Zukunft gestalten: KI als medienübergreifendes Großprojekt
- Zukunftsszenario: Medienhäuser, wie sie die Zukunft des J. gestalten können
- Zukunftsvisionen: Visionäres Denken (was wenige können) und Technikfolgenabschätzung gelingen nur interdisziplinär (J5: 566-574)
- Zusammenfassung (Idee)

## 6 J6 (E1)

### 95 Kodes:

- (A) Projekt: AJ -APP (NLP) nicht selbstlernend (E1:245-248)
- (A) Projekt: AJ -APP: Änderung erfordert menschlichen Eingriff (E1:245-248)
- AI: Noch kein Einsatz/ weit entfernt
- AJ: Einschränkung auf Bereiche mit festgesetzten Regelsystem
- Änderung der Organisationsstruktur: Soziale Folgen, Abläufe ändern, Strukturen schaffen, Geschwindigkeit, Arbeitsbereiche analytischer
- Änderung/ Schaffung von Organisationsstrukturen in Unternehmen
- Anhängigkeitsverhältnisse von DatenanbieterInnen
- Anwendung: Fragliche Sinnhaftigkeit begrenzter Bereiche- Unkenntnis über regionale Besonderheiten
- Art des Einsatzes und Hype ist neu
- Aufgaben für JournalistInnen analytischer
- Automatisierte Texte ausweisen
- Automatisierungsgrad nicht klar
- Chronikales aus Regierungsdatensätzen
- Chronikales- Belieferung Regionalzeitungen möglich
- Chronikales-Arbeitslosenstatistik: Informationen zu lokalen Gegebenheiten notwendig- sonst Fehlinterpretation durch AJ
- Chronikales-Arbeitslosigkeitssstatistik
- Cybernetic Newsrooms: Textbausteine: Mensch übernimmt aber noch Einordnung, Interpretation, Einschätzung
- Datenverarbeitung und Analyse: Interpretationsmuster in der Massenproduktion
- Dynamische Texte statt Lückentexte
- Eher in Datensätzen und Aufbereitung
- Elaboration: AnwenderInnenorientiert- aus Datebeziehungen Information schöpfen
- Elaboration: Fehlende Sicherstellung der Integrität, Bias, Vollständigkeit, Verschleiern, Externe Effekte,

- LieferantInnen könnten wegfallen und für sich Daten nutzen, Aussagen von Daten?
- Elaboration: Leistung der Tech - vgl. 90er Serienbriefe
- Elaboration: Soziale relevante Themen
- Elaboration: Unklar was händisch gemacht wird, wie dynamisch, Verkauf als Roboterleistung (auch wenn es händisch verfasst wurde)
- Ethische Praxen und Ehrenkodexes legen Grenzen fest
- Ethische Problemstellung: Reproduktion von Spins
- Falsche Verwendung von Begriffen (AI und AJ, KI, usw.)
- Fehlende Transparenz
- Für einzelne Situationen- Bemerkungen verfassen müssen
- Für Themen neue Templates
- Gehypte Technologie
- Grad der Dynamik in Medienunternehmen nicht klar (
- Große Datensätze individualisiert interpretieren durch AJ
- Größtmögliche Transparenz: Ausweisung der Quelle (Datenbasis) und Grad der Automatisierung
- Imperfektion der Daten
- Inhalte werden als "Roboterleistung" verkauft, Grad des AJ nicht klar
- Innovation liegt in der Verarbeitung von Datensätzen
- Innovation: Eher soziale Innovation
- Journalistische Ehrenkodexes
- Kausalitäten erkennen und Interpretation
- Keine Technologieskepsis per se
- KI: Debatte wann sie erreicht wird: Komplexe Form der menschlichen Intelligenz nicht erreichbar
- Kontextualisierung kann Bias enthalten
- Leerstellen im Wissen mit Intuition und Erfahrung füllen
- Maschine kann nicht: Intuitiv frakturieren, Lehrstellen mit Wissen und Erfahrung füllen
- Massenproduktion von Spins: Dimensionsänderung macht Nachdenkprozess erforderlich
- Medienunternehmen die eigentlich "händisch" eingreifen
- Medienunternehmen nutzen tlw. externe kostenpflichtige Quellen
- Mensch: Einordnung, Interpretation, Einschätzung, Erklärungen
- Menschliche (emotionaler) Touch des Outputs
- Menschlicher Touch
- Möglich in Zukunft: Datensätze individualisiert zu interpretieren
- Nachvollziehbarkeit des Zustandekommens des Textes: Datenbasis und Grad der Nachbearbeitung
- Nicht alles ist berechenbar
- Nicht erhobene Daten verschleiern Ergebnis
- Nicht Jobverlust per se (wenige JournalistInnen betroffen, niedriggradiger Arbeit
- Niedriggradige Arbeiten automatisiert
- Noch nicht im Einsatz auch wenn Unternehmen von AI sprechen
- Oft falsch eingesetzt
- Ohne Detailwissen zur Interpretation Fehlschlüsse
- Projekt: AJ -APP Schwierigkeit: "Menschliche" Komponenten wie Witze sind eher dadaistisch
- Qualität und Vollständigkeit der Daten
- Read-Charts f. Immobilienpreise in Wohngegenden
- Regierungsdaten können auch Bias enthalten
- Roboterjournalismus klingt cooler als textgenerierende Software

- Roboterjournalismus: Grundlagen nicht komplex bereits in den 90er möglich gewesen
- Sätze die aus Datensätzen generiert, aber vom Menschen eingeordnet werden
- Schlüsse aus Daten ziehen: Mensch
- Schwer aus Daten Schlüsse zu ziehen
- Schwierigkeit der Quantifizierung menschlicher Erfahrung
- Schwierigkeit menschliche Erwartungen an AJ zu stellen
- Schwierigkeit: Quantifizierbarkeit menschl. Erfahrungen
- Sicherstellung der Integrität der Daten nicht möglich
- Sinnvoller Anwendungsbereich in Zukunft: Fein abgesteckter Bereich
- Software erkennt Korrelation aber keine Kausalität
- Soziale Themenstellungen: Spins, sich in Massenproduktion fortsetzen
- Sport -und Finanznachrichten, Chronikales in Lokalj. wegen notwendigen Regelsystem
- Templateerstellung je nach Thema erforderlich - fragwürdig
- Transparenz bez. grad der Automatisierung
- Transparenz: Intention der AutorInnen
- Transparenz: Intention: Datenverarbeitung/ Datenanalyse per se nicht unethisch Nachdenkprozesse erforderlich
- Transparenz: Wichtiges Problem
- Unklarheit über Automatisierung
- Unterstützung bei Rechercheprojekte: User-orientierte Produkte
- User-orientierte Produkte: AJ datenbasiert mit Eingabe eigener soziodemografischer Daten
- Verantwortung bei Redaktion- deshalb Beschränkung auf bestimmte Bereiche
- Verantwortung: Redaktion verantwortlich bei Fehler
- Vergleich mit historischen Daten möglich
- Verstehen nicht-monokausaler Ursachen
- Voranschreiten von AJ: Niedergradige Arbeit automatisiert und Vorarbeit für JournalistInnen
- Vorarbeit und J. liefert Einordnung (wünschenswert)
- Weiterverwendung und automatisiert erstellter Texte
- Wenige J. auf auf niedergradiger Arbeit
- Wünschenswert: Automatisierte Texte als Beginn des Arbeitsprozesses

## C1

218 Kodes:

- "Digitale Transformation" (C1:609-610)
- "Wir können mit Algorithmen Geschichten machen, die es sonst nicht geben würde"
- (A) AJ/ Daten: Bessere Datenqualität - besseres Ergebnis (C1:529)
- (A) Anwendungsbereich Umwelt: Redaktion: Arbeit mit Sensoren (C1:634-635)
- (A) Daten - Einfluss auf Angebote/ Preispolitik (C1:530-535)
- (A) Daten- Sinnvolle Obgrenze (C1:536)
- (A) Skills: Digitale Transformation - neue Wege und Berufsbilder ("Zwitter") (C1:609-611)
- (A) Skills: Software (auch im Newsroom) immer wichtiger (C1:606-608)
- (A) Veränderung in Newsrooms: Fragen jetzt: Welches automatisiertes Produkt? journalistischen Ethos? und Wertekomplex? (C1:622-624)

- (A) Veränderung in Newsrooms: Früher festes Produkt mit Platzhalter für Anzeigen (C1:619-621)
- (B) Data Literacy: DatenexpertInnen selten in Newsrooms (rechtliches Wissen) (C1:584-585)
- (B) Data Literacy: Datenschutzgrundverordnung zwingen Firmen zur Auseinandersetzung (C1:577-578)
- (B) Data Literacy: Empathie und Bewusstsein schaffen um nützliche Services und Medien zu schaffen (C1:526-528)
- (B) Data Literacy: Hinderlich: Kein Wissen um Wissen, dass in Redaktionen vorhanden ist (C1:591-593)
- (B) Data Literacy: Hohe Verantwortung für Medienhäuser (Daten von UserInnen) (C1:524-526)
- (B) Data Literacy: In Ö. Verlagen- Bewusstsein für Daten, Datensicherheit und Privacy sehr gering (C1:575-577)
- (B) Data Literacy: Querschnittsmaterie- Reibungsverluste (C1:590)
- (B) Data Literacy: Querschnittsmaterie- Verlage und Redaktionen oft strikt getrennt (pos./neg.) (C1:581-583)
- (B) Data Literacy: Ressourcenfrage: Es fehlt Daten-Know-How und Entwicklungskapazität im Gegensatz zu internationalen Newsrooms (C1:586-589)
- (B) Data Literacy: Services schaffen die sicher bei Nutzung sind (C1:528)
- (B) Data Literacy: Studie: Nur 1/3 Unternehmen auf Datenschutzgrundverordnung und Datenthematik vorbereitet- Medienhäuser vl. noch schlechter (C1:578-580)
- (B) Daten für AJ: Persönliche Daten- in Österreich würde es enormen Aufschrei geben (Beispiel: Immobilien An-/ Verkauf) (C1:558-563)
- (B) Daten für AJ: Persönliche Daten- woanders normal (Beispiel: Immobilien An-/ Verkauf) (C1:558-563)
- (B) Moral und Ethos: Neg. Beispiel: Automatisierte Texte auf Basis von Paparazzifotos + gute Deals mit Modehäusern (C1:624-633)
- (C) Aufstiegschancen: Führungsperson in Redaktion die sich im Umgang mit AJ auskennen (C1:600-601)
- (C) Berufsbilder in Zukunft: Bridge-Roles zwischen Anzeigen und Geschäftsentwicklung (C1:618-619)
- (C) Berufsbilder in Zukunft: Bridge-Roles zwischen Entwicklung (Programmierabteilung und Newsrooms) (C1:617)
- (C) Berufsbilder in Zukunft: Bridge-Roles zwischen Verlag und Newsrooms (C1:616-617)
- (C) Einsatz von AJ in Zukunft: App als Aggregator der auf Medien verlinkt mit besten Algorithmen erstelltes Produkt (C1:639-642)
- (C) Einsatz von AJ in Zukunft: Nischen und besseres Produkt anbieten (C1:637-639)
- (C) Einsatz von AJ in Zukunft: Überschneidungen zw. Newsroom- Geschäftsentwicklung/ Business Development (C1:636-637)
- (C) Einsatz von AJ in Zukunft: Überschneidungen zw. Newsroom- Produktmanagement (C1:635-636)
- (C) Einsatz von AJ: Wissensaustausch: Interesse in Redaktion aber kein Wissen, dass es Personen gibt, die sich damit auskennen (C1:593-596)
- (C) Entscheidungen in Verlagen: Es braucht Führungsperson in Redaktion die sich im Umgang mit AJ auskennen (597-600)
- (C) Entscheidungen in Verlagen: Gib es noch nicht: Führungsperson in Redaktion die sich im Umgang mit AJ auskennen (C1:600)

- (D) AJ-Software: Problem, dass Umgang mit Daten an Länder angepasst werden müsste (Persönliche Daten verwenden/hergeben) (C1:564-568)
  - (Differenzierung) AJ- Höhere Contentmenge
  - (I.i.) Anwendungsbereich: Generierung von Texten (auf Basis von Daten) auf Anfrage ("vergleiche mir Xy")
    - AJ - Quantitativ höherer Faktor
    - AJ -Immobilien (An-Verkauf): Mit Paywall
    - AJ -Immobilien (An-Verkauf): Möglich weil personenbezogene Daten öffentlich zugänglich sind
    - AJ -Immobilien (An-Verkauf): NachbarInnen wissen über An-und Verkauf in der Umgebung (interessant)
      - AJ als hinzukommender Teilbereich
      - AJ ermöglicht Content (den es vorher nicht gab) (C1:173-177)
    - AJ- Page Impressions niedriger aber die Outputrate höher
      - Aktuell Artikel beim Medium selbst konsumieren
      - Algorithmen in der Content-Distribution: Qualifizierungsgründe für Aufmacherbereich (Ressort und Plattformabhängig)
      - Algorithmen in der Content-Distribution: Qualifizierungsgründe für Aufmacherbereich: Im Kontext zur Zielen gestalten
      - Algorithmen in der Content-Distribution: Qualifizierungsgründe für Aufmacherbereich: Verweilzeit steigern durch Ausreißer
      - Algorithmen in der Content-Distribution: Qualitative Verweilzeit-Metrik: Weiche Faktoren fließen ein
      - Algorithmen in der Content-Distribution: Verweilzeit als qualitativer Faktor (abseits der stumpfen Page Impression)
      - Algorithmen in der Medizin Diagnose, wenige ÄrztInnen mit A.
      - Algorithmus kann helfen Nischen zu bedienen (werbefokussiert oder inhaltfokussiert)
      - Algorithmus entscheidet auf Basis von Parameter (Auswahl)
        - Als Bedrohung von J. wahrgenommen
        - Angst und verletzter Stolz Angst und verletzter Stolz (C1: 462-470)
      - Anzeigenkunden- Grund für General Interest-Portale
        - Auswirkungen auf den Job: Durch Information Ableitungen für Job treffen um mehr Geld zu verdienen
        - Automatische Bespielung von Websites (Positionierung)
        - Automatisierte Textgenerierung: Nur Thematisierung in der Redaktion
          - Begeisterung für AJ-Projekte anderer Medienhäuser (C1:162-165)
          - Beispiel "Immobilien"
          - Berufsbilder durch digitale Transformation (C1:606-619)
        - Bestes Ergebnis Mischung aus qualit. und quanti. Faktoren
          - Bewusstsein und Empathie: Angebote schaffen die in Anwendung sicher sind (C1:525-537)
        - Bridge-Roles
        - Bundling und Unbundling: Information je nach bundeling (bezahlen)
          - Content-Creation-Prozess mit Trigger bei Werteüberschreitung/ Überschreitungen
          - Contentdistribution (C1:227-232)
          - Daten und Persönlichkeitsrechte
        - Daten: Bedeutung noch nicht begreifbar
        - DatenanalytInnen: Vorhersagen für spezifische Bereiche
- Datenmenge in R. bei 200 Artikel pro Tag auf Website
  - Datenmenge in R. im Gegensatz zur sensorisch erhobenen Daten (noch umfangreicher)
  - Derzeit in der Gesellschaft nicht- stärkeres Bewusstsein wichtig
    - Differenzierung: Nationale Unterschiede im Umgang mit Daten (C1:558-569)
  - Differenzierung: Systeme die Korrelationen herstellen (371-377)
    - Diffrenezierung: Produkte mit Wertekompass vereinbar (C1:619-633)
  - Digitalisierung und Automatisierung: Eher was kommt dazu und was nimmt weg
    - Digitalisierung und Automatisierung: Treffen Verlage in ökonomischen und inhaltlichen Ausprägungen
      - Distribution von Content (AJ) (C1:12-17)
      - Ein Nischenprodukt unfinanzierbar
      - Einsatz in Kreation um auf Betrag x durch Werbung zu kommen
        - Einsatz von AI: Stärker Nischen bedienen
        - Einsatz von AJ: Es passiert und wird passieren
        - Einsatz von AJ: Überlegung wie man vorgehen möchte: Damit umgehen oder sich davor verschließen
      - Einzelne Objekte weniger wertvoll aber Summe höher (Rentabilität)
      - Es geht eher um Daten dahinter
      - Es wird JournalistInnen gehen, die sich darum kümmern und Regeln kennen/ folgen
      - Experimentieren (für bestes Ergebnis)
      - Extreme sind journalistisch interessant->Obersten oder untersten 10 % für Automatisierung
        - Fehlendes Datenbewusstsein (C1:418-435)
        - Finanzierbarkeit: Plattformen mit kleinen Einheiten (Nischen) - Reichweite (C1:292-299)
        - Finden der Artikel durch Aggregatoren (Social Media, Suchmaschinen)
          - Frei gewordene Zeit (Ressourcen) (C1:31-33)
          - Geld von RezipientInnen (die das brauchen, Inhalt wichtig ist) -> Qualität
          - Geld von Werbetreibenden-> mehr Masse produzieren
        - General Interest-Portale: Automarken, Reise, Fluglinie usw. -Versucht in diesen Nischen zu wachsen
          - Geringerer inhaltlicher Wert durch Masse aufgewogen
        - Gratis Angebote und kostenpflichtige vertiefte Information, die für Job gebraucht wird
          - Grenze: Inhalte über Menschen (C1:491-502)
          - Inhalte die nur auf die besten Deals basieren (Ablehnung)
          - Inhalte die von UserInnen erbeten werden (kritische Instanz) (C1:517-520)
          - inhaltsbezogenheit
        - Interaktive AJ-Projekte im Gegensatz zu Agenturmeldungen usw.
        - Interessante Diskussion die leider eingeschlafen ist
          - Interesse an regionalen Inhalten (C1:169-171)
        - Investition - Output muss viel höher sein
          - JournalistInnen werden nicht ersetzt
          - Kaum Beleuchtung von Datensicherheit und- Privacy (C1:575-580)
          - Kein Projekt geplant, aber Thematisierung (C1:160-162)
          - Konklusion: Nischen für den Verlag (C1:63-642)
          - Kostenfaktor
          - Kostenlose Content-Angebote zusätzlich
          - Live-Ticker (Aktualisierung der Inhalte in Echtzeit) über Plattformen-regionales Angebot

- Medienrecht: Konkrete Tatbestände noch nicht vorhanden (C1:545-552)
- Medienrechtliche Problemstellungen (C1:504-517)
  - Medienrechtliche Problemstellungen bei Fehler: Sehr schwierig: Tatbestände müssen erfunden werden, weil es sie noch nicht gibt (C1:547-549)
  - Medienrechtliche Problemstellungen bei Fehler: Sind noch sehr weit weg davon (C1:550-552)
  - Medienrechtliche Problemstellungen bei Fehler: Verantwortung bei Medium und haftbar (C1:545-547)
  - Medium als Plattform-Inhalte wandern
- Mehr Reichweite durch Algorithmen
  - Mensch sehr viel mehr können um besser als A zu sein
- Mission: Qualitativ hochwertige Journalismus (C1:125-134)
  - Mit algorithmisch erstellten Inhalten Reichweite gewinnen
  - Mobilansicht: Trafficfaktoren entschieden über Position
- Nischen vs. General Interest (C1:237-245)
  - Nischenprodukte über Plattformen in Summe hohe Reichweite
  - Onlinebereich- mehr Reichweite um mit Werbung das gleiche zu verdienen als im Print
- Österreich: Veröffentlichte Informationen- Aufschrei
  - Paywall: Content für hochspezialisierte Bereiche
  - Paywallmodelle: Funktioniert gut wenn Inhalte Auswirkungen auf den Job von RezipientInnen haben
  - Paywallmodelle: Hochspezialisierte Bereiche und Info. nur an bestimmten Orten verfügbar
  - Paywallmodelle: Hochspezialisierte Bereiche: Kann mit hohen Kosten verbunden sein
  - Paywallmodelle: Vergleich: Wissenschaftliche Verlage in der Vergangenheit: RezipientInnen benötigten die Infos
- Paywalls (C1:310-329)
  - Paywalls: Bezahlung nicht weil es besser oder schlechter ist
  - Personalisierte Services: Daten zur persönlichen Geo-Location (Apps) (C1:520-523)
- Personen (Führungspersonen) notwendig mit Daten-Know-How (C1:596-601)
- Plan: Ausstattung der Objekte mit inhaltliche Kriterien (C1:147-154)
- Pos. Horizont: Unternehmen- SEO-optimierte Inhalte (331-339)
- Problematik der Datenverfügbarkeit
  - Probleme echte Nachrichtenseiten und Herkunft der Nachrichten zu erkennen
  - Publierte Objekte: Aufrüsten mit inhaltlichen Kriterien-> Testen - an unterschiedlichen "Schrauben" drehen
  - Redaktion: Stimmungslage -Angst, dass Computer Job wegnimmt
  - Redaktion: Stimmungslage-besser als der Computer sein (Stolz) oder nicht gut genug sein
  - Redaktion: Tätigkeit die länger gemacht wurde wird automatisiert - getroffen sein (
  - Redaktionsintern vs. LeserInnensicht- Für LeserInnen wird es kein Problem sein
- Reibungsverluste durch Trennung zwischen Verlag und Redaktion (C1:580-592)
- Rentabilität durch Inhalte: LeserInnenfinanziert (die Inhalte brauchen) (C1:302-303)
- Rentabilität durch Masse: Werbefinanziert (C1:300-301)
- Ressourcenproblem (Entwicklungskapazität)
  - Risiken von AJ: Medienrechtliche Problemstellungen: Über wen darf berichtet werden (oder Anonymisierung wenn Daten verfügbar sind?) (C1:509-515)
  - Risiken von AJ: Medienrechtliche Problemstellungen: Gesetz kann Lage nicht abschätzen (C1:516-517)
  - Risiken von AJ: Medienrechtliche Problemstellungen: Viele Daten die zugänglich sind (Firmendaten, Social-Media, usw) (C1:504-508)
  - Risiken von AJ: Texte mit personenbezogenen Daten und hohe Datenmenge- Betroffene wissen das nicht
    - Schwedisches Beispiel: Immobilien (C1:197-200)
  - Selbst entwickelte interaktive AJ-Projekte nicht einfach kopierbar
  - SEO-optimierte Inhalte gratis - Tiefere Informationen kostenpflichtig
  - Social-Media-ManagerInnen werden als Ressource frei
    - Stärker in Nischen denken müssen, die nicht bedient werden
    - Stärkeres Datenbewusstsein notwendig
    - Steigerung des Traffic durch Algorithmen (C1: 17-31)
  - Steigerung des Traffics: Überprüfbarkeit schwierig (C1:27-31)
  - Stimmungslage im Newsroom zu AJ (C1: 460-470)
  - Structured Journalism
  - Strukturiere Daten notwendig (C1:382-390)
  - Strukturierte Daten nicht für alle interessanten "Sachen" verfügbar
  - Stumpfe Pageimpressions (C1:125-134)
  - Systeme die Korrelationen durchführen können
  - Testphase
  - Texte auf Basis von Statistiken (C1:366-371)
  - Tieferes reingehen in die Texte- mehr Wissen wie man es nutzen kann
  - TKP im Digitalen niedriger - mehr Reichweite notwendig
  - Traffic aufgrund des Themas
  - Traffic-Steigerung (C1:17-31)
  - Trafficfaktoren (C1:114-125)
  - Transparenz (C1:471-479)
  - Transparenz: AJ und Transparenz: Vertrauen in Medien nicht generell gestärkt dadurch
  - Transparenz: Gegenarbeiten an Vorwürfe an Qualitätsjournalismus: Kreise zitiert, keine Zitation oder Verschleierungsversuche
  - Transparenz: Geht darum Herkunft des Textes und die Quellen sichtbar machen
  - Transparenz: Herkunft und Quellen ausweisen-> LeserInnen nehmen ev. Texte besser auf
  - Trend: Finanzierung der Qualitätsmedien stärker über LeserInnen als Anzeigen
  - Trend: Weniger Anzeigenfinanzierung- mehr LeserInnenfinanzierung
  - Trigger für Extremwerte (Information)
  - Umwelt: Arbeit mit Sensoren- Aufbereitung von Daten
  - Umwelt: Aus Messedaten automatisch produzierte Artikel auf einer Website veröffentlichen
  - Umwelt: Daten für eigenes Dorf verfügbar
  - Umwelt: Luftverschmutzung-Sensoren in Wien/ oder Ö. platzieren (gut vorstellbar)
  - Umwelt: Nachfrage und Angebot besteht
  - Umwelt: Umweltbereich als großes Thema (konkrete Überlegung)
  - Umweltbereich (
  - Verantwortung der Medienhäuser

- Vertiefte Information- kleinere Zielgruppe (C1:344-346)
  - Verweilzeit als qualitativer Faktor: Qualitativer und hochwertiger Journalismus, Diskursplattform bieten
  - Verweilzeit als qualitativer Faktor: RezipientInnen mit Inhalt bekommen
  - Verweilzeit als qualitativer Faktor: Weniger RezipientInnen die sich sehr lange mit Artikel beschäftigen besser als 100 kurz
  - VideoredakteurInnen ökonomisch profitabler- Grund für Medienhäuser die Fernsehen machen
- Videos haben höheren TKP (260-276)
  - Videos rentabler
  - Vorteil von eigens gesammelten Daten
- Wahrnehmung des AJ als Bedrohung (C1:437-453)
  - Wenig Bewusstsein in der Redaktion
  - Wenige JournalistInnen die spezialisiert sind für Teilbereich
  - Wenn einfacher Text selbst zu schreiben als Computer trainieren - keine Veränderung
  - Wenn es um Menschen geht - aufpassen
- Werbung Digital und Print (265-259)
- Wettbewerbsvorteil d. Daten und interaktive Projekte
  - Wie können JournalistInnen da helfen?
  - Wird durch AJ erst so möglich: Infos über AJ -Immobilien (An-Verkauf):
  - Wird JournalistInnen nicht ersetzen
  - Wird von manchen als Bedrohung wahrgenommen aber kann nicht verhindert werden
  - Wirtschaftsdaten (wo Paywalls funktionieren) und Servicegeschichten
  - Wirtschaftsdaten wo Leute dafür Zahlen einen Vorteil zu haben
  - Zerlegen von Informationen
  - Zugang zu Daten: Welche bereits verfügbar und welche erschaffbar und sammelbar
  - Zugang zu Daten: Welche Daten führen zum Wettbewerbsvorteil , Vergleich DJ
  - Zugänglichkeit von Daten (Immobilien, An- und Verkauf) (C1:167-172)

## C2

209 Kodes:

- (A) AI: Rapide Entwicklung im Newsroom- Medienhäuser brauchen Datenstrategie (Daten als Grundlage von Content) (C2:149-152)
- (A) AI: Sehr wenige Medienhäuser haben Datenstrategie (C2:153-154)
- (A) AJ Verknüpfungen: Datenjournalismus: Bewältigen von großen Datenmengen (C2:271-273)
- (A) AJ Verknüpfungen: Datenjournalismus: Geschichte aus Daten (C2:274)
- (A) AJ Verknüpfungen: Personalisierung, Notifizierung: Datengetrieben (C2:275-276)
- (A) AJ: Auffassung des Unternehmens:Eigentliche Leistung ist Algorithmus und nicht Text (C2:79-81)
- (A) AJ: Qualitativer Unterschied zu menschl. Texten (C2:434)
- (A) Einsatz von AJ: Content auch für Regional- und Lokalmedien (Ressourcen fehlen) (C2:207-212)
- (A) Einsatz von AJ: Personalisierung spiel hinein (C2:215)
- (A) Einsatz von AJ: UserInnen-Bedürfnisse werden fragmentierter (C2:213-214)
- (A) Einsatz von AJ: Vollständig automatisiertes Angebot vs. Güte menschlich generierte Texte (C2:430-431)

- (A) Einsatz von AJ: Vollständig automatisiertes Angebot- keine Option für Unternehmen (C2:428-429)
- (A) Einsatz von AJ: Vollständig automatisiertes Angebot- qualitativer Abstrich (C2:429)
- (A) Einsatz von AJ: Vollständig automatisiertes Angebot-nicht vereinbar mit Qualitätsstandards (C2:432)
- (A) Einsatz von AJ: Vollständig automatisiertes Angebot: Entscheidung bei Medienhaus (C2:432-434)
- (A) Maschine: Hat Überblick über Daten- die Mensch nicht hat (C2:260-262)
- (A) Ökonomische Aspekte: AJ keine Einsparung (C2:320-321)
- (A) Ökonomische Aspekte: AJ muss "fertig" gestellt werden- teuer (C2:329-330)
- (A) Ökonomische Aspekte: Auch bei gekauften Lösungen- Beibringen wie die Geschichte sein soll (C2:324-325)
- (A) Ökonomische Aspekte: Auch bei gekauften Lösungen- oft Lückentechte (C2:325)
- (A) Ökonomische Aspekte: Auch bei gekauften Lösungen- selbst kombinieren müssen (C2:325-326)
- (A) Ökonomische Aspekte: Datenbestand muss beschafft und gepflegt werden - Mensch (C2:330-331)
- (A) Ökonomische Aspekte: Content gewünscht - auf mehrere Plattformen (Twitter, Ticker, etc.) (C1:232)
- (A) Ökonomische Aspekte: Date-> Wertschöpfungskette (C2:168)
- (A) Ökonomische Aspekte: Daten selbst erheben können/ haben (C2:149)
- (A) Ökonomische Aspekte: Daten sind nicht gratis (C2:138-139)
- (A) Ökonomische Aspekte: DatenanbieterInnen, besonders Sportbereich- spezialisiert (C2:161-164)
- (A) Ökonomische Aspekte: Datensätze selbst anlegen: Frage des Aufwandes/ Investition (C2:174-175)
- (A) Ökonomische Aspekte: Implementierung: Initialaufwand enorm- auch bei gekauften Lösungen (C2:321-322)
- (A) Ökonomische Aspekte: Implementierung: Journalistische Profis + gute EntwicklerInnen notwendig (C2:328-329)
- (A) Ökonomische Aspekte: Implementierung: Viel qualifizierte Arbeit notwendig (Erfahrung) (C2:326-327)
- (A) Ökonomische Aspekte: Leistbarkeit der Daten für Medienhäuser (C2:147-148)
- (A) Ökonomische Aspekte: Neben Mensch andere Kostenfaktoren (C2:333-335)
- (A) Redaktion: Auseinandersetzung mit AJ in Innovationsabteilung (C2:12-13)
- (A) Redaktion: Zentrale Fragen bei AJ: Können und Bedeutung für Medienunternehmen+ Produkte (C2:13-17)
- (A) Unternehmen: Nicht was kann automatisiert werden, sondern welche Automatisierungslösungen für KundInnen (C2:21-24)
- (A) Zugang zu Daten: Sportbereich- DatenanbieterInnen die struktuierte Daten anbieten (C2:136-137)
- (A) Zugang zu Daten: Sportbereich- viele strukturierte Daten bereits vorhanden
- (B) (l.i.) AJ -Bewusstheit: Grundvoraussetzung für journ. Beruf: Hinterfragen (C2:586)
- (B) (l.i.) Verantwortung: Problemstellungen bei Fehler: Durch Datenfülle potenziert (C2:644-674)
- (B) (l.i.) Verantwortung: Problemstellungen bei Fehler: Richtig stellen (C2:643)
- (B) (l.i.) Verantwortung: Problemstellungen bei Fehler: Wie wenn menschliche Fehler passiert (C2:642)

- (B) AJ-Bewusstheit: Grundvoraussetzung für journ. Beruf: Hinterfragen der Informationen, Quellen, Skepsis, Wille zur Überprüfung (C2:587-590)
- (B) Daten für AJ: Daten (Regierung) zu Verfügung stellen- Bringschuld (C2:693-694)
- (B) Daten für AJ: Politische Entscheidungen- Daten sollten Gemeingut sein (C2:716-718)
- (B) Daten für AJ: Strukturiert verfügbar machen für AJ (zb. politische Entscheidungen/ Ministeratsbeschlüsse) (C2:700-704)
- (B) Daten für AJ: Verantwortung der Regierung Daten zu Verfügung zu stellen (C2:713-715)
- (B) Gesellschaftliche Verantwortung: Datenfrage- Daten schwer strukturiert verfügbar und kosten oft (C2:683-686)
- (B) Hinterfragen: Grundvoraussetzung für journ. Beruf: Gilt auch für Mittel (C2:590-591)
- (B) Kritisch: Annahme das keine Fehler passieren - gefährlich und falsche Sicherheit (C2:623-626)
- (B) Kritisch: Bewusstheit und Bewusste Entscheidung: Noch nicht bei allen Medienhäusern (C2:614)
- (B) Kritisch: Bewusstheit und Bewusste Entscheidung: Welcher Grad des Einsatzes und Qualitätskriterien (C2:610-613)
- (B) Kritisch: Frage nach Einsatz von Qualitätskontrolle, AJ (C2:615-617)
- (B) Kritisch: Qualitätskontrolle: Datengrundlage von maschinell erstellten Content (zuviele Daten)? (C2:617-619)
- (B) Kritisch: Qualitätssicherungskonzepte offenes Thema (C2:620-622)
- (B) Transparenz: Ausweisen von nicht-menschliche generierten Content- sonst LeserInnentäuschung (C2:441-442)
- (B) Transparenz: Goldene Regeln des Qualitätsjournalismus- (C2:448-450)
- (B) Transparenz: Medienethischer Aspekt auch als qualitativer Aspekt (C2:434-436)
- (B) Transparenz: Medienethischer Aspekt- Ausweisung von nicht-menschlichen Content (C2:437)
- (B) Transparenz: Wichtig Information von wem Text erstellt wurde (C2:456-458)
- (B) Transparenz: Ausweisung von nicht-menschlichen Content- Frage der Glaubwürdigkeit (C2:438-439)
- (B) Transparenz: Wichtigkeit- Verknüpfung mit Qualitätsstandards (Ws, Trennung von Kommentar und Meinung etc.) (C2:450-455)
- (B) Umgang mit AJ: Qualitätssicherung? (C2:628-629)
- (B) Umgang mit AJ: Wie transparent? (C2:626-627)
- (B) Verantwortung: Euphorie sehr groß gg. Tech. (AI im Newsroom, Augmented Newsroom) (C2:662-666)
- (B) Verantwortung: Euphorie sehr groß gg. Tech. - Medien haben Verantwortung als Content zu produzieren (C2:667-669)
- (B) Verantwortung: Problemstellungen bei Fehler: Bei Schülerligaspielen kein Problem (C2:657-659)
- (B) Verantwortung: Problemstellungen bei Fehler: Falsche Lawinenwahrnung ein Problem (C2:660-662)
- (B) Verantwortung: Problemstellungen bei Fehler: Verantwortliche sind Menschen (C2:654-656)
- (B)(l.i) Menschlicher Bereich: Frage des Qualitätsanspruchs was automatisiert wird (C2:424-425)
- (B)(l.i.) Verantwortung: Journalistische Verantwortung gg. der Gesellschaft nicht wegen AJ abgeben (C2:671-675)
- (C) Skills: Konvergenz (J. die Radio, Text, etc. machen) - hat nie funktioniert (C2:379-382)
- (C) (l.i.) Berufsbilder in Zukunft: Weiteres Tätigkeitsfeld durch AJ (C2:399-406)
- (C) (l.i.) Verwendung von AJ: Mensch als Kontrollinstanz wichtig (C2:631-635)
- (C) (l.i.) Verwendung von AJ: Mensch als Kontrollinstanz- sind UserInnen das schuldig (C2:633-635)
- (C) (l.i.) Vorteile für JournalistInnen: Erstschlüsse (was ist passiert) (C2:299-300)
- (C) (l.i.) Vorteile für JournalistInnen: Schneller Schlüsse aus Datenmengen ziehen (Daten maschinell verarbeitet) (C2:298)
- (C) (l.i.) Vorteile für JournalistInnen: Verarbeitung großer Datenmengen in kurzer Zeit (C2:296-297)
- (C) AJ: Algorithmus erstellen bedeutet Maschinen beibringen wie sie schreiben (C2:62)
- (C) AJ: Als Unterstützung (C2:282-285)
- (C) AJ: Rolle von JournalistInnen: "Also ich sage jetzt immer so schön, ohne Journalist (sic) ist die Maschine dumm und bleibt es auch". (C2:73-74)
- (C) AJ: Von Technologie Gebrauch machen- wo sie Menschen unterstützen (C2:277-279)
- (C) Ansatz bei AJ im Unternehmen: Erstellt Algorithmus (C2:61)
- (C) Berufsbilder in Zukunft: Die Werkzeuge verändern sich, Journalismus gibt es seit Jahrhunderten (C2:343-344)
- (C) Berufsbilder in Zukunft: Keine Begriffe, auch für Datenjournalismus nicht (C2:411-416)
- (C) Berufsbilder in Zukunft: Spezialisierung innerhalb des J. (C2:394-397)
- (C) Berufsbilder in Zukunft: Vergleich "Online-Journalist" vor 20 Jahren (C2:392-393)
- (C) Einsatz von AJ in Zukunft: Mehr abseits von Börse, Sport und Wetter (C2:722-725)
- (C) Einsatz von AJ: Ansatz nicht für eigenen Prototyp gedacht (Ersetzen von JournalistInnen) (C2:50)
- (C) Einsatz von AJ: JournalistInnen können in der Zeit Bericht fertig schreiben, wahren AJ Tweet absetzt (C2:234-235)
- (C) Einsatz von AJ: Vergleich mit internationalen Medienunternehmen: Fokus Fußballroboter und Pralimentswahlen (C2:46-47)
- (C) Einsatz von AJ: Vergleich mit internationalen Medienunternehmen: Fokus Geschäftsberichte (C2:41-45)
- (C) Einsatz von AJ: Vergleich mit internationalen Medienunternehmen: Stoppten Textproduktion- Ergänzung v. JournalistInnen durch Maschinen (C2:48-49)
- (C) Entlastung: Keine journalistische Erfüllung Ticker, Alarm, etc. zu schreiben (C2:230-231)
- (C) Journalistische Tätigkeit: Informationen verarbeiten, hinterfragen, erklären (C2:384-350)
- (C) Journalistische Tätigkeit: Verarbeiten von Daten immer schon- Werkzeuge ändern sich mit der Zeit (C2:350-352)
- (C) Maschine: Mensch kann Daten nie komplett erfassen (C2:262)
- (C) Maschine: Unterstützung für Redaktion (Datenerfassung) (C2:264-265)
- (C) Menschliche Leistung: Daten intuitiv erfassen und reichhaltigere Texte produzieren als Maschine (C2:193-194)
- (C) Menschliche Leistung: Details zu SpielInnen - Maschine kann das nicht wissen (C2:197-199)
- (C) Menschliche Leistung: Journalistische Kür und Pflicht zugleich- nicht von Maschine schreiben lassen (C2:199-203)
- (C) Menschliche Leistung: Mensch erfasst Daten intuitiv (pos./neg.) (C2:263)

- (C) Menschliche Leistung: MitarbeiterInnen sind schnell + Geschichte und Details zum Spiel (C2:203-206)
- (C) Menschliche Leistung: Profis (österreichweit) die gut schreiben (C2:190-191)
- (C) Menschliche Leistung: Spielbericht mit Details zu SpielerInnen- Text lebt davon (C2:195-199)
- (C) Menschlicher Anteil bei AJ: Analyse des Schreibens: Geschichte, Aufhänger, Was ist wichtig, Maschinen Logiken erklären (C2:94-99)
- (C) Menschlicher Anteil bei AJ: Journalistische Entscheidung wie und was er schreibt (C1:91-93)
- (C) News-Tech-Agency: Nachrichtenerstellung und Distribution- eine tech. und journal. Lösung (C2:540-543)
- (C) News-Tech-Agency: Publizistische und Softwarelösung (C2:548-549)
- (C) News-Tech-Agency: Unternehmen als Voll-dienstleister (C2:544)
- (C) News-Tech-Agency: Vergleich mit anderen Unternehmen - mehr als eine Softwarelösung (C2: 545-547)
- (C) Ökonomische Aspekte: Unternehmen (IT-Dienstleister) bietet Software dazu an (C2:526-527)
- (C) Potential: Mit strukturierete Regierungsdaten: Journalismus mit Tool kann verwenden (C2:703-704)
- (C) Potential: Gesellschaftlich relevante Berichterstattung- viele Daten können verarbeitet werden (C2: 688-691)
- (C) Potential: Open-Data und Daten öffentlicher Stellen (zb. Regierung) (C2:686-687)
- (C) Potential: viele Daten können verarbeitet werden- Erkenntnisse über politisches System und Gesellschaft (C2:691-692)
- (C) Skills: AJ aus UserInnen-Perspektive (C2:599-600)
- (C) Skills: Daten strukturieren, verarbeiten, verifizieren, daraus Geschichte zu machen (C2:362-364)
- (C) Skills: Diskussion - Programmieren können, schaden tut es nicht (C2:377-379)
- (C) Skills: EntwicklerInnen werden nicht schreiben und JournalistInnen nicht entwickeln (C2:383-384)
- (C) Skills: Gut informierte UserInnen wie möglich (C2:598)
- (C) Skills: JournalistInnen/ EntwicklerInnen sehr spezialisierte Berufe (C2:384-385)
- (C) Skills: Nicht unbedingt Programmierkenntnisse aber "able" UserInnen (C2:372-373)
- (C) Skills: Starke Nachfrage: Umgang mit Daten (auch 2018) (C2:361-366)
- (C) Skills: Wissen um Arbeitsmittel: Verständnis für Basis und Funktion (C2:374-377)
- (C) Skills: Wissen um grundsätzliche Funktionsweise von AJ (C2:596-597)
- (C) Tätigkeitsfelder in Zukunft: Angst vor Wegrationalisierung d. J.- Szenario nicht realistisch (C2:312-317)
- (C) Tätigkeitsfelder in Zukunft: Es geht nicht ohne Menschen (C2:318-319)
- (C) Verknüpfung: 98er, Tools heute undenkbar (z.b.Terminal mit orangen Buchstaben) (C2:345-347)
- (C) Verknüpfung: Arbeit die selbe wie damals (C2:347-348)
- (C) Vorteile für JournalistInnen: Erstellung von Content abnehmen (nicht so attraktiver Content) (C2:305-306)
- (C) Weiterbildungsoffensive: Im Unternehmen- neues Handwerk (C2:359-360)
- (C) Workshop für Prototyp: Erkenntnis, dass Maschine als kollaboratives Konzept, Know-How von Tech. und J. braucht (C2:65-68)
- (C)(I.i) Berufsbilder in Zukunft: Datenpflege, A-Pflege, Tätigkeitsbereich (C2:387-392)
- (D) AJ: Maschine- nicht die journalistische Leistung (C2:64-65)
- (D) Algorithmen in der Content-Distribution: Content gewünscht - an Maschine auslagern (C2:234-235)
- (D) Algorithmen in der Content-Distribution: Muss am besten gleichzeitig geschehen (C2:228-229)
- (D) Algorithmen in der Content-Distribution: Tweets, Lifeticker, Alarm - unterschiedliche Varianten des selben Contents (C2:224-228)
- (D) Prototyp AJ: Datengrundlage sehr gering- Mensch schreibt vielfältig (C2:120-122)
- (D) Prototyp AJ: Für Maschine alle Informationen runterköcheln auf unzweifelhalte Daten (wie Wochentag) (C2:122-125)
- (D) Prototyp AJ: Journalistisches Know-How und technologisches Know-How - gemeinsames neues Produkt (C2:528-532)
- (D) Prototyp AJ: Reagiert + macht Aufmerksam auf statistische Ausreißer/ besondere Ereignisse (C2:267-271)
- (D) Prototyp AJ: Simuliert nur Prototypen (C2:266-267)
- (D) Prototyp AJ: Strategie "News-Tech-Agency" (C2:534-535)
- (D) Prototyp: Einsatz von Tech bei zusätzlichen Content, den es noch nicht gibt (C2:183-184)
- (D) Prototyp: UserInnen-Zentriert, Gespräche mit KundInnen (C2:181-183)
- (D) Prototyp AJ: Begrenzter Use-Case (regional Fußball) (C2:26)
- (D) Prototyp AJ: Content automatisiert zusammenstellen/ erstellen (C2:25-26)
- (D) Prototyp AJ: Derzeit nicht im Einsatz (C2:88-89)
- (D) Prototyp AJ: Entscheidung zu Weiterentwicklung steht noch aus (C2:90)
- (D) Prototyp AJ: Ergebnis von selbstlernender Versuch: Ohne Instruktion nicht möglich, dass Maschine journalistische Texte schreiben lernt (C2:116-119)
- (D) Prototyp AJ: Interesse in Abteilung: Versuch mit Spielberichten - selbstlernend (C2:113-116)
- (D) Prototyp AJ: Ist kein Lückentext (C2:103-105)
- (D) Prototyp AJ: Journalistische Kriterien- Gewichtung, Geschichte (beispiel Fußballergebnisse 7:0) (C2:100-103)
- (D) Prototyp AJ: Kann schreiben und zeichnen (C2:63)
- (D) Prototyp AJ: Kann Tabellen und Graphen zeichnen, Daten visualisieren (C2:32-34)
- (D) Prototyp AJ: Kundinnenabhängig- Entscheidung zu Weiterentwicklung (C2:91)
- (D) Prototyp AJ: Lösung als Tool für KundInnen um Content selbst zu generieren (C2:34-41)
- (D) Prototyp AJ: Mit selbstlernender Software gespielt (C2:112)
- (D) Prototyp AJ: Nicht selbstlernend (C1:112)
- (D) Prototyp AJ: Textgenerierung und Visualisierung (C2:27-28)
- (D) Prototyp AJ: Tool mit intellektueller Leistung der Redaktion und tech. Leistung der IT (C2:38-39)
- (D) Prototyp AJ: Unternehmen hat A. sowas wie journalistische Blickwinkel beigebracht (C2:106-107)
- (D) Prototyp AJ: Unternehmen: Stolz darauf dass A. Niederlagen- und Siegesserien erkennt (C2:105-106)



- (D)(l.i.) Daten: Strukturierte Daten notwendig (C2:127-130)
- (D)(l.i.) Prototyp AJ: Entwicklungsmöglichkeit - Bei Umsetzung - wie open source (C2:573-576)
- B2B -Zielgruppe sind andere Medien (C2:18-21)
- Beschreibung: Befassung mit Beutung von AJ als Produkt (C2:12-17)
- Beschreibung: Begriffe für neue Bereiche fehlen (C2:411-416)
- Beschreibung: Datenfülle-> Fehlerpotenzierungsmöglichkeit (C2:642-647)
- Beschreibung: Intention der Entwicklung: Tool zur Contentgenerierung (C2:32-41)
- Beschreibung: Journalistische Skills und Wissen um Funktionsweise (C2:586-600)
- Beschreibung: Journalistische Tätigkeit bleiben (C2:343-347)
- Beschreibung: Konkrete und ausreichende Daten wären notwendig (C2:116-125)
- Beschreibung: Unterschiedliche Varianten des Contents auf unterschiedlichen Kanälen (C2:224-235)
- Differenzierung: B2B-Unternehmen: Produkt-bergrenztes Use-Case (C2:17-28)
- Differenzierung: Datenzugang- in Österreich schwierig (C2:693-695)
- Differenzierung: Fokus auf Algorithmerstellung (l.i.) (C2:58-64)
- Differenzierung: Derzeit nur ein Prototyp (C2:88-91)
- Entscheiden wieviel sie auslagern- keine einfache Entscheidung (C2:657)
- Konklusion (Zusammenfassend): Datenstrategie für Unternehmen notwendig (C2:136-154)
- Konklusion: Initialaufwand enorm- Ersparnis relativ (C2: 319-335)
- Konklusion: Journalismus als spezialisierter Beruf (C2:379-385)
- Konklusion: Lokale (mit weniger Ressourcen) u. personalisierte Berichterstattung profitieren (C2:207-216)
- Konklusion: N.N. Instruktion von Menschen notwendig (C2:110-119)
- Konklusion: Nicht der Journalismus- die Werkzeuge ändern sich (C2:348-352)
- Konklusion: Ohne Mensch geht es nicht (C2:631-635)
- Konklusion: Potential durch Open Data und Daten öffentlicher Stellen (C2:683-695)
- Konklusion: Verantwortung der Medienunternehmen (C2:654-662)
- Konklusion: Verantwortung der Regierung (Daten als Allgemeingut) (C2:700-726)
- Neg. Horizont: Maschine ohne Mensch ist dumm (C2:72-74)
- Neg. Horizont: Angebliche Wegrationalisierung von Abreitskraft (C2:313-318)
- neg. Horizont: Ersetzen der eigenen Textproduktion (C2:41-51)
- Neg. Horizont: Euphorie und Verantwortung (C2:662-669)
- Neg. Horizont: Falsche Sicherheit bei möglichen Fehlern (C2:622-629)
- Neg. Horizont: Grenzen der maschinellen Leistung im Vergleich zur journalistischen Kür und Pflicht (C2:185-205)
- Pos. Horizont: AJ als journalistische Leistung/ Entwicklungsleitung des Unternehmens (C2:92-107)
- Pos. Horizont: Mensch schreibt vielfältig (C2:120-125)

- Pos. Horizont: Prototyp als kollaboratives Produkt (C2:64-81)
- pos. Horizont: Unterstützung durch Algorithmen (C2:260-279)
- Pos.Horizont: AJ bei Content sinnvoll den es noch nicht gibt (C2:181-184)
- Proposition: Able UserInnen im Umgang mit AJ (C2:372-379)
- Proposition: Content- Ersatz durch AJ wäre als qualitativer Abstrich (C2:424-436)
- Proposition: Datenthemen gefragt in Weiterbildungsoffensive (C2:359-366)
- Proposition: Proposition: Qualitätssicherungs- Prozesse als offenes Thema (C2:610-621)
- Proposition: Spezialisierung im Journalismus (C2:392-406)
- Proposition: Transparenz (Ausweisung der Texte) (C2:436-442)
- Prototyp: Pos. Horizont: Unterstützung durch Algorithmen in der Verarbeitung großer Datenmengen (C2:260-279)
- Vorteil: Content erstellen er noch nicht da ist (C2:311-312)

## C6

48 Codes:

- (A) (l.i.) SEO: Weniger ethisches Problem (C6:54-56)
- (A) AJ: "Algorithmen bzw. künstliche Schreibmaschinen" (Begriff) (C6:86)
- (A) AJ: Dahinter steht Mensch (C6:116-119)
- (A) AJ: Geschichten nicht so Erfolg um Meinungen zu verändern (C6:172-174)
- (A) AJ: Journalismus->es geht um Emotionen (C6:104-105)
- (A) AJ: Mensch nicht gescheiter als Maschinen (C6:175-176)
- (A) AJ: Nicht die Macht übernehmen (C6:106)
- (A) AJ: Nicht soviel Arbeit übernehmen, dass Zeit für anderes bleibt (C6:87-88)
- (A) AJ: Tool, auch für Daten aufbereiten (DJ) (C6:88-90)
- (A) AJ: Wird genutzt um Geschichten zu machen (C6:118-119)
- (A) AJ: Wird sich nicht stark durchsetzen (C6:85-87)
- (A) Einsatz von AJ: Faszinierende Sachen möglich (C6:112-113)
- (A) Einsatz von AJ: Zb. Karte mit Daten- jede Woche neue Geschichte (C6:114-116)
- (A) Einsatzmöglichkeiten: Sportberichterstattung-Umsetzung (C6:28-31)
- (A) Entlastung durch AJ: Platz für zusätzliche Recherche (C6:14-15)
- (A) Grenzen: Emotionen (C6:27)
- (A) Grenzen: Emotionen in der Berichterstattung (auch Sport) C6:31-33)
- (A) Grenzen: Journalismus - Emotionen (C6:15-17)
- (A) Journalismus: Alles geht schneller (C6:130)
- (A) Journalismus: Redigierung fehlt merkbar (C6:141-142)
- (A) Journalismus: Redigierung fehlt oft auch AJ (C6:133)
- (A) Journalismus: Sichtbar - Tugenden des Journalismus (C6:142-143)
- (A) SEO: Weniger ethisches Problem (C6:65-66)
- (A)(l.i.) Berufsbilder: Veränderung nicht so gravierend (C6:109-112)

- (B) (I. Annahme) Transparenz: AJ in Richtung getrimmt- Problem (C6:171-172)
- (B) (I. Annahme) Transparenz: Bei voll algorithmusgesteuerte - Richtung offenlegen (C6: 168-171)
- (B) Gefahren durch AI: Beispiel\_ Social-Media- Beeinflussung von Emotionen (C6:41-43)
- (B) Grenzen von AJ: Auf schönes Handwerk (J.) verzichten- AJ vorziehen (C6:56-57)
- (B) Grenzen: Algorithmus- Meinung nach Gefallen (C6:47-48)
- (B) Grenzen: Handwerk abgeben (Bsp: Änderung der Sprache) (C6:67-69)
- (B) Kunst des Redigierens: Glanzzeiten sollen wieder kommen (C6:129-130)
- (B) Menschliche Hand: Gewichtung, Meinung- nicht an Algorithmen ausspielen (C6:45-46)
- (B) Menschliche Kontrollinstanz: Alles was veröffentlicht wird- von Mensch gesehen werden (C6:133-135)
- (B) Menschliche Kontrollinstanz: Inhalt vor Veröffentlichung lesen (C6:128)
- (B) Menschliche Leistung: Daten interpretieren (C6:90-91)
- (B) Menschliche Leistung: Daten interpretieren- wie gut auch A sein werden (C6:91-93)
- (B) Menschliche Leistung: Wertung und Gewichtung (C6:40-41)
- (B) Transparenz: Kein ethisches Problem für LeserInnen (C6:160-161)
- (B) Transparenz: Mensch redigiert (C6:157-158)
- (B) Transparenz: Text anders entstanden- Mensch redigiert (C6:158-16)
- (B) Transparenz: Vergleich- Schreibmaschine/ Computer (C6:154-157)
- (C) Berufsbilder in Zukunft: Etwas Ähnliches wie Social-Media (FB)- Menschen verbinden (C6:101-104)
- (C) Berufsbilder in Zukunft: Schwierig Prognosen zu treffen (C6:99-101)
- (C) Grenzen von AJ: SEO- optimierte Überschriften- fürchterlich (C6:57-59)
- (C) Ökonomische Aspekte: Arbeitsplätze einsparen: Sorge von JournalistInnen (C6:18-20)
- (C) Sprache als Handwerk: Vernachlässigung- Keine guten Geschichten möglich (C6:74-77)
- (C) Tugenden des Journalismus: Auch im Roboterjournalismus goldene Zeiten (C6:144-145)
- (C) Tugenden des Journalismus: Nicht veraltet (C6:143-144)

## C5

74 Codes:

- (A) (I.i.) Recherche: Hilfreich- Geschwindigkeit (C5:218-223)
- (A) AJ: Investition in Personal- Qualität (C5:139-140)
- (A) AJ: Textgenerierung- hatte wenig Bedeutung - Ressourcen (C5:15-17)
- (A) AJ: Überlegungen zu Textbausteinen, Genierierung/ Vergangenheit (C5:9-14)
- (A) AJ: Überlegungen zu Textbausteinen: Wirtschaftsberichterstattung (C5:12)
- (A) AJ: Vergleich- Aufkommen des Internets- eingebrochene Auflagenzahlen (C5:133-135)
- (A) AJ: Vergleich- Aufkommen des Internets- Senkung d. Auflagenzahlen durch Stelleneinsparung (C5:137-138)
- (A) AJ: Vergleich- Aufkommen des Internets- Steigerung d. Auflagenzahlen durch Stellenaufstockung (C5:136-137)
- (A) AJ: Weniger Personal notwendig (C5:132)
- (A) AJ: Wirtschaftsberichterstattung: Ev. zu komplex für vernünftiges Ergebnis (C5:18)
- (A) Anwendungsbereich: Beispiel: Wirtschaftsberichte- Gedankenspielerlei (vor 10 J.) (C5:76-77)
- (A) Anwendungsbereich: Standardtexte (C5:46)
- (A) Anwendungsbereich: Texte ohne Hintergrund (zb. Boulevard) (C5:47-49)
- (A) Anwendungsbereich: Klassischer Fünfzeiler (Wirtschaftsmeldung) (C5:122-124)
- (A) Anwendungsbereich: Klassischer Fünfzeiler von AJ schaffbar (C5:125-126)
- (A) Beispiel "Filter": A müsste eigenständige Suchmaschine sein (C5:205-207)
- (A) Beispiel "Filter": A- Ideal auch aus anderen Bereichen Infos (C5:2014)
- (A) Beispiel "Filter": Finanzdaten abrufbar und tabellarische Ausgabe (C5:199-203)
- (A) Beispiel: Standardtexte- keine Vielzahl von Variationsmöglichkeiten (C5:111-112)
- (A) Beispiel: Wirtschaftsberichte- kein Nutzen für Redaktion (C5:108-109)
- (A) Beispiel: Wirtschaftsberichte- keine Ressourcen (C5:110)
- (A) Beispiel: Wirtschaftsberichte- mühsam (C5:110)
- (A) Daten für AJ: Artikel nur so gut wie A und Daten (C5:339)
- (A) Einsatz von AJ: Immobiliennachrichten- befriedigendes Ergebnis möglich (C5:115)
- (A) Einsatz von AJ: Sinn bei Immobiliennachrichten (C5:112-114)
- (A) Erwartungen an AJ (Wünsche): Alle Aktien durchforsten (C5:194)
- (A) Erwartungen an AJ (Wünsche): Informationen selbstständig abrufen- toll (C5:191-193)
- (A) Erwartungen an AJ (Wünsche): Schlüsse ziehen & Querverbindungen (C5:178-179)
- (A) Erwartungen an AJ( Wünsche): Qualitativer Mehrwert (C5:177)
- (A) Finanznachrichten: Geschwindigkeit, Sekundenbruchteile (C5:78-83)
- (A) Finanznachrichten: Hochfrequenzhandel - Muster erkennt- Vergleich AJ (C5:84-87)
- (A) Grenzen: AJ- Können was beigebracht wurde (C5:170-171)
- (A) Grenzen: Artikel gerne lesen (Qualität, Schreibstil, Wortwitz) (C5:327-328)
- (A) Grenzen: Ausführlichkeit & Genauigkeit (C5:116-117)
- (A) Grenzen: Hintergründe- nähere Betrachtung (C5:49-50)
- (A) Grenzen: Informationen in den A. einfließen lassen- komplex (C5:153-156)
- (A) Grenzen: Konkurrenz und Markt beobachten (C6:30)
- (A) Grenzen: Qualität, Schreibstil, Wortwitz (C5:323-327)
- (A) Grenzen: Querverweise notwendig (C5:51-52)
- (A) Grenzen: Scheitern- Zusammenhänge (C5:40-41)
- (A) Grenzen: Textbauteile- trotz Kombinationsmöglichkeiten eingeschränkt (C5:92-94)
- (A) Grenzen: Umfangreich- wenn Zusammenhänge einfließen (C5:31)
- (A) Grenzen: Wird immer RedakteurIn, ChefredakteurIn verantwortlich sein (C5:168-169)

- (A) Grenzen: Zahlen vs. Wissen zur Lage "XY" (C5:147-153)
- (A) Grenzen: Zahlen vs. Wissen zur Lage: Zu komplex (C5:161)
- (A) Grenzen: Zusammenhänge herstellen (C6:28-29)
- (A) Mensch hinter der Technologie: Computer nicht selbstständig aktiv (C5:351-352)
- (A) Qualitativer Mehrwert: A. kommt auf Schlüsse/ Zusammenhänge (C5:183-185)
- (A) Qualitativer Mehrwert: Über spezifische Informationen verfügen (C5:185)
- (A) Recherche: Selbst kein Wissen dazu (C5:212-214)
- (A) Unterstützung: Daten aufbereitung (C5:243-244)
- (A) Wichtig: Wissen wie A funktioniert (nicht "interessiert mich nicht") (C5:341-343)
- (A) Beispiel: Geschwindigkeit relativiert sich- nur Zahlen notwendig (C5:102-104)
- (B) Gefahren: Heikle Themen- "Gräben aufreißen" (C5:250)
- (B) Gefahren: Heikle Themen- Politik, Wirtschaft, Soziales (C5:249)
- (B) Grenzen: Heischen von Auflage im Vordergrund (unkritisch) (C5:271-275)
- (B) Grenzen: Nutzen und Sinn- Information, begründbar (C5:266-271)
- (B) Journalismus: Keine Persönlichkeitsrechte zugunsten Auflage (C5:281-282)
- (B) Letztverantwortung (Mensch) (C5:338)
- (B) Menschliche Leistung: Analyseschwierigkeit- Kleingedrucktes (C5:27-28)
- (B) Menschliche Leistung: Vergleich und Durchgehen von Inhalten und Zahlen (C5:24-26)
- (B) Transparenz: "Wir hätten es wahrscheinlich gekennzeichnet" (C5:300)
- (B) Transparenz: Datenquelle angeben (C5:291-292)
- (B) Überprüfung des Ergebnisses: Abwägen- Möglicher Impact auf Betroffene durch Inhalte (C5:257-261)
- (B) Überprüfung des Ergebnisses: Automatische Datenerhebung (C5:255-265)
- (B) Überprüfung des Ergebnisses: Gefahr- Falschinformationen- Gerüchte (C5:232-235)
- (B) Überprüfung des Ergebnisses: Grenze d. Informationen die zu veröffentlichen sind (C5:236-239)
- (B) Verantwortung: Mensch steht hinter Technologie (C5:356-358)
- (B) Verantwortung: Mensch übernimmt Letztverantwortung (C5:306)
- (B) Verantwortung: Mensch- auch haftbar (C5:359-360)
- (B) Verantwortung: Mensch- steckt auch dahinter (C5:350-351)
- (C) Korrektur: Scheint eher Ausnahme zu sein, Einsparung Lektorat? (C5:307-314)
- (C) Ökonomische Aspekte: Beispiel: Textbausteine-> Ressourcen und Know-How waren nicht vorhanden (C5:59)
- (D) Interesse: Wie weit ist die Technologie/ aktueller Stand (C5:365)

## J5\_Reaktion (F)

33 Kodes:

- AJ als Werkzeug zu verstehen
- Aufgabe des AJ ein Werkzeug zu sein
- Automatisierte Nachrichten: Renaissance von ExpertInnen
- Bedeutung des Journalismus in der Digitalisierung klären
- Bewusstsein über Einsatz, Ziel und Verwendung
- Einordnung in gesell. Kontext
- Erfolgsversprechendes Modell: Hinterfragen des Mediums und Zielsetzung
- Erfolgsversprechendes Modell: Langfristige Planung
- Erfolgsversprechendes Modell: Neues Selbstverständnis von J.
- Ethik: Auweisung des Contents, wenn automatisch erstellt
- Ethik: Einschränkungen auf kontrollierbare Bereiche
- Ethik: Nicht ungebremst bei pol. Themen
- Ethische Grenzen abhängig von Medium
- Ethische Herausforderungen erübrigen sich durch geregelten Einsatz
- ExpertInnen erforderlich: Design, Wartung, Implementierung
- Fokus: Qualitätsmedien
- Haltung der Kontextualisierung
- Haltung die Journalismus ausmacht
- Hinwendung zur eigentlichen J. Tätigkeit (Erfassen/ Klären von Zusammenhängen)
- Kein "perfekter Algorithmus" möglich
- Kontextualisierung: AI nicht möglich
- Missverständnis der unumstößlichen Wahrheit von Daten
- Modell: Kostenlose Grundlagenmeldungen-kostenpflichtige erweiterter Content
- Nach erster Euphorie folgt Relativierung
- Output nicht objektiver- Phase überwinden (Technikgläubigkeit)
- Skills: Nicht notwendig für J. (Missverständnis)
- Skills: Technikgestaltung muss nutzerInnenfreundlich sein
- Technikgläubigkeit: Zuschreibung - AJ mehr als sie können
- Transparenz gg. JournalistInnen (was AJ ist)
- Transparenz gg. KonsumentInnen
- Uneingeschränkter Einsatz möglich (Gefahr)
- Verhalten des Algorithmus (Klick-Rate?)
- Verwendung und Auswahl von Libraries

## C3

92 Kodes:

- Abbau von Jobs- mögliche Vorteile
- Abgrenzung AJ von Journalismus ("Textgenerierung")
- AJ (Daten) zur Börsenthemen od. Politik - gefährlich
- AJ basierend auf Textbausteinen
- AJ besser bei Redundanz
- AJ Einsatz: Sport, Börse, kurze Meldungen
- AJ für Reportage fraglich
- AJ müsste auf individuelle Begebenheiten reagieren
- AJ zu Sportberichterstattung harmlos
- AJ: Daten müssen geprüft werden
- AJ: Daten von Agenturen
- AJ: Daten- redaktionelle Entscheidung
- AJ: Frage der Datengrundlage
- AJ: Grenzen bei individuellen Informationen
- AJ: Grenzen bei Standpunkte vertreten

- AJ: Lückentexte und Textbausteine
- AJ: Schneller und mehr produziert
- AJ: Unterscheiden zw. richtigen und geschönten Daten ("PR")
- AJ: Weniger Personal
- AJ: Zunahme des Content
- Anstellungsverhältnis und Bezahlung vernünftiger
- Aufgabenbereich: Informationen sammeln und/oder aufbreiten, verteilen
- Auflehnen gegen PR-Maschinerie (kann Maschine nicht leisten)
- Ausgebildete JournalistInnen nicht für einfache Tätigkeiten
- Beschreibung: Begrenzter Einsatz (Use-Case) (C3: (C3:37-48))
- Branche prekär (Beschäftigung)
- Chefredaktion: Hinter RedakteurInnen stehen (auch bez. Anstellung)
- Computer fehlerfreier und besser (einfache Tätigkeiten)
- Daten von Agenturen: Wer steht dahinter?
- Differenzierung: Differenzierung: Computer: Fehlerfreier (einfache Tätigkeiten) (C3:23-26)
- Differenzierung: JournalistInnen werden aus Zeitründen nicht für die Pflege der Software zuständig sein, aber für Überprüfung von Inhalten (C3:145-161)
- Eindämmung des Ansturms auf Medien
- Einflussnahme/ Manipulation wenn Gatekeeperfunktion des M. verloren geht
- Elaboration: Richtiger Journalismus: Investigativ und individuell (C3:71-79)
- Ev. Verbesserung der Berufssituation
- Ev. Versuche in Richtung Reportage
- Ev. Wegfall undefinierbarer Jobs "irgendwas mit Medien"
- Falscher Begriff "Roboter"
- Falschmeldungen in Meldungsflut durch AJ
- Gezielter Einsatz von AJ-redaktionelle Unterstützung
- GF: Diskussion um Einsparungsmöglichkeiten
- Gut ausgebildete JournalistInnen- Adäquate Tätigkeiten
- Gut ausgebildete JournalistInnen-Tätigkeiten die Maschine nicht leisten kann
- Hoffnung: Eindämmung prekärere Beschäftigung
- Hoffnung: Honorierung und Wertschätzung j. Arbeit
- Hoffnung: JournalistInnen - auch journalistische Tätigkeiten machen
- Hoffnung: Wertschätzung und Honorierung journalistischer Arbeit (C3:332-354)
- Impact durch Fehlermeldungen
- In Daten: Interessen dahinter
- Interdisziplinäre Felder: Zusammenrücken von Redaktion und Archiv (Daten)
- Interessen könnten hinter Daten stehen
- Investigatives- weit entfehrt
- Journalismus als Handwerk
- JournalistInnen haben Angst vor Jobverlust
- Konklusion: Automatisierung von Tätigkeiten die nichts mit Journalismus zu tun haben (C3:63-66)
- Konklusion: Fehlermeldungen durch fehlende Beurteilung von Daten mittels Algorithmen ungeprüftes veröffentlichten der a. Inhalte C3:90-102)
- Kontrollaufwand- Nutzen von AJ?
- Maschine kann Daten nicht auf Richtigkeit kontrollieren
- Massensturm auf Branche eindämmen
- Neg. Horizont: Ausgebildete JournalistInnen für einfache Tätigkeiten einsetzen (C3:22-30)

- Pos. Horizont: AJ als redaktionelle Unterstützung und Verbesserung der beruflichen Situation (C3:321-323)(C3:323-328)
- Pos. Horizont: Anwendung bei ermüdenden Tätigkeiten die mit richtigen Journalismus nichts zu tun haben (C3:57-64)
- Praxis: Kontrolle bedeutet Ressourcenaufwand
- Proposition: Roboterjournalismus als falscher Begriff (C3:13-18)
- Proposition: Zunahme von Content bei weniger Personal (C3:86-90)
- Proposition: Angst vor Jobverlust (C3:321-323)
- Proposition: Engere Zusammenarbeit zw. Tätigkeitsbereichen (C3:109-128)
- RedakteurInnen müssten individuelle Begebenheit hinzufügen/korrigieren
- RedakteurInnen- Wissen welche Inhalte redaktionell tauglich sind
- Redundante Tätigkeiten können abgenommen werden
- Richtiger Journalismus- etwas Investigatives
- Richtiger Journalismus-Individuelle Note/ Stil
- Schlechte Bezahlung
- Seriösität von Daten schwer beurteilbar
- Sich um AJ kümmern nicht JournalistInnen geben (Zeit und Wissen)
- Sich um AJ kümmern- etwas wie "ArchivarInnen"
- Skills: Datenbanken pflegen können
- Spezifikum: Leistung erbringen wegen Veröffentlichung in Media (schlechte Bezahlung)
- Tätigkeiten die mit richtigen Journalismus nichts zu tun haben
- Tätigkeitsbereich: Sich um AJ kümmern
- Transparenz zur Daten und Herkunft
- Umgang mit Daten (Wissen)- ArchivarInnen
- Undurchsichtige Quellen- keine Veröffentlichung
- Ungefilterte und ungeprüfte Nachrichten
- Unverständlich
- Verantwortung nicht abgeben
- Verfassen ähnlicher Texte/ Wiederholungen ermüdet
- Verwendung Vertrauenswürdiger Daten (Quellen sichtbar)
- Weniger RedakteurInnen
- Wirtschaftliche oder politische Interessen (Macht) in Daten
- Zusammenarbeit: Datenarchiv und Redaktion
- Zwiespalt: Einsparungsmaßnahmen (Jobs)

#### E4 Reaktion

15 Codes:

- Deep Learning Bibliotheken: Unterschiedliche Lernmodelle trainierbar
- Deep Learning: Kein Verständnis von Text- keine Schlüsse ziehen
- Dilemma des fehlenden semantischen Verständnisses
- Elaboration: Schlüsse und Verstehen nicht möglich
- Elaboration: Störfaktoren die Einschätzung von NN verändern
- Elaboration: Vortäuschung von Verständnis
- Erkennen von Formen- durch Störfaktoren anderes Ergebnis
- Höhere Qualität der Texte- höhere Qualität
- Kehrseite: Vortäuschung semantischen Verständnisses
- Konklusion: Produktion hochwertiger Texte
- Konklusion: Qualitätskontrolle stärkere Bedeutung (Zukunft)
- Qualitativ hochwertige Texte

- Self- Supervized: Hohe Qualität (hoher Menge Texte)
- Verfügbarkeit von Bibliotheken und vortrainierten Modellen
- Veröffentlichung von Deep Learning Bibliotheken (inkl. vortrainierten Modellen)

#### E5

9 Codes:

- Neuer Text vom Original unterscheidbar
- Neues in Text einbringen
- Proposition: Empfindlichkeit des Menschen auf fehlerhafte Texte
- Schwierigkeit Texte nach menschl. Maßstäben auszugeben
- Summarizing
- Synonyme (automatisch erkennbare)
- Textgenerierung auf Basis von Wahrscheinlichkeit
- Wahrscheinlichkeit der Abfolge von Wörtern
- Wahrscheinlichkeit sinnloser Texte bei unklaren Mustern

#### C4\_Reaktion

15 Codes:

- Bereitschaft zu Zahlung wäre erforderlich
- Differenzierung: LeserInnenfinanziert nur in pol. Bereich
- Differenzierung: LeserInnenfinanziert- Renaissance der "Parteizeitung"
- Differenzierung: LeserInnenfinanziert- wenn Meinung vertreten wird
- Differenzierung: LeserInnenfinanzierung durch pol. Blogs (C4.R: 14-21)
- Gesinnungsjournalismus durch Vertrauenskrise
- LeserInnen die ich nicht repräsentiert fühlen- unterstützen diese Blogs
- LeserInnenfinanziert: über Blogs und Webp.: Gegenöffentlichkeit
- LeserInnenfinanzierung nicht möglich da Medien zu teuer sind
- LeserInnenfinanzierung als Wunschvorstellung
- Medien werbefinanziert
- Modell: LeserInnenfinanziert scheitert meist
- Nischen vs. General Interest (C1:237-245)
- Proposition: LeserInnenfinanzierung nur eingeschränkt realisierbar (C4.R: 5-12)
- Wenige Beispiele von Modell: LeserInnenfinanziert

#### C1\_Reaktion

1 Codes:

- (nahezu) Vollständige Abdeckung der Thematik

#### C2\_Reaktion

5 Codes:

- (nahezu) Vollständige Abdeckung der Thematik
- Algorithmen als dienstleistendes Element (C2.R.: 8-12)
- Diskurs-shift: Fokus auf Automatisierung interner Workflows und Contentdistribution
- Elaboration: Vernünftige Sichtweise
- Proposition: Diskursshift in AJ-Praxis (C2.R: 5-7)

#### C4

148 Codes:

- (A) AI: Entwicklung nicht klar- wenn menschenähnlich dann eher menschliche Tätigkeiten übernehmen (C4:210-214)
- (A) AI: Weit weg von: Software die Inhalte versteht, nachfragt, Interviews führt, Widersprüche entdeckt (C4:215-220)
- (A) AJ: Automatisierung von Content, der automatisiert war (Copy+Paste) (C4:230-232)
- (A) AJ: Einsparen von J. (Copy+Paste) (C4:323-234)
- (A) AJ: Kontinuierliche Weiterentwicklung im Journalismus (C4:167)
- (A) Automatisierungsmöglichkeiten: Layout (C4:268-275)
- (A) Automatisierungsmöglichkeiten: Websites erstellen (Baukästen) (C4:276-281)
- (A) Beispiel: Unternehmen-Konkurrenz- Verdrängungsmethoden (C4:373-376)
- (A) Beispiel: Unternehmen-Konkurrenz- Verdrängungsmethoden: Andung politik-abhängig (C4:360-362)
- (A) Beispiel: Unternehmen-Konkurrenz- Verdrängungsmethoden: konnte man nachweisen (C4:364-366)
- (A) Beispiel: Unternehmen-Konkurrenz- Verdrängungsmethoden: Mailverkehr offengelegt (C4:371-373)
- (A) Beispiel: Unternehmen-Konkurrenz- Verdrängungsmethoden: Vollidioten schrieben Mails mit Informationen (C4:366-367)
- (A) Beispiel: Unternehmen-Konkurrenz- Verdrängungsmethoden: Vorstellung des Redaktionssystem zu sagen (C4:376-377)
- (A) Einsatz von AI: Gleiche Standardsätze - AI zu traubar (C4:82-85)
- (A) Einsatz von AJ: Automatisierung von nervtötenden Ausfüllarbeit (C4:654-656)
- (A) Einsatz von AJ: Bei eingeschränkten Sprachschatz/ gleiche Stehsätze/ Verbales Füllmaterial (C4:80-81)
- (A) Einsatz von AJ: Einkürzen von Agenturmeldungen (C4:550-554)
- (A) Einsatz von AJ: Recherchezwecke: Frage welche Ergebnisse (C4:94-105)
- (A) Einsatz von AJ: Standardisierbare Dinge (C4:656-657)
- (A) Einsatz: Wo gibt es standardisierte Sachen (C4:88)
- (A) Einsatzmöglichkeit: Vergleich von Produkten, E-Commerce (C4:3114-326)
- (A) Einsparungsmöglichkeit: Arbeit nicht unersetzbar (der am meisten verdient) (C4:409-410)
- (A) Einsparungsmöglichkeit: Idee: JournalistInnen übernehmen andere Tätigkeiten in der Redaktion (C4:305-309)
- (A) Einsparungsmöglichkeit: Wer verdient am meisten (C4:408-409)
- (A) Einsparungsmöglichkeiten durch AJ: Fotoredaktion automatisierbar: Recherche inkl. Preise (C4:262-267)
- (A) Einsparungsmöglichkeiten durch AJ: Statt Archivare, Datenbanken automatisiert durchsuchen (C4:239-241)
- (A) Einsparungsmöglichkeiten: Design (Verdienst von Art-Direktor) (C4:290-296)
- (A) Gewünschte Möglichkeiten von AJ: Crawler: Internet nach Information durchsuchen (C4:122-129)

- (A) Gewünschte Möglichkeiten von AJ: Recherche-Zugang zu nicht öffentlichen Daten (Verknüpfung mit DJ) (C4:112-118)
- (A) Grenzen (Fähigkeit): Aufdecken -Informationen und deren Wahrheitsgehalt (C4:470-474)
- (A) Grenzen (Fähigkeit): Aufdecken- Branchenwissen und Hintergrundwissen (C4:474-479)
- (A) Grenzen (Fähigkeit): Aufdecken- dokumentieren-> Nachweisbarkeit (C4:487-491)
- (A) Grenzen (Fähigkeit): Geschichte daraus machen- Vorgehen (C4:479-487)
- (A) Grenzen (Fähigkeit): Maschine kann keinen Aufdeckerjournalismus (C4:418-419)
- (A) Grenzen (Fähigkeit): Rechner kann nicht herumgehen (C4:460-462)
- (A) Grenzen (Fähigkeit): Richtiger investigativer Journalismus nicht automatisierbar (C4:457-458)
- (A) Grenzen (Fähigkeit): Vertrauliche Informationen bekommen- Rechner kann Mensch nicht ersetzen (C4:468-470)
- (A) Grenzen des AJ: Interviews führen (C4:17-19)
- (A) Grenzen von AJ: Einsatz zu Recherchezwecke (C4:88-89)
- (A) Grenzen: Nicht alles protokolliert haben wollen (C4:390-391)
- (A) Nachteile: Daten über Hintergrunddeals. Verlage- InserentInnen (C4:354-355)
- (A) Nachteile: Daten- politische Einflussnahme (C4:356)
- (A) Nachteile: In AJ protokolliert- politische Ausrichtung (C4:356-358)
- (A) Nachteile: Möglicher Zugriff Dritter auf Software (C4:349-350)
- (A) Nachteile: Nicht alles automatisieren- Datensensible Information die Rückschlüsse zulassen (C4:333-338)
- (A) Nachteile: Software Redaktionsgeheimnisse verraten (C4:344-345)
- (A) Nachteile: Verknüpfung mit Wikileaks- USB-Stick- Militärcomputer (C4:349-354)
- (A) Nutzen: Lohnen von Automatisierung, weiterer Automatisierung (C4:404-405)
- (A) Redaktionsgeheimnisse: JournalistInnen können auch erzählen - nicht beweisen können (C4:358-360)
- (A) Software AJ: Anschauen und haben wollen (C4:621-623)
- (A) Veränderung im Journalismus: Digitalisierung- Journalistisches Produkt ohne technische Hürden herstellen (C4:137-144)
- (A) Veränderung im Journalismus: InfluencerInnen/ BloggerInnen, Journalistische Rolle leichter einnehmen (C4:173-183)
- (A) Veränderung im Journalismus: Information abrufbar, zulieferbar (C4:153-156)
- (A) Veränderung im Journalismus: Neue journalistische Produkte entstanden (zb. mobile Anwendungen) (C4:170-173)
- (A) Veränderung im Journalismus: Onlinejournalismus -geringere Investitionskosten (C4:148-152)
- (A) Veränderung im Journalismus: Programmzeitschriften früher händisch erstellt (C4:157-162)
- (A) Veränderung im Journalismus: Weniger Leute für mehr journalistische Produkte (C4:168-170)
- (A) Verknüpfung AJ: Befehle an SprachassistentInnen- Spracherkennung (C4:10-17)
- (A) Verknüpfung: Digitale SprachassistentInnen- Antwort nach statistischer Wahrscheinlichkeit (C4:20-23)
- (A) Verknüpfung AJ: Mustererkennung- JournalistInnen arbeiten ähnlich (C4:28-30)
- (A) Vorstellungen: Software sucht Synonyme- einfach klicken (C4:605-609)
- (A)(I.i.) Nachteile: Betriebsgeheimnisse System anvertrauen (C4:397-398)
- (A)(I.i.) Nachteile: Daten - Softwarefirma- Nicht klug (C4:383-385)
- (A)(I.i.) Veränderung im Journalismus: Kontinuierliche Weiterentwicklung (C4:229-230)
- (B) Kontrolle: Blödsinn erkennen können (C4:519-520)
- (B) Kontrolle: Spezialwissen nach j. Schwerpunktüberprüfung der Richtigkeit der Inhalte (C4:543-546)
- (B) Verantwortung bei Fehler: Haftung des Verlags zur ungeteilten Hand
- (B) Verantwortung bei Fehler: Kontrolle des Verlages (C4:513-515)
- (B) Verantwortung bei Fehler: Kontrolle von Arbeit des Kollegen Roboter (C4:514-515)
- (B) Verantwortung bei Fehler: Problemstellung: Nicht nur angestellte JournalistInnen (C4:505)
- (B) Verantwortung bei Fehler: Rechner nicht pfändbar: Haftung durch Verlag (C4:511-512)
- (B) Verantwortung bei Fehler: Rechner nicht pfändbar, wenn Blödsinn schreibt (C4:509-510)
- (B) Verantwortung bei Fehler: Verleumdungsklage (zb) (C4:506)
- (B) Verantwortung bei Fehler: Wenn JournalistIn kann nicht zahlen-Haftung des Verlags (C4:508)
- (B) Verantwortung: Verlassen auf Softwarehersteller (C4:512)
- (C) Arbeitspraxis: Sportbereichterstattung: Standardisierte Sätze und Ergebnisse einfüllen (C4:37-42)
- (C) Arbeitspraxis: Aufdecken- Infos geschickt bekommen (C4:420-426)#
- (C) Arbeitspraxis: Aufdecken- wertvolle Informationen für LeserInnen (C4:491-493)
- (C) Arbeitspraxis: Aufdeckerjournalismus: Informationen bekommen (C4:440-442)
- (C) Arbeitspraxis: Erfahrung: Wissen was im Journalismus automatisierbar ist (C4:208-210)
- (C) Arbeitspraxis: Fernsehprogramme, Programmzeitschriften- übernahme fertige Sachen (C4:60-62)
- (C) Arbeitspraxis: Informationen bekommen- pawloschwer Hund (C4:452-453)
- (C) Arbeitspraxis: Informationen bekommen-aufgrund politische Motive/ Ziele Dritter (C4:429-435)
- (C) Arbeitspraxis: Informationen gezielt an Magazin- Wissen was die daraus machen (C4:454-456)
- (C) Arbeitspraxis: Informationen zugespielt bekommen- politische "Zielperson" (C4:451-452)
- (C) Arbeitspraxis: Irgendwas bedruckt kriegen (C4:494-495)
- (C) Arbeitspraxis: J. übernehmen mehr in der Produktionskette (C4:254-256)
- (C) Arbeitspraxis: JournalistInnen erfinden standardisierte Dinge nicht neu, Copy+ Paste (C4:86-87)
- (C) Arbeitspraxis: JournalistInnen-Kopieren- Einfügen (C4:78)
- (C) Arbeitspraxis: Nur bestimmter Content redaktionell erstellt- Übernahme von Textbausteinen (C4:67-69)
- (C) Arbeitspraxis: Problem\_ Journalismus darf nichts mehr kosten (C4:493)
- (C) Arbeitspraxis: Richtiger Investigativer Journalismus: Finden was andere vertuschen wollen (C4:457-460)
- (C) Arbeitspraxis: Sich mühe geben müssen (C4:492)

- (C) Arbeitspraxis: Standardisierte Sachen wie Sportberichterstattung- Daten kommen digital rein (C4:34-37)
- (C) Arbeitspraxis: Standardisierte Sätze-Grundgerüst des Textes: Kopieren -Einfügen (C4:42-46)
- (C) Arbeitspraxis: Textteile wiederverwenden- ähnlich wie AJ (C4:28-34)
- (C) Arbeitspraxis: Überbewertung von Rechenleistung von JournalistInnen (Aufdeckerjournalisten) (C4:420-421)
- (C) Arbeitspraxis: Zulieferung von Content (zb.TV-Programmteil) (C4:65-66)
- (C) Arbeitszeit verkürzen: Software die Datenblätter liest und ausfüllt (C4:636-639)
- (C) Artikel: Aufbau - kein wahlloses herausnehmen (C4:584-585)
- (C) Artikel: Aufbau- Teile beziehen aufeinander (C4:585-586)
- (C) Einsparungsmöglichkeit: Betriebswirtschaftliche Logik- Gehaltspyramide anschauen (C4:406-407)
- (C) Ersetzen von JournalistInnen: Bestimmte Bereiche- nicht schade darum (C4:612-613)
- (C) Jobverlust: Roboter können Journalisten ersetzen (C4:260-262)
- (C) Menschliche Komponente: Informationen weitergeben- vertrauen müssen- Selbstschutz (C4:468)
- (C) Menschliche Komponente: Vertrauliche Informationen- persönliche Beziehungen notwendig (C4:466-467)
- (C) Problemstellungen: Kontrolle von Inhalte - qualifiziert sein müssen (C4:521-533)
- (C) Skills: Interesse an Technologie, keine zu starke Kritik an Tech (C4:204-207)
- (C) Stil: Wortwiederholungen: Suche nach Synonymen (C4:593-596)
- (C) Synonyme automatisiert: Arbeit beschleunigen und erleichtern (C4:610-611)
- (C) Synonyme automatisiert: JournalistInnen nicht komplett ersetzen (C4:611-612)
- (C) Tätigkeit: Nervigste, Strafarbeit- Produktbeschreibungen (automatisieren) (C4:623-626)
- (C) Tätigkeiten: Datenblätter vervollständigen- mühsam (C4:644-645)
- (C) Tätigkeiten: Informationen beschaffen- hohe Geschwindigkeit (C4:653-654)
- (C) Tätigkeiten: Produktbeschreibungen- Details (C4:630-634)
- (C) Tätigkeiten: Spezifische fehlende Informationen finden- Mensch braucht Zeit (C4:646-653)
- (C) Tätigkeiten: Unvollständige Datenblätter (C4:639-640)
- (C) Text kürzen: Text zu lange- Aufgabe d. RedakteurIn (C4:565-568)
- (C) Texte kürzen: RedakteurInnen entschieden welcher Teil (C4:568-570)
- (C) Unterstützung: Software die Daten gewichtet- Unterstützung für Recherche (C4:105-108)
- (C)(l.i.) Arbeit verbessern Automatisierung (Korrektur) (C4:601-605)
- (C)Tätigkeiten: Produktbeschreibungen-Strafarbeit- Info aus Datenblatt abschreiben (C4:634-636)
- (D) Einsatz von AJ: Formalisierte Sachen (C4:76-79)
- (D) Kürzen von Texten: Software die erkennt was in Text wichtig ist (C4:556)
- (D) Kürzen von Texten: Was darf man nicht wegkürzen (C4:558)
- (D) Synonyme automatisiert: Abnehmen von händischen Suchen (C4:596-597)

- (D) Synonyme automatisiert: Warnung bei (C4:597-598)
- (D) Synonymlexika (früher): JournalistInnen die mit Sprache arbeiten (C4:591-593)
- (D) Text kürzen: Software mit Sinnverständnis (C4:563)
- (D) Text kürzen: Software- Kürzungsvorschläge wenn es noch RedakteurInnen gibt (C4:564-565)
- (D) Texte kürzen: Automatisieren: Ersetzen von Teilen durch verbindenden Satz (C4:591)
- (D) Texte kürzen: Ersetzen von Teilen durch verbindenden Satz (C4:585-588)
- (D) Texte kürzen: Software die Kürzungsvorschlag macht (C4:577-578)
- (D) Texte kürzen: Software: Verbindenden Satz nach Kürzung finden (C4:571-573)
- (D) Texte kürzen: Vorschlag- Verbindung der Teile (C4:582-583)
  - Beschreibung: Verstehen des Gegenübers und Widersprüche entdecken- Tätigkeiten die nicht automatisierbar sind (C4:210-220)
  - Differenzierung: JournalistInnen wissen was nicht automatisierbar ist (C4:208-210)
  - Konklusion: Kontrolle des Outputs aufgrund der Haftung (C4:511-515)
  - Konklusion: Maschine kann nicht investigativ arbeiten (C4:466-479)
  - Off-Topic: Bildagenturen (C4:245-253)
  - Pos. Horizont: Einsparung von "Copy-Paste-Tätigkeiten" (Lückentexte) (C4:229-234)
  - Proposition: Haftung des Medienunternehmens (C4:503-515)
  - Proposition: Investigativer J.: Persönliche Beziehungen wichtig (C4:418-419)
  - Proposition: Technikangast (C4:208-220)
  - Überprüfen von Inhalten: Auffälliges durch Wissen erkennen (C4:546-548)
  - Überprüfen von Inhalten: Verwendete Quellen "Kollege Roboter fragen" (C4:549)

## E2

105 Codes:

- (A) Robotik: Anschein erwecken von Interaktion durch Reaktion: Algorithmisches ist offensichtliches (E2:93-96)
- (A) Robotik: Anschein erwecken von Interaktion durch Reaktion: Vortäuschen echter Reaktion (E2:86-92)
  - Abgabe mühsamer Tätigkeit
  - AJ als Tool
  - AJ als Tool und JournalistInnen als ethische Instanz
  - AJ soll leicht nutzbar gestaltet werden
  - Algorithmen "allein" tätig
  - Analogisierung: Verständnis für Technologie schaffen
  - Angst als Reaktion auf Erneuerung
  - Anwendungsbereich: Fakten aneinanderreihen
  - Bedürfnis des Menschen menschl. Zu erschaffen
  - Bedürfnisse von JournalistInnen
  - Blase: Recherchetool
  - Definition von Moral
  - Differenzierung: Definition von Bewusstsein- Biomechanische Vorstellungen - ev. möglich
  - Einsatz von AI: Eingriff in AJ Abhängig von Qualität des Mediums
  - Einsatz von AJ in Zukunft: Arbeit unabhängig davon immer auf moralisch-ethische Qualität hinterfragen

- Einsatz von AJ in Zukunft: Ideologie und Qualitätsanspruch fallen durch Tech. nicht weg -> Kompromisse finden
- **Enschreibung von Vorstellung in Programmierung**
- Entscheidungsmacht von AJ: Frage ist ProgrammierInnen zu stellen
- Entscheidungsmacht von AJ: Journalistische Ethik (i.l.)
- Entwicklung von AJ: Developer-Team von JournalistInnen (u. Bedürfnisse) + ProgrammiererInnen
- Entwicklung von AJ: Interdisziplinär
- Ergebnisse zusammenfügen
- **Fehlende Klarheit was Bewusstsein ist**
- **Fehlende Kontextualisierungsfähigkeit- Extreme durch Social Media (AI kann Quellen nicht bewerten)**
- **Geblendet sein durch Funktion**
- **Gemeinsame Entwicklung (kollaborativ)**
- **Gewichtung auf (echten) Journalismus möglich**
- Grenzen: Gesellschaftliche Analysen nicht möglich
- Grenzen: Kontextualisieren sozialer Begebenheiten
- Grenzen: Maschine wird kein Bewusstsein und Selbstverständnis haben
- Grenzen: Über Fakten Kausalitäten finden können
- Grenzen: Unterhaltung, Gesprächführung, Einorden und Erkennen von Wörtern
- **Ideologische Grundhaltung- Fakten überprüfen notwendig**
- Innovation: Bruch des Potential nach näherer Auseinandersetzung: Menschliche Kommunikation ist mehr als Zusammenfügen von Daten
- Innovation: Androide den Anschein von Reflexion erwecken (gescriptete Aufnahmen)
- Innovation: Schein von Status Quo aufrechterhalten
- Innovation: Von Funktionsweise geblendet sein: Aber Bruch des Potential nach näherer Auseinandersetzung
- Intelligenteste Methode der Nutzung und des "sich nicht ersetzen lassens"
- JournalistInnen müssen nicht Programmieren können
- **Journalistischer Eid**
- **Kompromiss finden: Hinterfragen eigener Arbeit auf moralisch-ethische, ideologische Qualität**
- Konglomerat aus Algorithmen zur Nutzung
- Konstruktion menschähnlicher Konzepte: Bedürfnis des Menschen
- Konstruktion menschähnlicher Konzepte: Beispiele: Golem und Pygmalion-Effekt
- **kultur-historisch Bedeutendes Bedürfnis**
- Lage des Journalismus: Sinkende Qualität und knappe Ressourcen
- Lage des Journalismus: Sinkende Qualität: Hoher Druck und Geschwindigkeit
- **Maschine mit Bewusstsein in Zukunft nicht möglich**
- **Maschine mit Bewusstsein in Zukunft nicht möglich,**
- **Menschl. Sprachqualität nicht erreichbar**
- Menschliche Leistung: Unterhaltung, Gesprächführung, Einorden und Erkennen von Wörtern
- **Mit AJ: Texten arbeiten als Material**
- Moral und Ethos: Braucht zuerst die Definition
- Moral und Ethos: Frage wie Maschine das zu lehren
- Moral und Ethos: Maschinen ohne Bewusstsein
- Moral und Ethos: Perspektiven vom Bewusstsein der Maschine: Biomechanisch
- Moral und Ethos: Perspektiven vom Bewusstsein der Maschine: Moralische Agentur und Abgrenzung des Körpers von der Umgebung
- Moral und Ethos: Selbstverständnis als komplexes System -Weltverständnis und Ideologien (l.i.)
- Moral und Ethos: Verknüpfung: Selbstverständnis und Bewusstsein
- **nicht Erkennen der fehlenden Responsivität**
- **Nur Fakten aneinanderreihen möglich**
- **NutzerInnenfreundliche Gestaltung**
- Nutzung als Tool: Maschine kein Journalimusersatz- da kein Bewusstsein und Selbstverständnis
- **Personaleinsparung führt zur Abnahme der Qualität**
- Potential: AJ ist zur investigativer Tätigkeit nicht fähig
- Potential: Journalismus mehr qualitative Aspekte wieder zuordbar (z.B. Investigativer J.)
- Potential und Risiken
- Potential: Mehr Zeit für qualitative Arbeit, lästige durch AJ ersetzen
- Recherchetool (Verkürzung der Recherche)
- Risiken: Angst davor ersetzt zu werden
- Risiken: Angst vor Tech. 1. normale Reaktion
- Risiken: Bias von ProgrammiererInnen: Problematische Interpretation von Inhalten
- Risiken: Bias: Vorstellungen der ProgrammiererInnen als Futter für AI
- Risiken: Quellenzuschreibung - und Überprüfung von AI gesammelten Wissen
- Risiken: Trolle: Beispiel AI-Chatbot durch lernen von Social -Media-Inhalten rassistisch und antisemitisch
- **Risiko: Urteile und Bewertungen**
- **Robotik-Industrie vermitteln falschen Entwicklungs-Status**
- **Routine im Alltag, Anforderungen**
- **Schwierigkeit eines Code of Ethics**
- **Simulation d. Interaktion**
- **Sprachliche Metabenen nicht erreichbar**
- Technologie: Ist werder gut noch schlecht
- **Technophobie**
- Technophobie in Mitteleuropa
- **Textalgorithmen mit anderen Technolgien vergleichbar**
- **Textgenerierung nicht Hochkultur des Journalismus**
- **Toolnutzung: Kollaboration mit Technologie und Methode um sich nicht ersetzen zu lassen**
- Transhumanismus: Singularität und die Maschine mit Bewusstsein
- **Überlassen von Breichen: Abhängig von Qualitätsanspruch**
- Umgang mit AJ: Fakten prüfen im journalistischen Selbstverständnis
- Umgang mit AJ: Fremdproduzierter Text als Material (wie wenn man Text selbst schreibt)
- Umgang mit AJ: JournalistInnen aus ihrem Selbstverständnis und Ethik heraus (Inhalt des Textes, Stil)
- Umgang mit AJ: JournalistInnen als Instanz und fremdproduzierter Text als Material
- Umgang mit AJ: Permanenten Reflexion des journalistischen Selbstverständnis
- Umgang mit AJ: Technologie für sich nutzbar machen ohne sich in Position bedroht zu fühlen
- Vergleich Mensch -Maschine: Führt zu falschen Eindruck über Tech.
- Vergleich Mensch -Maschine: Komplexität des Gehirns nicht vergleichbar
- Vergleich Mensch -Maschine: Veraltet: Sinn und Sensoren/ Gehirn und Computer
- **Versimplifizierung von Mensch**
- Verwendung von AJ in Zukunft: Kollaboratives im Umgang mit AJ und AI



- Viele Berufssparten mit Automatisierung konfrontiert, Nutzung so, dass keine Bedrohung der Profession
- Wahrnehmung leicht täuschbar- nähere Auseinandersetzung sichtbar
- Weltverständnis- beinhaltet Moral und Bewusstsein

### E1 (E6)

133 Codes:

- AJ in Zukunft: Aufgrund von Entwicklung ein Stück weit ungewiss
- AJ in Zukunft: Medienkompetenz wichtig
- AJ in Zukunft: Medienkompetenz: Wissen um Algorithmisch erstellte Texte (Gefahr der Falschmeldungen)
- AJ wird Alltag werden: "Diese Technologie geht nicht mehr weg!"
- AJ-RedakteurInnen, die mit Daten begleitend arbeiten u. Datenmodelle
- AJ-Software: (Regelmäßig) Strukturierte Daten als Input
- AJ-Software: Ausgabe und Mehrwerterzeugung anhand von Parameter für regelbasierte Einschätzungen
- AJ-Software: Datenbasiert Mehrwert (umfangreicher und spannender) erzeugen durch hinzugefügte Datenbanken
- AJ-Software: Datenmodell als Basis (selbst erstellen oder von Softwareunternehmen erstellen lassen)
- AJ-Software: Exemplarischer Text in Einzelbausteine zerlegt + Auswahl der Datenattribute
- AJ-Software: Masse an Texten/h generierbar (500.000) (E6:200-203)
- AJ-Software: Qualität der Texte gut: Mit geschulten Blick erkennbar (Hinweis auf Reaktion der InterviewerIn)
- AJ-Software: Qualität der Texte gut: UserInnen können R-Texte nicht von menschlichen unterscheiden
- AJ-Software: Regelbasiert- Schnelligkeit
- AJ-Software: Strukturierte Daten als Input
- AJ-Software: Texte im Nachgang nachbetexten
- AJ: Kollaboratives Produkt
- AJ: Produktion von Inhalten für Trägermedien die mit Werbung bespielt werden, Restliche Ressource für journalistische Arbeit
- AJ: Tätigkeiten die kein journalistisches handwerkszeug brauchen
- Anlassbezogen betexten
- Anpassung der Sprache an Zielgruppe
- Anpassung von Tonalität
- Aufwand strukturierte Daten erhalten
- Ausbildung: Automatische Betextung in journalistischer Ausbildung lehren
- Automatische Nachbetextung
- Automatisierbar wo regelmäßiger Dateninput vorhanden ist. Restliche Ressource für journalistische Arbeit
- Automatisierte Textgenerierung: "SEO"- relevante und "Unique" Texte erzeugen
- Automatisierte Textgenerierung: Vollständige Digitalisierung der Produktion von Content
- Befreiung der Redaktionen von wiederkehrenden Arbeiten von Texten in hoher Zahl
- Berufsfelder
- Bespielung unterschiedlicher Kanäle
- Breiche: Werden auseinanderwachsen
- Coaching und Austauschmöglichkeit
- Coaching und Training für AJ

- Daten in strukturierte Form bringen/ Daten in strukturierter Form erhalten
- Datenjournalismus: Technische Versierte
- Datenstrukturierung in Zukunft: AI und Machine-to-Machine-learning
- Datenstrukturierung: Daten in strukturierte Form zu bringen mit semantische Verfahren
- Datentracker in der Sportberichterstattung - Biometrische Daten und GPS
- Differenzierung: Disruptive Kräfte
- Durchsetzung der Technologie
- Einsatz von AI: Möglichkeiten (Beispiel: Feinstaubmessung 5x pro Tag)
- Einsatz von AJ: Beispiel: X-Menge Newsletter pro Tag, die UserInnen motivieren auf Website zu kommen
- Einsatz von AJ: Entlastung von Redaktionen
- Einsatz von AJ: Führte nicht zum Personalabbau
- Einsatz von AJ: Geschäftsmodell von Verlagen: Brauchen journalistisches Trägermedium, dass mit Werbung bespielt wird
- Einsatz von Datentracker
- Elaboration: Übernahme redundanter Tätigkeiten
- Elaboration: Übernahme redundanter Tätigkeiten, Seo- optimiert, Unique
- Elaboration: Verständnis von Software und Webpages
- Entlastung der Redaktionen
- Entlastung von Redaktionen mit fehlenden Personal (aus Kostengründen)
- Entwicklung: Fokus auf geistige Leistung und steuerndes Eingreifen
- Erstellung des Datenmodells
- Fakenews und Einflussnahme auf Berichterstattung (Bots)
- Fehlendes Personal aus Kostengründen Herausforderung in Redaktionen
- Freiheit in der Tonalität, Sprachstil und Duktus
- Für Kurzberichte: Recherche- keine Investition von Zeit
- Gefahren durch AI: Fake-News, Chat-Bots, Einflussnahme durch Berichterstattung
- Gefahren durch AI: Themen begeben um Gefahren auszuschließen
- Geschlossener Feedbackcycle (Machine-to-Machine- Learning)
- Gestaltungsmöglichkeit (AJ)
- Glaubwürdigkeit: Monotone Arbeit führt zu Fehlern- AJ gleichbleibende Qualität
- Glaubwürdigkeit: Studie: AJ-Texte glaubwürdiger
- Gleichbleibende Qualität- kaum von mensch. generierten unterscheidbar
- Gründe für den Einsatz von AJ: Nachrichtenbereich wo in Masse mit geringer Halbwärtszeit produziert wird
- Gründe für den Einsatz von AJ: Wegautomatisierung wo es möglich ist
- Gründe für den Einsatz von AJ: Zeit für Interviews, Hintergrundstories, Analytische Stücke (kann nicht von Roboter übernommen werden)
- Gründe für den Einsatz von AJ: Zeit schaffen für journalistisch gut aufbereiteten Output
- Gründe für Einsatz von AJ: JournalistInnen keine Zeit für Hintergrundstories, Recherche usw.
- Gründe für Einsatz von AJ: RedakteurInnen in Hamsterrad (Beispiel: X-Menge Newsletter pro Tag)
- Herausforderungen bei AJ: Daten in strukturierte Form zu bringen- mühsam, aufwendig
- Hoher Anzahl in Content in kurzer Zeit
- Informationsanspruch der Texte

- Künftige Einsatzmöglichkeiten
  - Machine-Learning in Zukunft: Schaffung von Regelkreise zur Textoptimierung-> Trackingtool (Verweildauer, Klickrate, usw.) -> Feedback -> Ausgabe der passenden Textvariante
  - Machine-Learning in Zukunft: Trackingtool (Verweildauer, Klickrate, usw.) -> Feedback -> Ausgabe der passenden Textvariante
  - Machine-Learning Zukunft: Verbesserung der Qualität der Texte durch Tracking
  - Mehr Zeit für Qualitätsjournalismus
  - Mehr Zeit für Qualitätsjournalismus-Recherche und analytische Stücke
  - Mehr Zeit für Texte die Roboter nicht beherrscht
  - Menschliche Leistung: Kontext herstellen, Gesamtbild machen, Hintergrundgeschichten und Interviews
  - Menschlicher Tätigkeitsbereiche die Maschine nicht übernehmen kann
  - Missinterpretation: Roboter würden Redaktionen verdrängen
  - Möglichkeit: Komplette Berichterstattung
    - Möglichkeiten durch Daten: Strukturierte Daten aus Datentracker und automatisiert Liveblog daraus machen
    - Möglichkeiten von AJ: Publikum automatische mit (für sie interessante) Texte bespielen mit wenig menschl. Eingriff und Aufwand
    - Nebensächlich ob maschinell oder analog erstellte Inhalte (Ausweisung nicht notwendig)
    - Nutzbarmachen von AJ: Welche Themen sind ressourcentechnisch nicht bespielbar?
    - Programmieren- so einfach, dass RedakteurInnen sich das aneignen können
    - ProgrammiererInnen + TexterInnen + hohe Datenverständnis
    - Programmiersprache ATML3: Frei zugänglich und mit E-Learningangebot
    - Programmierung oder zumindest Grundverständnis als gewünschte Fähigkeit in Onlineredaktionen
    - Projekt: AJ-Fußballberichte inkl. Wetterdaten
    - Projekt: AJ-Fußballberichte inkl. Wetterdaten: Historische Daten zusätzlich
    - RedakteurInnen mit Fokus auf qualitätsjournalistische Stücke (Recherche, Interviews, Analysen)
    - Redaktionen: Mehr Ressourcen für Qualitätsjournalismus
    - Regelwerk auswählen - Händisches Nacharbeiten entfällt
    - Schritte zur Textgenerierung: Daten- Datenmodell- Textanalyse- Datenattribute
    - Skalierungsfähigkeit der Technologie
    - Sprachstil des Unternehmens
    - Struktur und formaler Aufbau des Textes
    - Strukturierte Daten aus Datentracker und automatisiert Liveblog daraus machen
    - Strukturierte Daten aus Datentracker und automatisiert Podcast daraus machen
    - Tätigkeitsfelder in Zukunft: JournalistInnen stärker analytische Arbeit (Hirnleistung gefragt)
    - Tätigkeitsfelder in Zukunft: JournalistInnen werden steuernder eingreifen
    - Technisches Verständnis von JournalistInnen erwartet (Programmiergrundkenntnisse)
    - Textformate müssten regelmäßig und in hoher Zahl produziert werden
    - Textroboter in Verlagen: Übernehmen Wiederkehrende Aufgaben die kein journalistisches Handwerkzeug brauchen
    - Textroboter: Disruptive Kräfte

- Textroboter: Machen JournalistInnen und Reaktionen nicht überflüssig
- Textroboter: Nicht Feind der Redaktion (als Missinterpretation)
- Textroboter: Schafft Zeit für Freiraum und Ressourcen journalistischer Arbeit
- Textroboter: Wiederkehrende Aufgaben fallen weg
- Thema Fakenews begegnen: Medienkompetenz-Bewusstsein schaffen, das Texte algorithmisch erstellt worden sein können
- Thematisierung in Ausbildung
- Tracking Tools- Feedback zur Textgenerierung, Textzerlegung
- Transparenz: Automatisierte Texte ausweisen, aber freiwillig
- Transparenz: Entscheidungsfreiheit der Redaktionen
- Transparenz: Information, dass Text maschinell erzeugt wurde- irrelevant
- Transparenz: Informationsgehalt des Textes ist wichtig und nicht ob er maschinell erzeugt worden ist oder nicht
- Transparenz: Medienkompetenz wichtiger
- Transparenz: Ohne staatliche Regulierung: Automatisierte Texte ausweisen, aber freiwillig
- Trennung der Bereiche (Spezialisierung)
- Unterstützung von HerstellerInnen
- Unterstützung um gute Erfolge mit AJ zu erreichen
- Verantwortung: Mensch aufgrund seiner Gabe des Abstraktionsvermögen und Sachverstandes
- Verwendung von AJ: JournalistInnen können eingreifen
- Wettrennen der Maschinen
- Wettrennen der Maschinen (E6:654-656)
- Wie bei jeder Technologie, gibt es immer ein Gut und Böse
- Wiederholende Tätigkeit- qualitative Leistung von Mensch schwächer als Maschine
- Zeit und Ressourcen für Inhalte (Trägermedium)

#### E4

185 Codes:

- AI: Problem der Nachvollziehbarkeit
- AJ-Software: Template- und regelbasierte Verfahren
- AMR (Semantische Beschreibungssprache)
- AMR (Semantische Beschreibungssprache)
- AMR: Natürliche Sprache beschreibbar
- Angebote wählen, prüfen, Interpretation
- Anpassungen notwendig (Daten an Template)
- Anwendbar bei nicht-sensitiven Bereichen
- AnwenderInnenfreundliche Gestaltung
- Anwendung: Kurzmeldungen
- Arbeiten zur Grammatiken (eingeschlafen)
- Automatisierte Textgenerierung: Einfache und standardisierte Verfahren
- Automatisierte Textgenerierung: Kein exaktes Mapping. Generierung erzeugt Mehrdeutigkeit
- Automatisierte Textgenerierung: Mustererkennung eingeschränkt im Einsatz
- Begleitende Entwicklung durch Analyse und Protokollierung von Abläufen
- Begleitung von redaktionellen Abläufen- Entscheidungen beobachten
- Beispiel: Dialog- Sprachmodell - angepasst, viel Pragmatik notwendig
- Beobachtung von Prozessen vor Automatisierung
- Beratungsgespräche u. Termine
- Bereiche mit strukturierteren Daten
- Bereiche wo strukturierter Input vorhanden ist

- Bessere Qualität - Wissenbasen durch Hybride verwenden
- Beweis des Zustandekommen des Textes
- Beweise der Fakten
- Computer kann gute "Dienste leisten"
- Customizing Vorteile: Anpassung
- Customizing Vorteile: Zielgruppengerecht aufbereiten
- Datenquellen als "Hintergrundwissen" nutzen (Hybride)
  - Datenverfügbarkeit
  - Deep Learning: Schwerpunktverlagerung auf neuronale Netzwerke
  - Deep-Learning: Fehlender Nachweis der Lösungsentscheidung
  - Definition des In- und Outputs
  - Definition des Inputs
  - Definition des Output und Wahl des Inputs
  - Deterministisches Regelwerk- nachvollziehbar
  - Development Kits
  - Elaboration: Um Komplexität und Problematik dahinter verstehen
  - Entscheidungen könnten mitprotokolliert werden- Grundlage trainiert weitere Daten
  - Entwicklung zugunsten Deep Learning
  - Entwicklungsfokus auf NN
  - Entwicklungstools
  - Erarbeiten von Lösungen mit KundInnen
  - Expertise von Unternehmen (NLG)
  - Fakten werden benötigt
  - Fehlalarme
  - Fehlende Bildung/ Ausbildung zu QI
  - Fehlmeldungen
  - Firmen sammeln Daten für die AI der Zukunft
  - Fokus verstärkt auf NN als auf Grammatik
  - Form der Daten
  - Formale Beschreibung- natürlich Sprache erzeugbar
  - Formulierungen: Deep Learning (Sprachmodell)
  - Generierung von semantischer Beschreibungssprache (engl.)
  - Grammatiken
  - Grenzen: Kontextverständnis
  - Große Diskussion
  - Grundkenntnisse: C-Linguistik
  - Hybride - Kombinationsmöglichkeiten
  - Hybride- Mehrheitsverfahren- bessere Qualität
  - Inhalte aus sozialen Medien
  - Input in Beschreibungssprache- Generierung möglich
  - Input und Output, Datenlage- Kernpunkte
  - Input: Welche Grundlage und Fakten sind nötig
  - Interessant: Output customizen
  - JournalistInnen als AnwenderInnengruppe
  - JournalistInnen vor AnalystInnen als AnwenderInnengruppe
  - Katastrophenmeldungen
  - Kein Maschine-to-Maschine Learning
  - Kein Verstehen der Inhalte
  - Keine Intelligenz: Deep Learning absiert auf Statistik und Pattern-Matching
  - Keine linguistische Analyse (Abstellgleis)
  - Kenntnis der Bereiche- Sprachliche Schnittmenge
  - Komplexität dahinter verstehen durch Auseinandersetzung
  - Kommerziellen Produkte: Template-basiert
  - Kontext
  - Künstliche Intelligenz: AI eig. Statistik und Pattern-matching
  - Kurze Meldungen
- Leichte Wartbarkeit
- Letzte Stufe (Formulierung)- auch NN möglich
- Linguistische Kenntnisse
- Lösungen und selbst weiterentwickeln
- Mehrheitsverfahren (sich nicht auf eines verlassen)
  - Mensch als Kontrollinstanz
  - Mensch sollte "drüberschauen"
  - Mensch: Sprachverständnis
  - Modellierung/ Grammatiken eingeschlafen
  - Möglichkeit: Praktischer Einsatz
  - Nachvollziehbarkeit ein Problem der AI
  - Nachvollziehbarkeit: Wird daran gearbeitet
  - Nachvollziehbarkeit
  - Nachvollziehbarkeit und Richtigkeit der Daten
  - Nachvollziehbarkeit wichtig
  - Nachvollziehbarkeit: Transparenz der Entscheidungsgrundlage
  - Nachweismöglichkeit bei Problemen
  - Natürlichkeit der Sprache: Deep Learning- statistische Verfahren
  - Nicht blind auf Tech. vertrauen (abhängig von Bereich)
  - NN-Nachvollziehbarkeit
  - NN: Beweis der Fakten
  - NN: Kein Kontextverständnis - Semantik und Modellierung wichtig
  - NN: Welche Grundlage führte zum Output
  - Nur Endprodukt sichtbar
  - Paradigma der KI: Nicht unterscheidbar von Mensch zu werden
  - Paralleles Laufen von Verfahren- beste Lösung verwenden
  - Paraphrasing
  - Passende Lösungen finden mit Hilfe von Use-Case
  - Potential von Quantencomputings
  - Problem verstehen durch Wissen in C-Linguistik
  - Protokollierung von Abläufen zur Automatisierung (zb. CMS-Systeme)
  - QI kommt KI nahe
  - QI-Verhalten ähnlicher dem Gehirn: Parallel/ Kollaborierung/ Lösung
  - QI: 0 und 1 - beides möglich
  - QI: Noch kein Lehrangebot
  - QI: Paradigmenwechsel nach Deep Learning
  - QI: Struktur-rechnet Lösungen gleichzeitig- ähnlich menschl. Denken
  - QI: Umdenken notwendig (Algebra, Modelle)
  - Qualitätssteigerung durch AJ: Stil, Qualität, Rechtschreibung
  - Quanteninformatik
  - Quanteninformatik: Näher menschl. Denken /Entscheidungsfindung
  - Quellen überprüfen müsen
  - Rahmenbedingungen industrieller Anwendungen
  - Rechtssystem und Diagnosesystem- Grundlage der Entscheidung nicht ersichtlich
  - Reflexion für Roboter wird wichtiger
  - Reflexionsfähigkeit: Verstehen von Sprache
  - Regelbasiert -positiv
  - Regelbasiert nachvollziehbar- Ableitungen, Fakten
  - regelbasiert- Nachvollziehbarkeit
  - Regelbasiert- Nachweisbarkeit-Rechtliches
  - Regeln auf Basis von Texten
  - Roboter von Mensch nicht unterscheidbar werden
  - Satz analysieren - Satz generieren- beide Richtungen möglich
  - Schade: Formales weniger beleuchtet
  - Schere zw. Industrie und Forschung
  - Schere zw. Industrieller Anwendung und Forschung

- Schnittmenge der Sprache (Kommunikationsprobleme)
  - Schnittstelle zw. Inf und AnwenderInnen
- Schnittstellenpositionen u. Brückenkompetenzen
- Schwierigkeit aus Datenbanken Struktur (strukturierte Daten) zu bekommen
  - Schwierigkeit der automatisierte Textgenerierung: Mehrdeutigkeit der Sprache muss runtergebrochen werden
- Semantik und Modellierung zugunsten NN vernachlässigt
- Semantik und Textverständnis nicht im Vordergrund
  - Sensitive Bereiche: Katastrophen
  - Sensorisch erhobene Daten
  - Skills: Grundverständnis von Computerlinguistik
  - Skills: Informatikkenntnisse nützlich
  - Skills: Interpretation des Outputs
  - Skills: Kenntnis von Modellierung
  - Skills: Nicht viele Informatikkenntnisse
  - Skills: Verständnis für Fachbereich (Fehlerquellen)
  - Sprachanwendung ähnlich QI
  - Sprachanwendung: Nicht nachdenken über Regeln/Grammatik
  - Sprachliche Schnittmenge finden
  - Sprachmodell
  - Sprachtechnologie: Semantik als Kernpunkte und Herausforderung
  - Sprachvariation und Sprachschatz
- Standardisierter und statistische Verfahren: Generierung
  - Statistische Mustervergleiche, Computer lernt nur Muster
  - Stil umwandeln (aktuell daran gearbeitet)
  - Strukturierte Daten die Basis- Anwendungsbereiche: Wahlberichte, Sport, Wirtschaft, Börsen
- Summarizing
- System wichtig, dass Entscheidungen von AI mitprotokolliert
- Tech. Grundverständnis und Fähigkeit zur Interpretation des Outputs
- Technikgläubigkeit
- Template-basiert
- Textgenerierung weniger problematisch als Date-verfügbarkeit
  - Tool-Kits-Anleitungen
  - Touring Test
  - Trainingsdaten notwendig
- Unterstützung b. Implementierung
  - Unterstützung für JournalistInnen (Bausteine inkk. Nachvollziehbarkeit)
    - Urteil von Computer zuverlässig?
    - Verantwortung wer Regel erstellt hat
  - Verantwortung: Regelerstellung
  - Verständlichkeit (für "nicht InformatikerInnen")
  - Vokabular
  - Vor Generierung: Viel Planung
  - Vorstellbarkeit von Lösungsmöglichkeit
  - Wahrscheinlichkeit -Natürlichkeit der Sprache
- Weniger manuelle Arbeit (Ziel)
  - Wissen in strukturierte Form bringen als schwierigster Teil
  - Wissen verfügbar und abrufbar (Crawler, RDF, etc.)
  - Wissensbasis für Generierung nutzen
  - Wissensbasis: RDF; etc.
  - Wissenstransfer
- Zielgruppenanpassung
- Zusammenfassen von Texten

### E3

143 Codes:

- (B)Transparenz: VerfasserIn des Artikels ausweisen ("Roboter") (E3:621-622)
- (C) Einsatz von AI: Lernen abhängig von Parametern und Freiheiten in Redaktion (E3:269-276)
- (C) Einsatz von AI: Lernen als kontinuierlicher Vorgang (E3:269-270)
- (I.i.) App-gebundener AJ für NutzerInnen
- Adäquater Einsatz von Terminologie
- AI und Feedbackschleife - Kontrollinstanz Mensch einsetzen
- AJ-Instrument einer Agenda
- Anpassung der Sprache (first-responders/ DurchschnittsbürgerInnen)
- Anpassung der Sprache für die Glaubwürdigkeit der Artikel wichtig (Bsp. Katastrophen)
- Anwendbarkeit: U.A. First-Responders, App gebunden
- Anwendung nicht übertragbar (domänenbezogen)
- Auswahl der Spezifika des Textes
- Auswahl des Lernmaterial- Was soll herangezogen werden
- Automatisierte Textgenerierung: Übersetzung
- Balance finden bei der Sprache zwischen "offiziell" und "zielgruppenorientiert"
- Bedeutung der Einführung für Organisation (Team, Arbeit, Rollen)
- Beeinflussungsmöglichkeit und Manipulation
- Begleitendes Einführen von Technologie
- Begutachten und Interpretieren von Output (Job)
- Bereiche mit geregelter Sprache: Finanz, Katastrophen
- Computerlinguistik macht Sinn- gibt es in Wien nicht
- Deep-Learning: Steile Entwicklungskurve durch diesen Paradigmenwechsel
- Domänenbezogene Sprache mit wenig Abweichungen
- Einflussmöglichkeiten als Redaktion möglich
- Eingeschränkte Anwendung in untersch. Bereichen von Entitäten und Ausdrücke
- Elaboration (Kontrollfunktion) Wirkung des Textabschätzen, Durchforsten nach Set von Regeln, Begutachten, interpretieren
- Elaboration: Kolorit, Merbarkeit der Verbesserung
- Elaboration: KSA, Computerlinguistik, J. und Inf.
- Elaboration: Parameter für Texte, Reflexion von Regeln
- Elaboration: Themen: "Leben und Tod", Katastrophen
- Entscheidungsgründe verborgen
- Entwicklungskurve und neuer Start mit Paradigmenwechsel (90/10)
- Entwicklungskurve: Stärkerer Aufwand für die letzten Entwicklungsschritte
- Entwicklungsmöglichkeit und Aufgaben die zu erfüllen sind
- Entwicklungssprung (90/10) - restlichen Entwicklungsstufen bis zur einer Schwelle kaum wahrnehmbar für Aussenstehende
- Extract Summarizing: Auswahl der Sätze nach Algorithmus
- Fachvokabular an Zielgruppe anpassen
- Fakenews aufgrund von bestimmten Sources
- Falschmeldungen
- Feedback
- Feedback-Cycle
- Feedback: Interaktives Lernen von JournalistInnen
- Fehlende Nachvollziehbarkeit der Entscheidungen

- Formulierung von Überschriften: Automatisierte Weitergabe von Inhalten ohne Kontrolle als Risiko
- Frage der Auswahl des Algorithmus (bei mehreren Möglichkeiten)
- Frage nach den Entitäten wichtig
- Frage nach Input und Output
- Für bestimmte Verfahren NN nicht zugelassen
- Generierung: Tiefe Representation notwendig
- Glaubwürdigkeit durch adäquate Sprache
- Grenzen: Assoziativ verschiedenste Wissensgebiete bedienen
- Grenzen: Humor und Zynismus, machen Unterschied für RezipientInnen aus
- Hybride Formen (automatisiert und nachbearbeitet)
- Hybride Formen von Studienrichtungen
- Hybridpositionen (auch in Ausbildungsangebote)
- Interdisziplinär- Menschliche Kontrollfunktion
- Inhalt an Zielgruppe anpassen (Bsp: "First-Responders" bei Naturkatastrophen)
- Interdisziplinäre Positionen
- Interdisziplinäre Zusammenarbeit
- Interdisziplinarität
- Investition in Weiterentwicklung (Forschung)
- Investition von Arbeit in Redaktion notwendig
- Kollaborative zwischen JournalistInnen und ProgrammiererInnen oder DatenanalytikerInnen
- Kontext
- Kontext nicht möglich, AJ Politik (problematisch)
- Kontrollfunktion (Tätigkeitsbereiche)
- Kontrollinstanz Mensch: Sichern und verifizieren
- Kosten: Programme kosten auch
- KSA und INF
- Lernen durch Feedback von JournalistIn und ihre/sein Präferenzen
- Linguistische Komponenten gefragt
- Machine-to -Machine-Learning
- Mensch als Kontrollinstanz
- Mensch: Assoziationen - Bezüge herstellen
- Menschliche Kontrollinstanz: AI: Wenn Zustandekommen von Text nicht klar ist
- Menschliche Kontrollinstanz: Auswirkungen (finz.) von Falschmeldungen (
- Menschliche Kontrollinstanz: Entscheidungsmacht
- Menschliche Kontrollinstanz: Grenzen bei Automatisierung setzen (was wird automatisiert)
- Menschliche Kontrollinstanz: Verifizierung von Inhalten
- Menschliche Leistung: Breite der Thematik möglich- automatisiert nur in eng begrenzter Domäne (Differenzierung)
- Menschliche Leistung: Hintergrundinformationen fühlbar mitschwingen lassen
- Menschliche Leistung: Kontext herstellen
- Menschliche Leistung: Übersicht über viele Quellen und deren Auswahl
- Messung der Echtheit von Texten, was macht diese aus?
- Naturkatastrophen: Eingegrenzte Domäne - erwartbare inhaltliche Struktur
- Naturkatastrophen: Einsatz für "First Responders" - Standardisierte Informationen für Rettungskräfte usw.
- Naturkatastrophen: Spezifisches Vokabular
- NN- Enorm viel Lernmaterial
- No free lunch
- Open Source-Problematik
- Outputproblem: Warum kommt der Output zustande? - Einsatz deshalb begrenzt
- Paradigmenwechsel
- Parameter um Inhalt an Zielgruppe anzupassen
- Parameter zuerst bestimmen
- Personalisierung
- Problem der Falschmeldungen -Automatisiertes Absetzen von Tweets
- PuKW und INF
- Quellenachweis: Elektronische verfügbar "wäre ganz cool"
- Quellennachweise bei Onlineartikel
- Quellentransparenz bei AI: Nachvollziehbarkeit der Herkunft der Information verbessern
- Quellentransparenz: Source der Daten ist relevant und welche verwendet wurden
- Quellentransparenz: Vertrauen durch nachvollziehbarer Source
- Reflexion von Freiheiten in Redaktion wichtig
- Regeln festlegen für die Auswahl der Terminologie
- Risiken von AI: Instrument zur Manipulationszwecken bei Meinungen und Wahlen
- Risiken von AI: Manipulation durch Agenden und Masse an laufenden Programmen
- Risiken von AI: Manipulation durch Geschwindigkeit (die erste Nachricht)
- Risiken von AI: Manipulation: Herstellung massenhaft gezielter Artikel
- Risiken von AI: Manipulation: Verunsicherung durch Masse an Nachrichten gleichzeitig (wahr/falsch)
- Risiken von AI: Nachvollziehbarkeit der AutorInnen
- Risiken von AI: Zugänglichkeit der Software
- Rückseite Data-Scientists (interdisziplinär)
- Sozial relevante Themen
- Sprache an Zielgruppe anpassen (Bsp. Naturkatastrophen)
- Sprache an Zielgruppe anpassen (Bsp: Naturkatastrophen)
- Sprachvielfalt eingeschränkt (90% erreichbar- 10% - 90% Aufwand)
- Statt Variablen einzustellen AI lernen lassen
- Summarizing
- Tätigkeiten für die Korrektur/ das Prüfen der Texte
- Terminologie
- Text bis beispielweise 90% so wie gut menschl. generiert- restlichen 10% enormer Aufwand
- Text verstehen und aus semantischer Repräsentation erzeugen
- Tragweite von Fehlermeldungen reflektieren und Verantwortung
- Transparenz: Zukunft Hybride Artikel
- Transparenz (Herkunft der Artikel): Einschreibung in Programm
- Transparenz über Ketten- Nachvollziehbarkeit durch Verbesserung von Ansätzen
- Transparenz über ÜberheberInnen/Roboter: Für Software die automatisiert Artikel sammelt wichtig
- Transparenz über ÜberheberInnen/Roboter: Gesetzliche Rahmenbedingungen wichtig
- Transparenz über ÜberheberInnen/Roboter: Hybride Formen - menschlicher und automatisierter Anteil
- Transparenz über ÜberheberInnen/Roboter: Möglichkeit für Software unterschiedliche auf Texte zur reagieren
- Transparenz: Quellenausweisung vielleicht in Datenmodell einschreiben
- Transparenz: VerfasserIn des Artikels ausweisen ("Roboter")
- Transparenz: Konventionen für Verlage zur Verpflichtung
- Trockene Sachen
- Überprüfung der Adäquatheit der Sprache (z.B. soziale Unfälle)
- Umgang mit statischen Modellen

- Ungehinderte Verbreitung von Falschmeldungen- und deren Auswirkungen
- Verflachung der Entwicklungskurve- Paradigmentwechsell
  - Verhaltensmaßnahmen bei Katastrophen
  - Vertrautheit mit Sprache, Statistik und "Computerei" (Verknüpfung: Data-Scientists)
  - Vorgefertigte Bausteine mit Repräsentation der Sprache und sprach. Grammatik
  - Vorsicht bei Meldungen über "Leben und Tod" (Unfälle, Katastrophen )
- Wert der quantitativen Leistung von AJ

## Anhang A10. Hypothesenentwicklung

### A10.1. Gruppe: J

#### Grenzen des Einsatzes von Algorithmen in der Textgenerierung

**(J) H1:** Die Grenzen des Einsatzes finden sich dort, wo menschliches Denk- und Urteilsvermögen notwendig ist und deshalb Bereiche betroffen sind, in welchen die journalistische Funktion für die Gesellschaft, im Sinne des journalistischen Selbstverständnisses<sup>443</sup>, wahrgenommen werden muss und nicht ausgelagert werden darf.

**(J) H2:** Algorithmen sollen für jene Tätigkeiten, also in einem begrenzten und kontrollierbaren Use-Case eingesetzt werden, in denen sie JournalistInnen entlasten und nicht im Widerspruch zu ihren Aufgaben, im Sinne ihres journalistischen Selbstverständnisses stehen

**(J) H3:** In Bezug auf die Content-Entstehung, wie Recherche und Herstellung von Content, können Algorithmen als Tool für die journalistische Tätigkeiten bei der inhaltlichen Vorarbeit unterstützen<sup>444</sup> und so auch zeitsparenderes Arbeiten ermöglichen

#### (O) Objektivität durch Transparenz

- *(J) Intransparenz bezüglich des Zustandekommens des Contents und der Grad der Automatisierung sind bedenklich, weil u.a. in Datensätzen Bias enthalten sein könnten (J6: 10-37, 461-486, 39-62).*
- *(J) Daten und Algorithmen sind nicht per se nicht objektiver als Menschen, da menschliche Entscheidungs- und Interpretationsmuster in die algorithmischen Logiken eingeschrieben sein können. Diese Muster müssen deshalb transparent gehalten werden (J1: 352-366).*
- *(J) Die „Objektivität“ der Inhalte wird durch Transparenz bezüglich der Ausweisung der Inhalte als algorithmische Leistung möglich, da so die Nachvollziehbarkeit der Textherkunft/Entstehung ermöglicht werden kann (J2: 252-265).*

---

<sup>443</sup> Das Journalistische Selbstverständnis ergibt sich aus diesen Punkten: „Sinn von Journalismus für die Gesellschaft“: Kontrollfunktion (zb. gegenüber der Politik) im Sinne es Journalismus als 4. Gewalt (J2: 294-302, 758-782), Ermöglichung und Förderung von Meinungspluralismus (J1: 346-350), Deutung, Kontextualisierung und Interpretation von Inhalten (J2: 151-154), Erfassen und Klärung von Zusammenhängen (J5-R.: 22-43), Kritische Auseinandersetzung mit Sachverhalten (J3: 741-766), Komplexe Form der Intelligenz (J6: 112-148), Nicht- Zulassen von Falschmeldungen (auch durch Daten) die zu nicht-abschätzbaren Konsequenzen führen durch Kontrolle (J5: 114-119, J6: 64-106), Kontrolle der Maschine bei sensiblen Themen (J4: 163-181)

<sup>444</sup> Unterstützung für JournalistInnen bei diesen Tätigkeiten: Entdecken neuer Ideen zur Contentproduktion, sowie Zusammenhänge und Hinweise (AI) (J2: 247-251), Vor-Filterung der Inhalte von Plattformen (AI) (J3: 702-774), Ausgabe von Texten auf Basis von Statistiken (A) (J6: 263-334, J2: 388-405), Automatisierung redundanter und nicht-komplexer Tätigkeiten, (z.B. Ergebnisse gleicher Textstruktur eingeben) (J6: 352-360), Übersetzung und Hinweise auf wichtige Sachverhalte (J3: 702-774).

- (J) „Maschinen“ können zur Objektivität teilweise beitragen, da sie in Themenstellungen nicht persönlich verwickelbar sind und so eine bestimmte Sachlichkeit bewahren (J1: 435-443).
- (J) Die Verwendung von Templates können zu Spins führen die bei sensiblen Themen problematisch sind (J6: 39-62).
- (J) Durch die Notwendigkeit von Daten für die automatisierte Content-Produktion, wird die dadurch mögliche Abhängigkeit von DatenanbieterInnen und die fehlende Sicherstellung der Integrität der erworbenen Daten als problematisch betrachtet. (J6: 64-106).

**(J) H4:** Die Objektivität automatisiert erstellter Texte ist durch die Transparenz ihrer Entstehung bezüglich der verwendeten Daten, sowie dem Grad der Automatisierung erreichbar und nicht durch die „Maschine“ selbst, die wegen ihrer sachlichen Distanz „Objektivität“ unterstellt wird, zwar diesbezüglich unterstützen könnte, aber durch die fehlende Sicherstellung der Integrität der erworbenen Datensätze und möglicher Vervielfältigung von Spins durch Templates Objektivität so nicht gewährleistet werden kann.

#### **(O) Angst vor Jobverlust aufgrund Intransparenz über Technologie**

- (J) Die geringe Transparenz über den Nutzen und Funktionen von Algorithmen, und den Grad der Automatisierung, im Journalismus führt einerseits zu Angst vor Jobverlust und andererseits zur Begeisterung für die Technologie. (J5: 26-36, 461-486)
- (J) Die Intransparenz zeigt sich aus Sicht einzelner JournalistInnen im „Hype der Innovation“, der mehr Leistung zugeschrieben wird, als die, die zurzeit im Einsatz ist, bzw. der „Mystifizierung“ der Algorithmen in Bezug auf Herstellung von Content, obwohl die Innovation eher in der Datenverarbeitung liegt als in der Textproduktion (J5: 13-26, 398-405, 405-419, J6: 444-457, 457-459).
- (J) Die Annahme, dass „Maschinen“ objektiver als Menschen seien, führt zu einem Legitimationsdruck von bezahlter Existenz von JournalistInnen (J1: 412-435).
- (J) Eine Vermenschlichung der Technologie („KollegIn“ Roboter) könnte zu einer Konkurrenzsituation führen, indem die Content-Leistung des Menschen und die der Software miteinander verglichen werden (J5: 367-383)

**(J) H5:** Die geringe Transparenz über den tatsächlichen Nutzen und Funktion der Technologie, sowie dem Grad der Automatisierung, erzeugt möglicherweise Angst vor Jobverlust, und führt Hype (Begeisterung) und eine Mystifizierung der Technologie, sowie möglicherweise eine Vermenschlichung dieser, damit einhergehenden Konkurrenz und die der Maschine attestierte Objektivität, die zu einem empfundenen Legitimationsdruck journalistischer Arbeit führt.

- (J) Der Einsatz und Stellenwert, in Bezug auf Urheberrecht der Inhalte, die zu verwendenden Quellen und Datensätze, Auswahl der Trainingsdaten für AI und der Grad der Zuweisung der "Selbstständigkeit der Maschine" müssen geklärt werden. (J5: 450-485).



- (J) Die Transparenz über die Technologie und das Gesamtkonzept der Unternehmensziele mit dem journalistischen Selbstverständnis die mögliche Effizienz der Nutzung. (J5-R.: 7-20).
- (J) Die Verwendung und das Verstehen von Algorithmen als Tool für journalistische Tätigkeiten, kann diese Konkurrenzsituation verhindern. (J5: 367-383, 384-391).
- (J) Der Einsatz und Stellenwert, in Bezug auf Urheberrecht der Inhalte, die zu verwendenden Quellen und Datensätze, Auswahl der Trainingsdaten für AI und der Grad der Zuweisung der "Selbstständigkeit der Maschine" müssen geklärt werden. (J5: 450-485)
- (J) Die Transparenz über die Technologie und das Gesamtkonzept der Unternehmensziele mit dem journalistischen Selbstverständnis die mögliche Effizienz der Nutzung. (J5-R.: 7-20)

**(J) H6:** Transparenz über die Technologie, also die Klärung des Stellenwertes von Algorithmen und ihren Einsatz, unter Einbeziehung des journalistischen Selbstverständnis, ermöglicht ein effizientes Arbeiten mit Algorithmen als Werkzeug.

### **(O) Berufliche Möglichkeiten: Analytischere Aufgaben und Ausdifferenzierung**

- (J) Nicht die Arbeit von JournalistInnen wird durch Maschinen ersetzt, sondern die Tätigkeiten von JournalistInnen könnten in Zukunft analytischerer und niedergradige Arbeiten automatisiert werden. (J6: 352-360).
- (J) In Zukunft könnte es zu einer stärkeren Arbeitsteilung kommen: JournalistInnen verwenden Algorithmen als Tool und explizit qualifiziertes Personal implementiert und wartet diese. (J5-R.: 49-51).

**(J) H7:** Statt mit Stellenabbau durch Algorithmen, ist eher eine Ausdifferenzierung der Tätigkeitsfelder bezüglich der Nutzung von Algorithmen im Journalismus zu erwarten, bei der die Tätigkeiten bei JournalistInnen analytischerer, u.a. in Bezug auf die Daten, und niedergradige Arbeiten automatisiert werden, während explizit qualifiziertes Personal mit der Implementierung und Wartung von Software betraut sein wird.

### **(O) Wert des Journalismus und Angst vor Jobverlust**

- Einzelne JournalistInnen befürchten einen Stellenabbau durch den Einsatz von Algorithmen zur automatischen Textgenerierung, das sie in der fehlenden Wertschätzung oder damit einhergehenden Legitimierungsdruck von JournalistInnen begründet sehen (J1: 412-435; J5: 26-36, J4: 11-36). Legitimierung und Wertschätzung ihrer Arbeit werdeverknüpft (J1:414-419)
- (J) Eine Sensibilisierung, sowie ein Grundverständnis für Algorithmen und das Wissen um die Möglichkeit der automatisierten Textgenerierung ist ebenso wichtig, wie die Sensibilisierung für den hohen Wert journalistischer Tätigkeit (J3: 776-809, 842-866).
- Das Konzept des Journalismus können neu überdacht werden indem die Wertigkeit von menschlichen Journalismus (Auswahl, Betrachtung von Sachverhalten) für Menschen wieder an Bedeutung gewinnt, wahren automatisch generierte Texte als Informationsdienst fungieren können (J3: 291-339, 842-866, J5: 610-612, 622-628; 628-640).
- (J) Der Mehrwert für die Textgenerierung ergibt sich in erster Linie quantitativ in Bezug auf die Content-Produktion in Masse und Geschwindigkeit (J1: 77-86).

- *(J) Basis-Informationen könnten in Zukunft kostenlos und zum Teil automatisiert zu Verfügung gestellt werden, während erweiterter Content (vertiefte und weiterführende Inhalte) kostenpflichtig zugänglich sein wird. (J3: 481-536)*

**(J) H8:** Die Angst vor möglichen Jobverlust durch textgenerierende Algorithmen ist mit der als gering empfundenen Wertschätzung gegenüber journalistischer Arbeit verknüpft, wobei besonders die Wertschätzung und Sensibilisierung für den hohen Wert von journalistischer Arbeit und Legitimation monetärer Vergütung als sehr wichtig erachtet wird.

**(J) H9:** Automatisierte Texte (die als Informationsdienst fungieren) könnten zur Wertschätzung nicht-automatisierbarer Tätigkeiten, beitragen.

### **(O) Menschliche Kontrollfunktion durch Wissen**

- *(J) Es ergeben sich folgende Problemfelder, wenn neuronale Netzwerke fähig wären selbstständig Informationen zu suchen und Texte auf Basis dieser zu produzieren: Die fehlende Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen und Richtigkeit der Inhalte, die mögliche Einbeziehung von Social-Media- Daten und die Unklarheit über die Gewichtung der Inhalte und die Möglichkeit von Konsequenzen für Menschen (J5: 87-131, 167-190, 493-500).*
- *(J) Wenn neuronale Netzwerke fähig wären selbstständig Informationen zu suchen und Texte auf Basis dieser zu produzieren, ist, eine Einschränkung auf begrenzte Einsatzgebiete notwendig und Schutz vor Zugriffe Dritter notwendig (J5: 543-560).*
- *(J) Die Gatekeeperfunktion muss trotz Automatisierungsprozesse auch in Zukunft durch Menschen wahrgenommen werden (J2: 245-256)*
- *(J) Um Fehlinterpretation aus Datensätzen seitens JournalistInnen zu vermeiden, oder die fehlende Integrität von Datensätzen festzustellen, muss Detailwissen bez. der jeweiligen Themenstellung vorhanden sein. (J6: 64-106)*
- *(J) Das Grundwissen um die Funktionsweise der Software (insbesondere bei N.N.) und die Datenwissen (Herkunft, Verarbeitung) ermöglicht JournalistInnen, die Überprüfung der Inhalte und die kooperative Verwendung der Algorithmen als Tool. So kann die Richtigkeit der Inhalte eher gewährleistet werden und das Risiko vom Entstehen von Falschnachrichten eher vermieden werden (J5: 167-190, 149-152, 190-196, 153-167; J2: 489-531; J3: 776-809).*
- *(J) Daten in Kontext setzen und interpretieren ist Aufgabe der JournalistInnen. Es sollte nicht auf die Maschine verlassen werden (J2: 151-154, 154-174).*
- *Kontrolle über Maschine wichtig (J4:163-181)*
- *Verknüpfung mit Science Fiction (J4:120-123)*

**(J) H10:** Die Gatekeeperfunktion muss auch in Zukunft durch Menschen wahrgenommen werden, die mittels Kontrolle durch spezifisches Wissen und die Eingrenzung auf ein beschränktes Use-Case, sowie das Nicht-Verlassen auf die Maschine bei explizit journalistischen Aufgaben, die Entstehung von fehlerhaften Output oder Falschnachrichten verhindern sollte die Konsequenzen für Menschen haben.

### **(O) Motivation von JournalistInnen/ Selbstverständnis**

**(J) H11:** Zusammenarbeit zwischen Technik und Journalismus ist für JournalistInnen vorstellbar möchten aber ihren Fokus auf die journalistische Tätigkeit und Arbeitsbereiche behalten.

**(J) H12:** Die Abgabe von menschlicher Kontrolle an die Maschine birgt demokratiepolitische Gefahren in der Realisierung journalistischer Aufgaben, wie Wissen vermitteln, Grundlage zur Meinungsbildung bieten und Daten in Kontext setzen und interpretieren .

- *(J) Wissen vermitteln und Grundlage zur Meinungsbildung zu bieten (J1:560f)  
Daten in Kontext setzen und interpretieren (J2:151-154)*
- *(J) Mitgestaltungsmöglichkeit aber Fokus auf journalistische Tätigkeit bleibt:  
„naja ich komme eher von der journalistischen Seite, ich kann mir gut vorstellen in einem Datenteam zu arbeiten, aber (...) ich kann keine Programmiersprache“  
(J2:506ff)  
„(...) das Problem ist, eigentlich würden alle gerne schreiben, und es gibt viel zu wenig die sich eher auf der technischen Seite sehen“ (J2:449f)*
- *(J) Abgabe von Entscheidungen als demokratiepolitisches Problem- Kontrolle wichtig (J1: 347-350) (J2:154) (J2: 758-782)*

## A10.2. Gruppe: C

### (O) Algorithmen als Möglichkeit zur Wertschöpfung durch Unterstützung in Arbeitsprozessen als dienstleistenden Elemente: Datenverarbeitung, Content-Produktion und- Distribution

- (C) Algorithmen können als Werkzeuge zur Unterstützung von Arbeitsprozessen und als dienstleistende Elemente durch die Automatisierung von Workflows genutzt werden, (Diskurshift) wie zur Distribution von qualitativ hochwertigen Content bei welchen zielgruppenspezifische Inhalte zeit-ressourcensparender an das Publikum herangeführt werden. (C2: 224-235, 181-184; C2-R.: 5-7, 8-12, C1: 12-17, 31-33, 344-346)
- (C) Algorithmen werden als Werkzeuge und dienstleistende Elemente betrachtet die, die Herstellung oder Weiterentwicklung von zusätzlichem Content ermöglichen, wie Inhalte die personalisiert und regional an die Zielgruppe ausgerichtet sind und durch algorithmische Automatisierung in bestimmter Zeit und Masse hergestellt werden können (C2-R.: 8-12; C2: 181-184, 32-41, 41-51; C1: 173-177).
- (C) Algorithmen können als Werkzeuge zur Unterstützung von Arbeitsprozessen und als dienstleistende bei der Verarbeitung großer Datenmengen helfen, die ein Gewinnen von Erkenntnissen über das pol. System und die Gesellschaft, die zur Erfüllung der journalistischen Aufgabe gegenüber der Gesellschaft beiträgt, ermöglichen (C2: 260-279, C2-R.: 8-12)

- **(C) T1:** Algorithmen werden als Werkzeuge und dienstleistende Elemente betrachtet, die bei folgenden Arbeitsprozessen eingesetzt werden können:
- a.) Verarbeitung großer Datenmengen, die beim Gewinnen von Erkenntnissen unterstützen,
- b.) Erstellung von zusätzliche Content in bestimmter Zeit und Masse, der auch regional und personalisiert an die Zielgruppe angepasst werden kann
- c.) Distribution von qualitativ hochwertigen Content, bei welchen zielgruppenspezifische Inhalte zeit-ressourcensparender an das Publikum herangeführt werden
- d.) Templates die regionalen Redaktionen lokalspezifische automatisierte Berichterstattung ressourcensparend zu erstellen, ermöglichen

- (C) Die Rentabilität kann entweder durch die Produktion von Masse an Content (ev. Automatisiert) realisiert werden, wobei hier die Werbefinanzierung eine wesentliche Rolle spielt, oder über LeserInnenfinanzierung, die eher wegen die, auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnittene und vertiefte Inhalte, möglich ist. (C1: 281-301, 302-303, 310-329/344-346,: 173-177; C4-R.: 5-35)
- (C) Menschlich generierter Content ist qualitativ höherwertiger als automatisch produzierter (C5: 323-328, C2: 424-436).
- (C) Eine Datenstrategie, die auf Datenbeschaffung / Dateninvestition abzielt, führt zu Wertschöpfung im Medienunternehmen und ermöglicht Wettbewerbsvorteile (C2: 136-154, 693-695; C1: 137-177)- bez. Algorithmischen Journalismus
- (C) Templates für ein begrenztes Use-Case ermöglichen regionalen Redaktionen lokalspezifische automatisierte Berichterstattung ressourcensparend zu erstellen (C2: 207-216)

**(C) T2:** Die wertschöpfungsgenerierende Leistung von automatisierter Textgenerierung entfaltet sich durch eine geeignete Datenstrategie, im Erzeugen von quantitativer Masse an Content wie werbefinanzierte Inhalte, und der ressourcensparenden Ermöglichung von lokalspezifischer regionaler Berichterstattung, während die automatisch generierten Inhalte zu hochwertigen und weiterführenden menschlich generierten Content hinleiten könnten, der kostenpflichtig sein wird.

### **(O) Einsatz im begrenzten Use-Case (Wertschöpfung und Kontrollmöglichkeit)**

- (C) Beschränkung auf ein begrenztes Use-Case, dass auf konkrete Informationen/ Daten beschränkt ist und von menschlichen Instruktionen abhängig ist (C5: 266-283; C2: 17-28, 110-125, 110-125).
- (C) Algorithmen zur Textproduktion sind ein kollaboratives Ergebnis von journalistischer Leistung und Programmierung (C2: 58-107).
- (C) Wertung und Gewichtung von Inhalten (N.N.) soll im menschlichen Tätigkeitsbereich bleiben da sonst die Gefahr der Manipulation Dritter, bez. Algorithmen oder Datensätze bestehen könnte. (C6: 35-48)
- (C) Inhalte über Menschen/ personenbezogene Daten als Grenze (Unwissen der Betroffenen, Medienrecht) (C1: 491-502, 545-552/504-526)
- (C) Inhalte über Politik, Wirtschaft, Soziales und automatisch erhobene Daten als Grenze und Kontrolle/ Überprüfung (C5: 249-261, 266-283)
- Die Grenzen der Automatisierung zeigen sich dort wie menschliches Interpretations- und Urteilsvermögen notwendig ist (Hintergründe, Zusammenhänge, Investigatives, Ziehen von Schlüssen) und erzeugen so keinen qualitativen Mehrwert (C4: 412-470; C5: 142-161, 163-193)
- (C) Für die Weiterentwicklung der Berufsfelder und Contentangebotes ist die Datenverfügbarkeit und die Vereinbarkeit der Automatisierung von Content mit dem Wertekompass des Medienunternehmens, notwendig (C1: 619-642).

**(C) T3:** Textgenerierende Software, als kollaboratives Produkt von Programmierung und Journalismus, ist von menschlichen Instruktionen abhängig und auf ein beschränktes Use-Case anwendbar, deren Einsatzgrenze sich dort vollzieht wo menschliches Denk- und Urteilsvermögen betreffend soziale Themen und Persönlichkeitsrechte notwendig ist und Manipulationsversuche Dritter über Datensätze auszuschließen sind.

**(C) T4:** Die Möglichkeit der Weiterentwicklung von automatisch generierten Content, ist abhängig von der Verfügbarkeit konkreter Daten und der Vereinbarkeit des zu automatisierenden Contents mit dem Wertekompass des Unternehmens.

### **(O) Anwendungssicherheit und Qualitätskontrolle durch Transparenz, Daten- und Anwendungswissen, sowie Technologiebewusstsein**

- (C) Bei der Expertise im Umgang mit AJ ist ein Führungspersonal/ Personal von Vorteil, das selbst über Daten-Know-How verfügt (C1: 596-601)
- (C) Anwendungssicherheit der Software schaffen im Umgang mit Daten, in dem nationale Unterschiede im Datenumgang und Persönlichkeitsrechte wahrgenommen werden können (C1: 525-537, 558-569).

### **(O) Zu lösende Unsicherheitsfaktoren**

- (C) Als Unsicherheitsfaktoren wurde fehlendes Technologiebewusstsein und Wissensasymmetrien zu Algorithmen identifiziert, dass durch fehlende Zusammenarbeit zw. Abteilungen begünstigt wird, bzw. Ressourcenknappheit und fehlendes Entwicklungspotential in Medienunternehmen (C1: 580-592).
- (C) Als weiterer Unsicherheitsfaktor wurde fehlendes Datenbewusstsein seitens des Publikums (Herkunft der Inhalte) und fehlende Thematisierung von Datensicherheit in den Medienunternehmen identifiziert (C1: 418-435, 575-580).

- **(C) T5:** Datenwissen und- Bewusstsein sind zur Nutzung von Algorithmen im Journalismus, im Kontext der Anwendungssicherheit der Software, notwendig: Jedoch

zeigt sich in Medienunternehmen fehlendes Entwicklungspotential durch Ressourcenknappheit, kaum Thematisierung von Datensicherheit und Wissensasymmetrien zwischen den Abteilungen, (sowie fehlendes Datenbewusstsein seitens des Publikums).

### **(O) Verantwortung: Transparenz um Qualität und die menschliche Kontrollfunktion zu ermöglichen**

Die Transparenzthematik konstituiert sich in unterschiedlichen Bezugspunkten und lässt sich nicht auf eine maximale Gemeinsamkeit festlegen. In Bezug auf die Nachvollziehbarkeit der Contententstehung zeigt sich die Relevanz der Transparenz der Datenquellen und der Ausweisung der automatisierten Texte als Forderung qualitativen hochwertigen Journalismus. Die Transparenzthematik wird in Bezug auf Qualität mit der Kontrollfunktion des Menschen verknüpft. Folgende Feinhypothesen zeigen dies:

- *(C) Die Transparenz über die Datenquellen, ermöglicht die menschliche notwendige Letztverantwortung als Kontrolle und Korrektiv (C5: 285-307, 285-307)*
- *(C) Die Transparenz bezüglich der Ausweisung der Texte ist eine „Goldene Regel“ des Qualitätsjournalismus, sonst handelte es sich um Täuschung der LeserInnen. (C2: 436-442)*
- *(C) Durch Bewusstsein und Anwendungswissen bezüglich Algorithmen kann der Verantwortungsauftrag eher wahrgenommen werden (C5: 338-343)*
- *(C) Die Transparenz im Sinne der Ausweisung der Texte als maschinell erstellt und Quellen, ist eine Qualitätsanforderung, außer es wird nur als Hilfsmittel (wie Schreibmaschine oder Computer) betrachtet, bleiben die JournalistInnen die AutorInnen der Texte (C2: 436-442; C6: 148-176).*
- *(C) Kontrolle von Inhalten notwendig, da Medienunternehmen i.d.R. für den Output haften (C4: 497-520).*
- *Mehrwertfrage: Menschliche Texte von höherer Qualität (C5:323-328)*

**(C) T6:** Die Transparenz von Datenquellen ermöglicht, in Verbindung mit Bewusstsein und Anwendungswissen der JournalistInnen, die die Software nutzen, die Kontrolle und Letztverantwortung von automatisiert erstellten Inhalten.

**(C) T7:** Transparenz bezüglich der automatisiert erstellten Inhalte gilt als Qualitätsanspruch, außer Algorithmen werden als reine Hilfsmittel betrachtet, bleiben JournalistInnen die AutorInnen der Inhalte.

## **(O) Veränderung der Berufsfelder: Interdisziplinarität und Brückenkompetenzen**

- (C) Die Veränderung in den Berufsfeldern vollzieht sich unter anderem durch neue Werkzeuge, unter der auch Algorithmen fallen (Tools). Die grundlegenden Aufgaben von JournalistInnen, wie das Verarbeiten von Informationen, hinterfragen und erklären, bleiben (C2: 343-347, 343-352)
- (C) Regelgeleitete Algorithmen zur Textgenerierung werden eingesetzt um redundante Tätigkeiten zu automatisieren, für die der Mensch eher zur Fehlern neigt. (C2: „kann die Maschine besser (nachtragen)“). (C3: 13-30, 32-79)
- (C) Es kommt zu einer Interdisziplinärerer Zusammenarbeit zwischen Technologie (Daten) und Journalismus (C3: 109-165).
- (C) Die Arbeit mit Algorithmen wird ein spezialisierter Bereich innerhalb des Journalismus sein (C2: 392-406).
- (C) Wenn Algorithmen im Journalismus hinzukommt, dann als Spezialisierung im Journalismus und deshalb ist spezifisches Wissen darüber notwendig (C1: 436-453, (C2: 392-406).
- (C) Die Weiterentwicklung der Berufsfelder im Journalismus zeigt sich an entstehende Bridgeroles die interdisziplinäre Zusammenarbeit ermöglichen (allgemeine Entwicklung im Journalismus) (162-172)
- (C) Arbeitsdruck durch Algorithmen: Algorithmen als mögliche Bedrohung (Jobverlust, verletzter Stolz) (C1: 462-470)
- (C) Die Einsparungsmöglichkeiten von Algorithmen liegen in den Ressourcen Zeit und Arbeitsschritte, nicht im Abbau von Personal, denn für die Nutzung und Wartung von Algorithmen ist jeweils qualifiziertes Personal notwendig (Datenmodell, Datenbeschaffung). (C2: 313-335, C1: 31-33)
- (C) Kontrolle von automatisierten Content wäre durch Personalabbau (aus anderwertigen Gründen) weniger möglich und dies könnte zu vermehrten Fehlmeldungen führen. (C3: 81-107, 128-140)

**(C) T8:** Die Veränderung im Journalismus liegt u.a. in der Verwendung von Algorithmen als neue Werkzeuge zur Automatisierung redundanter Tätigkeiten in Verbindung mit traditionellen journalistischen Arbeitsbereichen, die nach wie vor relevant bleiben.

**(C) T9:** Algorithmen im Journalismus sollen nicht als berufliche Bedrohung wahrgenommen werden, denn der Algorithmischer Journalismus wird, wenn dann als spezialisierter Bereich hinzukommen, für den eigens dafür geschultes Personal zur Nutzung und Kontrolle des Outputs, notwendig ist, bzw. in welchen sich Bridge-Roles, in Form einer Interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen Technologie und Journalismus sich entwickeln können.

## **(O) Able UserInnen zur automatisierten Textgenerierung**

- (C) Für die Qualität des Outputs ist (nach wie vor) journalistisches Können und Wissen um die Funktionsweise der textgenerierenden Software notwendig (C2: 586-600, 359-385, 343-347, 110-125).
- (C) Die Anforderungen der künftig auf Algorithmen spezialisierten Bereichen: Journalistische Skills und Wissen um Funktionsweise (Able UserInnen). (C2: 359-385,; 359-385, C5: 338-343)

- *(C) Um die Qualität des Outputs zu gewährleisten, wird eine menschliche Instanz zur Qualitätssicherung und Kontrolle benötigt, dass derzeit noch ein offenes Thema ist. (C2: 610-635, C4: 497-520).*

**(C) H10:** Zur Sicherung der Qualität des Outputs ist eine menschliche Instanz zur Kontrolle und Qualitätssicherung notwendig, für die journalistisches Können und das Anwendungswissen bez. der Software von „UserInnen“ notwendig ist.



## Anhang A11. Hypothesenreflexion zur vorläufigen Beantwortung der Forschungsfragen

### FF1: Welche Möglichkeiten und Einsatzbereich ergeben sich im Journalismus durch den Einsatz von Algorithmen?

**(FI) Z1<sup>445</sup>:** Algorithmen zur automatisierten Textgenerierung werden eingesetzt um faktenbasierte Inhalte und redundante Abläufe mittels Templates ressourcensparend, ergänzend und in quantitativ hoher Menge zu automatisieren: wie im Sport, Finanzbereich, E-Commerce, Umwelt und Wetter, sowie Katastrophenwarndienste, automatisiert zur erstellen.

**(FI) Z2:** Algorithmen ermöglichen eine automatische Nachbetextung bereits erstellter Inhalte, das Anreichern der Texte mit Daten, automatisierte Übersetzung, Summarizing, Paraphrasing, Synonyme und die Ausgabe SEO-orientierter Texte und in Zukunft die individualisierte Ausgabe von Texten auf Basis von Statistiken:

**(FI) Z19- Neuronale Netzwerke:** Neuronale Netzwerke könnten in Zukunft durch ihre selbstständige Informationsaneignung neue Perspektiven zu Themenstellungen liefern und eine Verbesserung der Inhalte und Sprache durch Feedback-Cycles und Training, die Messparameter anderer Tools miteinbeziehen, ermöglichen

**(FI) Z20- Neuronale Netzwerke:** Neuronale Netzwerke verfügen über kein Text- und Kontextverständnis, können aber durch „Self-Supervised Deep Learning“ und Nutzung vortrainierte Modelle den Anschein hochwertiger Texte erwecken

Die Inhalte der formulierenden Interpretation liefern hierbei Informationen zu den technischen Rahmenbedingungen von Algorithmen. Die zusammenfassenden Thesen „(FI) Z“, dienen vor allem der Verdichtung der inhaltlichen Ebenen. Mittels der reflektierenden Interpretation konnte die Haltung von EntscheidungsträgerInnen und JournalistInnen bezüglich der automatisierten Textproduktion, untersucht werden, um die Möglichkeiten und Vorstellungen (im Sinne der Adoption von Technologie) der Ausgestaltung von Arbeitspraxis mit Algorithmen zu eruieren.

**(C) H1:** Algorithmen werden als Werkzeuge und dienstleistende Elemente betrachtet, die bei folgenden Arbeitsprozessen eingesetzt werden können:

a.) **Verarbeitung großer Datenmengen**, die beim Gewinnen von Erkenntnissen unterstützen,

---

<sup>445</sup> „Z“- Zusammenfassende Aussagen

- b.) **Erstellung von zusätzliche Content** in bestimmter Zeit und Masse, der auch regional und personalisiert an die Zielgruppe angepasst werden kann
- c.) **Distribution von qualitativ hochwertigen Content**, bei welchen zielgruppenspezifische Inhalte zeit-ressourcensparender an das Publikum herangeführt werden
- d.) **Templates für regionale Redaktionen** um lokalspezifische automatisierte Berichterstattung ressourcensparend zu erstellen

Durch den Einsatz von Algorithmen kann Wertschöpfung durch die Produktions- und Distributionsmöglichkeit, inkl. einer Datenstrategie, geschaffen werden. Nicht nur die Produktion von Content, sondern auch die Distribution diesen ist ein wesentlicher Faktor der Wertschöpfung. Dass automatisch generierter Content zu kostenpflichtigen, weil vertieften und weiterführenden Inhalt, weiterleiten kann kommt als weitere Möglichkeit hinzu Algorithmen gewinnbringend einzusetzen.

**(C) H2:** Die wertschöpfungsgenerierende Leistung von automatisierter Textgenerierung entfaltet sich durch eine **geeignete Datenstrategie, in Verbindung mit dem Erzeugen von quantitativer Masse an Content wie werbefinanzierte Inhalte**, und/oder der ressourcensparenden **Ermöglichung von lokalspezifischer regionaler Berichterstattung**, während die nun automatisch generierten und distribuierte Inhalte zu hochwertigen und vertieften menschlich generierten Content **weiterleiten**, der kostenpflichtig sein wird.

Auf der Ebene der Content-Produktion, können JournalistInnen das Tool für sich zur Vorarbeit nutzen (2).

**(J) H3:** In Bezug auf die Contententstehung, wie Recherche und Herstellung von Content, können Algorithmen als Tool für die journalistische Tätigkeiten bei der **inhaltlichen Vorarbeit** unterstützen und so auch **zeitsparenderes Arbeiten** ermöglichen.

FF1a.) Welche Herausforderungen ergeben sich für den Journalismus durch den Einsatz von regelgeleiteten Algorithmen?

**(J) H4:** Die **Objektivität automatisiert erstellter Texte** ist durch die Transparenz ihrer Entstehung bezüglich der verwendeten Daten und Templates erreichbar, denn der „Maschine“ wird zwar, eine auf die sachliche Distanz basierende „Objektivität“ und somit dazu unterstützenden Leistung attestiert, aber die „Objektivität“ der Maschine kann durch die **fehlende Sicherstellung der Integrität der erworbenen Datensätze und möglicher Vielfältigung von Spins durch Templates**, nicht gewährleistet werden.

**(C) H4:** Die Möglichkeit der Weiterentwicklung von automatisch generierten Content, ist abhängig von der **Verfügbarkeit konkreter Daten** und der Vereinbarkeit des zu **automatisierenden Contents mit dem Wertkompass** des Unternehmens.

**(J) H8:** Die **Angst vor möglichen Jobverlust** durch textgenerierende Algorithmen ist mit der als **gering empfundenen Wertschätzung gegenüber journalistischer Arbeit** verknüpft, wobei besonders die Wertschätzung und Sensibilisierung für den hohen Wert von journalistischer Arbeit und **Legitimation** monetärer Vergütung als sehr wichtig erachtet wird, wobei automatisiert generierte Texte sollte eher als Informationsdienst fungieren sollten.

**(J) H12:** Die Abgabe von menschlicher Kontrolle an die Maschine birgt demokratiepolitische Gefahren in der Realisierung journalistischer Aufgaben, wie Wissen vermitteln, Grundlage zur Meinungsbildung bieten und Daten in Kontext setzen und interpretieren .

#### **FF1b.) Welche Herausforderungen könnten sich in Zukunft für den Journalismus durch den Einsatz von Neuronalen Netzwerken ergeben?**

**(FI) Z21- Neuronale Netzwerke:** Falschmeldungen und Einflussnahme mithilfe eigenständiger Informationssuche durch Bots, Social Media, oder Feedback einfluss, die die Inhalte die AI lenken könnten in Kombination mit der fehlenden Nachvollziehbarkeit der Entscheidungen von Neuronalen Netzwerken, würden zu nicht vertrauenswürdigen Content führen.

**(J) H12:** Die Abgabe von menschlicher Kontrolle an die Maschine birgt demokratiepolitische Gefahren in der Realisierung journalistischer Aufgaben, wie Wissen vermitteln, Grundlage zur Meinungsbildung bieten und Daten in Kontext setzen und interpretieren .

#### **FF2: Welche Grenzen sollen bezüglich des Einsatzes des algorithmischen Journalismus im Sinne von Werte und Normen redaktioneller Tätigkeit gezogen werden?**

**(FI) Z8:** Vollautomatisierte Abläufe mit geringer menschlicher Eingriffs- und Einflussmöglichkeit und das Abgeben von Entscheidungsmacht an eine „Maschine“ oder AI<sup>446</sup> sind eine Risiko, auch für die Demokratie<sup>447</sup>.

---

<sup>446</sup> (E3: 493-522, J1: 176-185, 199-239, 303-344)

<sup>447</sup> (J5: 701-725)

**(FI) Z9:** Ansätze der Quanteninformatik kommen den menschlichen Sprachverhalten näher, aber Neuronale Netzwerke verfügen über kein Bewusstsein und Intelligenz.

Hier zeigt die zusammenfassende These der formulierenden Interpretation bereits sehr anschaulich, dass die Bedenken gegenüber vollautomatisierten Inhalten Dimensionen eines möglichen Risikos beinhalten. Die dazu vorgenommene reflektierende Interpretation eröffnet Muster der Versuch der Abwendung vom Verlustes menschlicher Deutungshoheit und journalistischer Verantwortung. Zusätzlich zeigt die formulierenden Interpretation die Unfähigkeit der Maschine zum menschlichen Denken auf und somit fehlender Urteilsfähigkeit, das trotz Quanteninformatik nicht gelöst werden kann.

**(J) H1:** Die Grenzen des Einsatzes finden sich dort, wo menschliches **Denk- und Urteilsvermögen notwendig** ist und deshalb Bereiche betroffen sind, in welchen die **journalistische Funktion für die Gesellschaft**, im Sinne des journalistischen Selbstverständnisses, wahrgenommen werden muss und nicht ausgelagert werden darf.

**(J) H2:** Algorithmen sollen für jene Tätigkeiten eingesetzt werden, in denen sie **JournalistInnen entlasten** und **nicht im Widerspruch zu ihren Aufgaben**, im Sinne ihres journalistischen Selbstverständnisses stehen.

**(C) T3:** Textgenerierende Software, als kollaboratives Produkt von Programmierung und Journalismus, ist **von menschlichen Instruktionen abhängig** und auf ein beschränktes Use-Case anwendbar, deren Einsatzgrenze sich dort vollzieht wo menschliches **Denk- und Urteilsvermögen betreffend soziale Themen und Persönlichkeitsrechte** notwendig ist und **Manipulationsversuche Dritter** über Datensätze **auszuschließen** sind.

**FF3: Welche Rolle wird in der automatisierten Textproduktion den JournalistInnen und EntscheidungsträgerInnen zukommen und welche Fähigkeiten sind dafür notwendig?**

**(C) H10:** Zur Sicherung der Qualität des Outputs ist eine menschliche Instanz zur Kontrolle und Qualitätssicherung notwendig, für die journalistisches Können und das Anwendungswissen bez. der Software von „UserInnen“ notwendig ist.

**(J) H9:** Eine **Gatekeeperfunktion** muss auch in Zukunft **durch Menschen** wahrgenommen werden, die mittels Kontrolle und spezifischen Wissen und das Nicht-Verlassen auf die

Maschine bei explizit journalistischen Aufgaben, die Entstehung von fehlerhaften Output oder Falschnachrichten verhindern sollte, die Konsequenzen für Menschen haben.

**(C) H5: Datenwissen und- Bewusstsein** sind zur Nutzung von Algorithmen im Journalismus, im Kontext der Anwendungssicherheit der Software, notwendig: Jedoch zeigt sich in Medienunternehmen fehlendes Entwicklungspotential durch Ressourcenknappheit, kaum Thematisierung von Datensicherheit und Wissensasymmetrien zwischen den Abteilungen, *(sowie fehlendes Datenbewusstsein seitens des Publikums)*.

### **FF3a.) Welche Rolle kommt der Transparenz, in Bezug auf Quellen und Output zu?**

**(C) H6:** Die Transparenz von Datenquellen **ermöglicht**, in Verbindung mit Bewusstsein und Anwendungswissen der JournalistInnen, die die Software nutzen, die durch den Menschen **notwendige Kontrolle und Letztverantwortung** von automatisiert erstellten Inhalten.

**(C) H7:** Transparenz bezüglich der automatisiert erstellten Inhalte gilt **als Qualitätsanspruch**, außer Algorithmen werden als reine Hilfsmittel betrachtet, bleiben JournalistInnen die AutorInnen der Inhalte.

Durch die aufgeworfenen Propositionen im Panel wurde die Forschungsfrage um den Aspekt der Transparenz bezüglich der Technologie von algorithmisch automatisierten Arbeitsprozessen erweitert, da diese mit der Angst vor möglichen Jobverlust verknüpft sind.

### **FF3b.) Welche Rolle kommt der Transparenz, in Bezug auf Informationen über die Technologie algorithmisch automatisierten Arbeitsprozessen im Journalismus zu?**

**(J) H6:** Transparenz über die Technologie, also die Klärung des Stellenwertes von Algorithmen und ihren Einsatz<sup>448</sup>, unter Einbeziehung des journalistischen Selbstverständnis, **ermöglicht ein effizientes Arbeiten mit Algorithmen als Werkzeug**.

---

<sup>448</sup> Klärung in Bezug auf Urheberrecht der Inhalte, die zu verwendenden Quellen und Datensätze, Auswahl der Trainingsdaten für AI und der Grad der Zuweisung der "Selbstständigkeit der Maschine" (J5: 450-485)

**(J) H5:** Die **geringe Transparenz über den tatsächlichen Nutzen und Funktion** der Technologie **erzeugt** möglicherweise **Angst vor Jobverlust**, und ermöglicht einen Hype (Begeisterung) und eine Mystifizierung der Technologie und Vermenschlichung dieser, damit einhergehenden Konkurrenz und die der Maschine attestierte Objektivität, die zu einem empfundenen **Legitimationsdruck journalistischer** Arbeit führt.

Die Thesen (J) T4 diene der FF2 „Welche Herausforderungen ergeben sich für den Journalismus durch den Einsatz von regelgeleiteten Algorithmen?“ als Beantwortung, stellt aber hier ebenfalls ein wichtiges Element in der Beantwortung der Forschungsfrage „FF5 a.“ dar.

**(J) H4:** Die **Objektivität** automatisiert erstellter Texte ist durch die Transparenz ihrer Entstehung bezüglich der verwendeten Daten und Templates **erreichbar**, denn der „Maschine“ wird zwar, eine auf die sachliche Distanz basierende „Objektivität“ und somit dazu unterstützenden Leistung attestiert, aber die „Objektivität“ der Maschine kann durch die fehlende Sicherstellung der Integrität der erworbenen Datensätze und möglicher Vervielfältigung von Spins durch Templates, nicht gewährleistet werden.

**FF4: Inwiefern werden im Rahmen der Anwendung von AJ sich Arbeitsbereiche für JournalistInnen in Zukunft, im Kontext von möglichen Jobverlust, verändern oder wegfallen und welche Fähigkeiten sind dafür notwendig?**

**(FI) Z14:** Die Implementierung von Algorithmen hat Änderung der Organisationsstrukturen und Abläufe zu Folge und wird entweder zu einem kompetitiveren Umfeld führen oder sogar zu Aufwertung menschlicher nicht ersetzbarer journalistischer Leistung.

**(FI) Z16:** Zur Arbeit mit Algorithmen (allgemein) ist interdisziplinäre Kommunikation zur Klärung der Anforderungen an In- und Output und zu klärenwichtig, sowie ein Grundverständnis von Computerlinguistik und Kenntnisse von Modellierung (Software, Sprache) relevant.

Hier zeigt sich die Problematik die auch in der reflektierenden Interpretation nicht zu lösen war. Es ergibt sich bezüglich der künftigen Tätigkeitsfelder kein gemeinsames Zukunftsszenarien. Klar ist, dass JournalistInnen Algorithmen in Zukunft nutzen können. Die Anforderungen der Kenntnisse von Computerlinguistik betrifft eher das „explizit qualifiziertes Personal“ im Konzept der Trennung der Bereiche aber der Entstehung von einzelnen Brückenkompetenzen die zwischen den Bereichen vermittelnd tätig sind.

**(C) H8:** Die Veränderung im Journalismus liegt u.a. in der **Verwendung von Algorithmen** als neue Werkzeuge zur Automatisierung redundanter Tätigkeiten in Verbindung mit **traditionellen journalistischen Arbeitsbereichen, die nach wie vor relevant bleiben.**

**(J) H7:** Statt mit Stellenabbau durch Algorithmen, ist eher eine **Ausdifferenzierung der Tätigkeitsfelder** bezüglich der Nutzung von Algorithmen im Journalismus zu erwarten, bei der die Tätigkeiten bei JournalistInnen analytischerer, u.a. in Bezug auf die Daten, und niedergradige Arbeiten automatisiert werden, während explizit qualifiziertes Personal mit der Implementierung und Wartung von Software betraut sein wird.

**(J) H11:** Zusammenarbeit zwischen Technik und Journalismus ist für JournalistInnen vorstellbar möchten aber ihren Fokus auf die journalistische Tätigkeit und Arbeitsbereiche behalten

**(C) H9:** Algorithmen im Journalismus sollen nicht als berufliche Bedrohung wahrgenommen werden, denn der Algorithmischer Journalismus wird, wenn dann als spezialisierter Bereich hinzukommen, für den eigens dafür geschultes Personal zur Nutzung und Kontrolle des Outputs, notwendig ist, bzw. in welchen sich Bridge-Roles, in Form einer Interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen Technologie und Journalismus sich entwickeln können.

## **Anhang A12. Welle 2 – Onlinebefragung**

Fokus auf Inhalte die nicht „klar sind“ und validiert werden sollten. Der Fragebogen wird auf Basis des möglichen Zukunftsszenarios entwickelt.

Die Abstufung Einschätzungen bezüglich der Ablehnung oder Zustimmung wird auf der Skala von -2 bis +2 angegeben.

- (- 2) *Ich schätze diese Aussage als gar nicht zutreffend ein*
- (- 1) *Ich schätze diese Aussage eher nicht als zutreffend ein*
- (0) *Keine Einschätzung (Enthaltung)*
- (+1) *Ich schätze diese Aussage für teilweise als zutreffend ein*
- (+2) *Ich schätze diese Aussage als sehr zutreffend ein*

### **A12.1. Fragebogenentwicklung**

Es wurden 7 Fragen zwischen 3 und max. 6. Antwortmöglichkeiten in 5 Dimensionen entworfen die sich durch die Forschungsinteresse und bisherigen Auswertungsergebnissen ergaben. Diese setzen sich aus folgenden Komponenten zusammen:

#### **A. Möglichkeiten zum Einsatzbereich regelgeleiteter Algorithmen**

- Technische Möglichkeiten durch Algorithmen allgemein (*Zusammenfassend und zur inhaltlichen Orientierung geben die (FI) Z1/2/19/20 relevante Hinweise*)
- Beitrag zur Wertschöpfung (C) und Verhältnis zwischen automatisierten und manuell erstellten Content H1/T2
- Nutzung als Tool zur Unterstützung (J) H3

#### **B. Risiken und Gegenmaßnahmen**

- Fehlende Transparenz über Technologie führt zu Ängsten (Jobverlust) – *Thematisierung fehlender Wertschätzung und Legitimation* (J) H5/6/8,
- Transparenz um Objektivität zu gewährleisten (J) H 4- Notwendigkeit strukturierter Daten und Nicht-Gewährleistung der Integrität der Daten (C) H 4/ (J) H4
- Transparenz ermöglicht Letztverantwortung (C) H6/7,
- Grenzen des Einsatzes (menschliche Verantwortung und Interpretations- und Urteilsfähigkeit und fehlende Eingriffsmöglichkeiten) (FI) Z8/9, (J) H 1/2, (C) H3

#### **C. Möglichkeiten zum Einsatzbereich neuronaler Netzwerke**

- Falschmeldungen und Einflussnahmen (Bots, Social Media, Feedback) (FI) Z20/21/22
- Kreativprozesse/ neue Ideen und Verbesserung des Contents durch Feedbackcycles (FI) Z19,

#### **D. Verändertes Journalistisches Tätigkeitsfeld und- Umfeld durch den Einsatz von Algorithmen**

- Interdisziplinarität und Kompetitivität (FI) Z14/16
- Algorithmen als Tool (C) H8
- Ausdifferenzierung der Tätigkeitsfelder und Bridge-Roles (J) H7 (C) H9

#### **E. Wichtige Fähigkeiten zur Arbeit mit Algorithmen**



- Qualitätssicherung und Wahrnehmung der Gatekeeperfunktion durch den Menschen als Able UserInnen (C) H1/5, (J) H9 (C) H10
- Interdisziplinäre Kommunikationsfähigkeit, Computerlinguistik (Kenntnisse) (ZI)16
- Journalistisches „Handwerk“ und Detailwissen zu Sachverhalten (C) H5/8/9

## A12.2. Online Fragebogen

20.2.2019

Survey -

### Panel: Algorithmischer Journalismus

2. Welle- Onlinebefragung



In dieser Umfrage sind 15 Fragen enthalten.

Die Umfrage ist anonym.

Die Daten werden zu nicht-kommerziellen Forschungszwecken, im Rahmen einer Magisterarbeit an der Universität Wien, verwendet.

Ich bin damit einverstanden.

\*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja  
 Nein

Bewerten Sie folgenden Aussagen zu Möglichkeiten, die sich durch den Einsatz von regelgeleiteten Algorithmen ergeben können.

Der Einsatz von Algorithmen im Journalismus ermöglicht... \*

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	-2	-1	0	1	2
Distribution von Content auf unterschiedlichen Kanälen (neben Textgenerierung)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Automatisiert erstellter Content (kostenlos) als Basisinformation, der LeserInnen zu vertiefenden Inhalten und Nischenangebote online hinführt (durch LeserInnen finanziert)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aufwertung journalistischer Leistung, die nicht automatisierbar ist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Für LeserInnen: Personalisierte Ausgabe von Inhalten auf Basis von Statistiken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bewerten Sie folgende Aussagen zu Möglichkeiten, die sich durch den Einsatz von regelgeleiteten Algorithmen ergeben können.

Der Einsatz von Algorithmen ermöglicht Unterstützung für JournalistInnen durch:

\*

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	-2	-1	0	1	2
Automatisierung redundanter Tätigkeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausgabe von Texten auf Basis von Statistiken (als Vorarbeit)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verarbeitung großer Datenmengen (Filterung von Inhalten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hinweise auf wichtige Sachverhalte oder Extremwerte (durch Daten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bewerten Sie folgende Aussagen von Risiken, die sich durch den Einsatz von regelgeleiteten Algorithmen ergeben können und Gegenmaßnahmen zur Reduktion.  
\*

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	-2	-1	0	1	2
Risiko besteht bei Inhalten, bei denen menschliches Interpretations- und Urteilsvermögen erforderlich ist (Soziales, Politik und persönliche Rechte betreffende Inhalte)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Risiko besteht bei Inhalten, bei denen Folgen nicht abschätzbar sind (Gesellschaft, Warn- und Informationsdienste)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Regelgeleitete Algorithmen sollen im begrenzten und kontrollierbaren Use-Case verwendet werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Datentransparenz ermöglicht Objektivität, da die Güte von erworbenen Daten (fehlerhafte oder unvollständige Datensätze, Bias) nicht immer gewährleistet werden kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zur Content-Generierung ist eine Datenstrategie zum Datenerwerb /-Erhebung/-Verwertung notwendig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vollautomatisierte Abläufe mit geringer menschlicher Eingriffsmöglichkeit sollen vermieden werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bewerten Sie folgende Aussagen von Risiken die durch Transparenz abgemildert werden können:  
\*  
Transparenz über die Leistung der Technologie regelgeleiteter Algorithmen und dem Grad der Automatisierung von produziertem Content, ermöglicht Folgendes:  
\*

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	-2	-1	0	1	2
Abschwächung des Hypes zur Technologie/ bzw. unrealistischen Erwartungen an die Technologie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abmilderung der Angst vor Jobverlust von JournalistInnen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verbesserung der Kontroll- und Verantwortungsmöglichkeit bezüglich der produzierten Inhalte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bewerten Sie die Aussagen zur möglichen Nutzung und Risiken durch den Einsatz von neuronalen Netzwerken in der Content-Produktion. Neuronale Netzwerke können... \*  
\*  
Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	-2	-1	0	1	2
... durch ihre Informationsaneignung redaktionell neue Perspektiven und Ideen bieten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... durch Feedback-Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/Vorlieben) den Content verbessern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... durch Feedback-Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/Vorlieben) zu geringerer sprachlicher Vielfalt führen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... durch Feedback-Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/Vorlieben) eine "massentaugliche" Meinung widerspiegeln	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... durch Einflussfaktoren, wie Feedback aus Social Media, Blogs und bewusste Einflussnahme Dritter, Fehlmeldungen und nicht absehbare Inhalte produzieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... durch Faktoren wie, fehlende Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen, Fehlmeldungen oder nicht absehbare Inhalte produzieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bewerten Sie die Aussagen, wie sich das journalistische Tätigkeitsfeld durch den Einsatz von regelgeleiteten Algorithmen verändern wird. \*

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	-2	-1	0	1	2
Algorithmen zur Textproduktion und –Distribution werden als Tool verwendet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Arbeitsumfeld wird kompetitiver, da einfachere Tätigkeiten automatisiert werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Tätigkeit von JournalistInnen wird analytischer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Algorithmischer Journalismus (Textproduktion, Distribution, Datenverarbeitung, etc.) kommt als Spezialisierung im Journalismus hinzu, für das qualifiziertes Personal benötigt wird	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interdisziplinäre Schnittstellenpositionen, wie Bridge-Roles zwischen Technologie und Journalismus, etablieren sich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es kommt zur strikten Trennung der Bereiche in Algorithmischen Journalismus und „traditionellen“ Journalismus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bewerten Sie die Aussagen welche geforderten Fähigkeiten durch den Einsatz von regelgeleiteten Algorithmen hinzukommen/ verändern.

Folgende Fähigkeiten in der Arbeit mit Algorithmen werden wichtig sein:

\*

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	-2	-1	0	1	2
Journalistisches Können und Anwendungswissen der jeweiligen Software, um Gatekeeperfunktion und Qualitätssicherung durch den Menschen zu ermöglichen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interdisziplinäre Kommunikationsfähigkeit (Vokabular, gemeinsame „Sprache“), um sich über die Anforderungen über In- und Output zu verständigen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kenntnisse der Modellierung, Programmierung und Grundwissen in Computerlinguistik für spezialisierte Bereiche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Datenbewusstsein für die Nutzung von textgenerierenden Algorithmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Detailwissen zu Sachverhalten und nach wie vor journalistisches „Handwerk“	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Alter: \*

● Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- 25-34  
 35-44  
 45-54  
 ≥ 55

**Geschlecht \***

☛ Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:  
Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

weiblich  
 männlich  
 x

**Beruf \***

**Arbeitsituation \***

☛ Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.  
Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

Anstellt befristet  
 Angestellt unbefristet  
 Selbstständig  
 Sonstiges:

**Höchster Bildungsabschluss**

☛ Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:  
Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

Matura  
 Fachhochschule  
 Universität  
 Sonstiges

**Studienrichtung**  
Das Eintragen in abgekürzter Form ist möglich

	abgeschlossen	laufend	abgebrochen
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Übermittlung Ihres ausgefüllten Fragebogens:  
Vielen Dank für die Beantwortung des Fragebogens.

### A12.3. Ergebnisse (n=10): Standardabweichung und Varianz

		[M: Distribution von Content auf unterschiedlichen Kanälen (neben Textgenerierung)]	[M: Automatisiert erstellter Content (kostenlos) als Basisinformation, der LeserInnen zu vertiefenden Inhalten und Nischenangeboten online einführt (durch LeserInnen finanziert)]	[M: Aufwertung journalistischer Leistung, die nicht automatisierbar ist]	[M: Für LeserInnen: Personalisierte Ausgabe von Inhalten auf Basis von Statistiken]
N	Gültig	10	10	10	10
	Fehlend	10	10	10	10
Std.-Abweichung		1,491	1,337	1,647	,876
Varianz		2,222	1,789	2,711	,767
Perzentile	25	-,25	-,25	-1,25	1,00
	50	2,00	1,00	1,00	1,00
	75	2,00	2,00	2,00	2,00

		[M: Automatisierung redundanter Tätigkeiten]	[M: Ausgabe von Texten auf Basis von Statistiken (als Vorarbeit)]	[M: Verarbeitung großer Datenmengen (Filterung von Inhalten)]	[M: Hinweise auf wichtige Sachverhalte oder Extremwerte (durch Daten)]
N	Gültig	10	10	10	10
	Fehlend	10	10	10	10
Std.-Abweichung		,516	1,317	1,265	,994
Varianz		,267	1,733	1,600	,989
Perzentile	25	1,00	,75	1,25	,75
	50	2,00	2,00	2,00	1,00
	75	2,00	2,00	2,00	2,00

		[R: Inhaltlich-menschliches Interpretations- und Urteilsvermögen (Soziales, Politik und persönliche Rechte)]	[R: Inhaltlich- nicht abschätzbare Folgen (Gesellschaft, Warn- und Informationsdienste)]	[R.Reduktion: begrenztes /kontrollierbares Use-Case]	[R.Reduktion: Datentransparenz -Objektivität, Güte von erworbenen Daten]
N	Gültig	10	10	10	10
	Fehlend	10	10	10	10
Std.-Abweichung		,675	,483	,707	,994
Varianz		,456	,233	,500	,989
Perzentile	25	1,75	1,00	1,00	,75
	50	2,00	2,00	2,00	1,00
	75	2,00	2,00	2,00	2,00

		[R.Reduktion: Zur Content- Generierung ist eine Datenstrategie zum Datenerwerb /- Erhebung/- Verwertung notwendig]	[R.Reduktion: Vollautomatisier- te Abläufe mit geringer menschlicher Eingriffsmöglich- keit vermeiden]	[Transparenz- Leistung: Abschwächung des Hypes zur Technologie/ unrealistischen Erwartungen an die Technologie]	[Transparenz- Leistung: Abmilderung der Angst vor Jobverlust von Journalistinnen]
N	Gültig	10	10	10	10
	Fehlend	10	10	10	10
Std.-Abweichung		,972	1,350	1,160	1,430
Varianz		,944	1,822	1,344	2,044
Perzentile	25	1,00	-,25	-,25	-,25
	50	2,00	1,00	1,00	,50
	75	2,00	2,00	2,00	2,00

		[Transparenz- Leistung: Verbesserung der Kontroll- und Verantwortungs möglichkeit ]	[M: N.N.: D. Informationsan- eignung: redaktionell neue Perspektiven und Ideen ]	[M: N.N.: Feedback- Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/ Vorlieben) den Content verbessern]	[R: N.N.:durch Feedback- Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/ Vorlieben) zu geringerer sprachlicher Vielfalt führen]
N	Gültig	10	10	10	10
	Fehlend	10	10	10	10
Std.-Abweichung		1,075	1,054	1,265	1,269
Varianz		1,156	1,111	1,600	1,611
Perzentile	25	,75	,00	-1,00	-1,00
	50	2,00	1,00	1,00	,50
	75	2,00	2,00	2,00	2,00

		[R: N.N.: Feedback- Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/ Vorlieben) eine "massentaugliche" Meinung widerspiegeln]	[R: N.N.: Einflussfaktoren (Feedback Social Media, Blogs,bewusste Einflussnahme Dritter)- Fehlmeldungen und nicht absehbare Inhalte ]	[R: N.N.: Faktoren : Fehlende Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen: Fehlmeldungen oder nicht absehbare Inhalte ]	[V.A.: Algorithmen zur Textproduktion und – Distribution als Tool ]
N	Gültig	10	10	10	10
	Fehlend	10	10	10	10
Std.-Abweichung		,789	,789	,876	,632
Varianz		,622	,622	,767	,400
Perzentile	25	,00	,00	,00	1,00
	50	1,00	1,00	1,00	1,00
	75	1,25	1,25	2,00	2,00

		[V.A.: Kompetitiveres Arbeitsumfeld da einfachere Tätigkeiten automatisiert werden]	[V.A.: Tätigkeit von JournalistInnen wird analytischer]	[V.A.: (Textproduktion , Distribution, Datenverarbeitu ng, etc.) als Spezialisierung im Journalismus hinzu, (qualifiziertes Personal benötigt)]	[V.A.: Interdisziplinäre Schnittstellenpo sitionen: Bridge-Roles zwischen Technologie - Journalismus ]
N	Gültig	10	10	10	10
	Fehlend	10	10	10	10
Std.-Abweichung		,966	1,033	,675	,823
Varianz		,933	1,067	,456	,678
Perzentile	25	,00	,00	1,00	,75
	50	,50	1,00	1,00	1,50
	75	1,25	2,00	2,00	2,00

		[V.A.: Trennung der Bereiche: Journalismus - „traditioneller“ Journalismus]	[S.: Journalistisches Können und Anwendungswi ssen der jeweiligen Software, um Gatekeeperfunk tion und Qualitätssicher ung durch den Menschen zu ermöglichen]	[S.: Interdisziplinäre Kommunikation sfähigkeit (Vokabular, gemeinsame „Sprache“)- Anforderungen über In- und Output zu verständigen]	[S.: Modellierung, Programmierung, Grundwissen in Computerlingui stik für spezialisierte Bereiche]
N	Gültig	10	10	10	10
	Fehlend	10	10	10	10
Std.-Abweichung		,789	1,247	,843	,843
Varianz		,622	1,556	,711	,711
Perzentile	25	-1,25	-,25	,75	,00
	50	-1,00	1,50	2,00	1,00
	75	,00	2,00	2,00	1,00

		[S.: Datenbewusst sein für die Nutzung von textgenerierend en Algorithmen]	[S.: Detailwissen zu Sachverhalten und nach wie vor journalistisches „Handwerk“]
N	Gültig	10	10
	Fehlend	10	10
Std.-Abweichung		,516	,707
Varianz		,267	,500
Perzentile	25	1,00	1,00
	50	1,00	2,00
	75	2,00	2,00



## A12.4. Ergebnisse (n=10): Häufigkeiten

### [M: Distribution von Content auf unterschiedlichen Kanälen (neben Textgenerierung)]

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-2	1	5,0	10,0	10,0
	-1	1	5,0	10,0	20,0
	0	1	5,0	10,0	30,0
	1	1	5,0	10,0	40,0
	2	6	30,0	60,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

### [M: Automatisiert erstellter Content (kostenlos) als Basisinformation, der LeserInnen zu vertiefenden Inhalten und Nischenangebote online hinführt (durch LeserInnen finanziert)]

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-2	1	5,0	10,0	10,0
	-1	1	5,0	10,0	20,0
	0	1	5,0	10,0	30,0
	1	4	20,0	40,0	70,0
	2	3	15,0	30,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

### [M: Aufwertung journalistischer Leistung, die nicht automatisierbar ist]

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-2	2	10,0	20,0	20,0
	-1	1	5,0	10,0	30,0
	1	3	15,0	30,0	60,0
	2	4	20,0	40,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

### [M: Für LeserInnen: Personalisierte Ausgabe von Inhalten auf Basis von Statistiken]

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	1	5,0	10,0	10,0
	1	6	30,0	60,0	70,0
	2	3	15,0	30,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[M: Automatisierung redundanter Tätigkeiten]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1	4	20,0	40,0	40,0
	2	6	30,0	60,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[M: Ausgabe von Texten auf Basis von Statistiken (als Vorarbeit)]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-2	1	5,0	10,0	10,0
	0	1	5,0	10,0	20,0
	1	2	10,0	20,0	40,0
	2	6	30,0	60,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[M: Verarbeitung großer Datenmengen (Filterung von Inhalten)]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	2	10,0	20,0	20,0
	2	8	40,0	80,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[M: Hinweise auf wichtige Sachverhalte oder Extremwerte (durch Daten)]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	1	5,0	10,0	10,0
	0	1	5,0	10,0	20,0
	1	4	20,0	40,0	60,0
	2	4	20,0	40,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[R: Inhalte- menschliches Interpretations- und Urteilsvermög (Soziales, Politik und persönliche Rechte )]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	1	5,0	10,0	10,0
	1	1	5,0	10,0	20,0
	2	8	40,0	80,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[R: Inhalte- nicht abschätzbare Folgen (Gesellschaft, Warn- und Informationsdienste)]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1	3	15,0	30,0	30,0
	2	7	35,0	70,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[R.Reduktion:begrenztes /kontrollierbares Use-Case ]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	1	5,0	10,0	10,0
	1	3	15,0	30,0	40,0
	2	6	30,0	60,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[R.Reduktion: Datentransparenz -Objektivität, Güte von erworbenen Daten]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	1	5,0	10,0	10,0
	0	1	5,0	10,0	20,0
	1	4	20,0	40,0	60,0
	2	4	20,0	40,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[R.Reduktion:Zur Content-Generierung ist eine Datenstrategie zum Datenerwerb /-Erhebung/-Verwertung notwendig]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	1	5,0	10,0	10,0
	1	2	10,0	20,0	30,0
	2	7	35,0	70,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[Transparenz-Leistung: Verbesserung der Kontroll- und Verantwortungsmöglichkeit ]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	1	5,0	10,0	10,0
	0	1	5,0	10,0	20,0
	1	1	5,0	10,0	30,0
	2	7	35,0	70,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[R.Reduktion:Vollautomatisierte Abläufe mit geringer menschlicher Eingriffsmöglichkeit vermeiden]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-2	1	5,0	10,0	10,0
	-1	1	5,0	10,0	20,0
	0	2	10,0	20,0	40,0
	1	3	15,0	30,0	70,0
	2	3	15,0	30,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[Transparenz-Leistung:Abschwächung des Hypes zur Technologie/ unrealistischen Erwartungen an die Technologie]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	2	10,0	20,0	20,0
	0	2	10,0	20,0	40,0
	1	3	15,0	30,0	70,0
	2	3	15,0	30,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[Transparenz-Leistung: Abmilderung der Angst vor Jobverlust von JournalistInnen]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-2	1	5,0	10,0	10,0
	-1	1	5,0	10,0	20,0
	0	3	15,0	30,0	50,0
	1	1	5,0	10,0	60,0
	2	4	20,0	40,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[Transparenz-Leistung: Verbesserung der Kontroll- und Verantwortungsmöglichkeit ]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	1	5,0	10,0	10,0
	0	1	5,0	10,0	20,0
	1	1	5,0	10,0	30,0
	2	7	35,0	70,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[M: N.N.: D. Informationsaneignung: redaktionell neue Perspektiven und Ideen ]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	1	5,0	10,0	10,0
	0	2	10,0	20,0	30,0
	1	3	15,0	30,0	60,0
	2	4	20,0	40,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[M: N.N.: Feedback-Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/Vorlieben) den Content verbessern]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	3	15,0	30,0	30,0
	0	1	5,0	10,0	40,0
	1	3	15,0	30,0	70,0
	2	3	15,0	30,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[R: N.N.:durch Feedback-Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/Vorlieben) zu geringerer sprachlicher Vielfalt führen]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	3	15,0	30,0	30,0
	0	2	10,0	20,0	50,0
	1	2	10,0	20,0	70,0
	2	3	15,0	30,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[R: N.N.:Feedback-Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/Vorlieben) eine "massentaugliche" Meinung widerspiegeln]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	4	20,0	40,0	40,0
	1	4	20,0	40,0	80,0
	2	2	10,0	20,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[R: N.N.: Einflussfaktoren (Feedback Social Media, Blogs, bewusste Einflussnahme Dritter)- Fehlmeldungen und nicht absehbare Inhalte ]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	4	20,0	40,0	40,0
	1	4	20,0	40,0	80,0
	2	2	10,0	20,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[.R: N.N.:Faktoren : Fehlende Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen: Fehlmeldungen oder nicht absehbare Inhalte ]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	3	15,0	30,0	30,0
	1	3	15,0	30,0	60,0
	2	4	20,0	40,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[V.A.:Algorithmen zur Textproduktion und –Distribution als Tool ]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	1	5,0	10,0	10,0
	1	6	30,0	60,0	70,0
	2	3	15,0	30,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[V.A.: Kompetitiveres Arbeitsumfeld da einfachere Tätigkeiten automatisiert werden]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	1	5,0	10,0	10,0
	0	4	20,0	40,0	50,0
	1	3	15,0	30,0	80,0
	2	2	10,0	20,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[V.A.: Tätigkeit von JournalistInnen wird analytischer]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	1	5,0	10,0	10,0
	0	3	15,0	30,0	40,0
	1	3	15,0	30,0	70,0
	2	3	15,0	30,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[V.A.: (Textproduktion, Distribution, Datenverarbeitung, etc.)  
als Spezialisierung im Journalismus hinzu, (qualifiziertes  
Personal benötigt)]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	1	5,0	10,0	10,0
	1	5	25,0	50,0	60,0
	2	4	20,0	40,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[V.A.: Interdisziplinäre Schnittstellenpositionen: Bridge-Roles  
zwischen Technologie -Journalismus ]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	2	10,0	20,0	20,0
	1	3	15,0	30,0	50,0
	2	5	25,0	50,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[V.A.: Trennung der Bereiche: Journalismus - „traditioneller“ Journalismus]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-2	2	10,0	20,0	20,0
	-1	4	20,0	40,0	60,0
	0	4	20,0	40,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[S.:Journalistisches Können und Anwendungswissen der jeweiligen Software, um Gatekeeperfunktion und Qualitätssicherung durch den Menschen zu ermöglichen]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	2	10,0	20,0	20,0
	0	1	5,0	10,0	30,0
	1	2	10,0	20,0	50,0
	2	5	25,0	50,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[S.:Interdisziplinäre Kommunikationsfähigkeit (Vokabular, gemeinsame „Sprache“)-Anforderungen über In- und Output zu verständigen]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	2	10,0	20,0	20,0
	1	2	10,0	20,0	40,0
	2	6	30,0	60,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		



**[S.:Modellierung, Programmierung,Grundwissen in  
Computerlinguistik für spezialisierte Bereiche]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-1	1	5,0	10,0	10,0
	0	3	15,0	30,0	40,0
	1	5	25,0	50,0	90,0
	2	1	5,0	10,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[S.:Datenbewusstsein für die Nutzung von textgenerierenden  
Algorithmen]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1	6	30,0	60,0	60,0
	2	4	20,0	40,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

**[S.:Detailwissen zu Sachverhalten und nach wie vor  
journalistisches „Handwerk“]**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	1	5,0	10,0	10,0
	1	3	15,0	30,0	40,0
	2	6	30,0	60,0	100,0
	Gesamt	10	50,0	100,0	
Fehlend	System	10	50,0		
Gesamt		20	100,0		

## A12.5. Kreuztabellen Gruppe\*Einschätzungen

**[M: Distribution von Content auf unterschiedlichen Kanälen (neben Textgenerierung)] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[M: Distribution von Content auf unterschiedlichen Kanälen (neben Textgenerierung)]	-2	0	1	0	1
	-1	0	1	0	1
	0	1	0	0	1
	1	0	0	1	1
	2	2	1	3	6
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	9,028 <sup>a</sup>	8	,340
Likelihood-Quotient	9,641	8	,291
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 15 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[M: Automatisiert erstellter Content (kostenlos) als Basisinformation, der LeserInnen zu vertiefenden Inhalten und Nischenangebote online hinführt (durch LeserInnen finanziert)] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[M: Automatisiert erstellter Content (kostenlos) als Basisinformation, der LeserInnen zu vertiefenden Inhalten und Nischenangebote online hinführt (durch LeserInnen finanziert)]	-2	0	1	0	1
	-1	1	0	0	1
	0	0	0	1	1
	1	1	2	1	4
	2	1	0	2	3
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	8,403 <sup>a</sup>	8	,395
Likelihood-Quotient	9,641	8	,291
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 15 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[M: Aufwertung journalistischer Leistung, die nicht automatisierbar ist] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[M: Aufwertung journalistischer Leistung, die nicht automatisierbar ist]	-2	0	1	1	2
	-1	0	0	1	1
	1	1	1	1	3
	2	2	1	1	4
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,264 <sup>a</sup>	6	,775
Likelihood-Quotient	4,096	6	,664
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 12 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[M: Für LeserInnen: Personalisierte Ausgabe von Inhalten auf Basis von Statistiken] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[M: Für LeserInnen: Personalisierte Ausgabe von Inhalten auf Basis von Statistiken]	-1	0	0	1	1
	1	2	3	1	6
	2	1	0	2	3
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,583 <sup>a</sup>	4	,333
Likelihood-Quotient	5,822	4	,213
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 9 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[M: Automatisierung redundanter Tätigkeiten] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[M: Automatisierung redundanter Tätigkeiten]	1	1	0	3	4
	2	2	3	1	6
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,097 <sup>a</sup>	2	,129
Likelihood-Quotient	5,142	2	,076
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 6 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,20.

**[M: Ausgabe von Texten auf Basis von Statistiken (als Vorarbeit)] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[M: Ausgabe von Texten auf Basis von Statistiken (als Vorarbeit)]	-2	0	0	1	1
	0	0	0	1	1
	1	1	1	0	2
	2	2	2	2	6
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,444 <sup>a</sup>	6	,617
Likelihood-Quotient	5,822	6	,443
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 12 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[M: Verarbeitung großer Datenmengen (Filterung von Inhalten)] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[M: Verarbeitung großer Datenmengen (Filterung von Inhalten)]	-1	1	0	1	2
	2	2	3	3	8
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,146 <sup>a</sup>	2	,564
Likelihood-Quotient	1,690	2	,429
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 6 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,60.

**[M: Hinweise auf wichtige Sachverhalte oder Extremwerte (durch Daten)] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[M: Hinweise auf wichtige Sachverhalte oder Extremwerte (durch Daten)]	-1	0	1	0	1
	0	0	0	1	1
	1	1	0	3	4
	2	2	2	0	4
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	8,958 <sup>a</sup>	6	,176
Likelihood-Quotient	11,734	6	,068
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 12 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[R: Inhalte- menschliches Interpretations- und Urteilsvermög(Soziales, Politik und persönliche Rechte )] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[R: Inhalte- menschliches Interpretations- und Urteilsvermög(Soziales, Politik und persönliche Rechte )]	0	0	1	0	1
	1	1	0	0	1
	2	2	2	4	8
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	5,000 <sup>a</sup>	4	,287
Likelihood-Quotient	5,142	4	,273
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 9 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[R: Inhalte- nicht abschätzbareFolgen (Gesellschaft, Warn- und Informationsdienste)] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[R: Inhalte- nicht abschätzbareFolgen (Gesellschaft, Warn- und Informationsdienste)]	1	2	1	0	3
	2	1	2	4	7
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,651 <sup>a</sup>	2	,161
Likelihood-Quotient	4,579	2	,101
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 6 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,90.

**[R.Reduktion:begrenzt /kontrollierbares Use-Case ] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[R.Reduktion:begrenzt /kontrollierbares Use-Case ]	0	1	0	0	1
	1	1	1	1	3
	2	1	2	3	6
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,917 <sup>a</sup>	4	,572
Likelihood-Quotient	3,049	4	,550
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 9 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[R.Reduktion: Datentransparenz -Objektivität, Güte von erworbenen Daten] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[R.Reduktion: Datentransparenz - Objektivität, Güte von erworbenen Daten]	-1	1	0	0	1
	0	0	0	1	1
	1	2	1	1	4
	2	0	2	2	4
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	6,458 <sup>a</sup>	6	,374
Likelihood-Quotient	7,915	6	,244
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 12 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[R.Reduktion:Zur Content-Generierung ist eine Datenstrategie zum Datenerwerb /-Erhebung/-Verwertung notwendig] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[R.Reduktion:Zur Content-Generierung ist eine Datenstrategie zum Datenerwerb /-Erhebung/-Verwertung notwendig]	-1	1	0	0	1
	1	0	1	1	2
	2	2	2	3	7
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,274 <sup>a</sup>	4	,513
Likelihood-Quotient	3,900	4	,420
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 9 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[R.Reduktion:Vollautomatisierte Abläufe mit geringer menschlicher Eingriffsmöglichkeit vermeiden] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[R.Reduktion: Vollautomatisierte Abläufe mit geringer menschlicher Eingriffsmöglichkeit vermeiden]	-2	0	1	0	1
	-1	1	0	0	1
	0	1	1	0	2
	1	1	0	2	3
	2	0	1	2	3
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	8,889 <sup>a</sup>	8	,352
Likelihood-Quotient	11,367	8	,182
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 15 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.



**[Transparenz-Leistung: Abschwächung des Hypes zur Technologie/ u nrealistischen Erwartungen an die Technologie] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[Transparenz-Leistung: Abschwächung des Hypes zur Technologie/ unrealistischen Erwartungen an die Technologie]	-1	0	0	2	2
	0	2	0	0	2
	1	1	1	1	3
	2	0	2	1	3
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	10,000 <sup>a</sup>	6	,125
Likelihood-Quotient	11,367	6	,078
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 12 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,60.

**[Transparenz-Leistung: Abmilderung der Angst vor Jobverlust von JournalistInnen] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[Transparenz-Leistung: Abmilderung der Angst vor Jobverlust von JournalistInnen]	-2	0	0	1	1
	-1	1	0	0	1
	0	1	1	1	3
	1	1	0	0	1
	2	0	2	2	4
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	8,056 <sup>a</sup>	8	,428
Likelihood-Quotient	9,641	8	,291
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 15 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[Transparenz-Leistung: Verbesserung der Kontroll- und Verantwortungsmöglichkeit ] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[Transparenz-Leistung: Verbesserung der Kontroll- und Verantwortungsmöglichkeit ]	-1	0	0	1	1
	0	1	0	0	1
	1	0	1	0	1
	2	2	2	3	7
<b>Gesamt</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>10</b>

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	6,190 <sup>a</sup>	6	,402
Likelihood-Quotient	6,672	6	,352
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 12 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[M: N.N.: D. Informationsaneignung: redaktionell neue Perspektiven und Ideen ] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[M: N.N.: D. Informationsaneignung: redaktionell neue Perspektiven und Ideen ]	-1	1	0	0	1
	0	1	0	1	2
	1	0	1	2	3
	2	1	2	1	4
<b>Gesamt</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>10</b>

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	5,486 <sup>a</sup>	6	,483
Likelihood-Quotient	6,869	6	,333
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 12 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[M: N.N.: Feedback-Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/Vorlieben) den Content verbessern] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[M: N.N.: Feedback-Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/Vorlieben) den Content verbessern]	-1	2	0	1	3
	0	0	0	1	1
	1	0	1	2	3
	2	1	2	0	3
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	7,778 <sup>a</sup>	6	,255
Likelihood-Quotient	10,321	6	,112
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 12 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[R: N.N.:durch Feedback-Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/Vorlieben) zu geringerer sprachlicher Vielfalt führen] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[R: N.N.:durch Feedback-Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/Vorlieben) zu geringerer sprachlicher Vielfalt führen]	-1	2	1	0	3
	0	1	0	1	2
	1	0	1	1	2
	2	0	1	2	3
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	5,833 <sup>a</sup>	6	,442
Likelihood-Quotient	8,595	6	,198
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 12 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,60.

**[R: N.N.:Feedback-Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/Vorlieben) eine "massentaugliche" Meinung widerspiegeln] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[R: N.N.:Feedback-Cycles (Miteinbeziehung von Analysetools zum Leseverhalten/Vorlieben) eine "massentaugliche" Meinung widerspiegeln]	0	1	2	1	4
	1	2	1	1	4
	2	0	0	2	2
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,583 <sup>a</sup>	4	,333
Likelihood-Quotient	5,142	4	,273
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 9 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,60.

**[R: N.N.: Einflussfaktoren (Feedback Social Media, Blogs,bewusste Einflussnahme Dritter)- Fehlmeldungen und nicht absehbare Inhalte ] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[R: N.N.: Einflussfaktoren (Feedback Social Media, Blogs,bewusste Einflussnahme Dritter)- Fehlmeldungen und nicht absehbare Inhalte ]	0	1	1	2	4
	1	1	2	1	4
	2	1	0	1	2
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,875 <sup>a</sup>	4	,759
Likelihood-Quotient	2,370	4	,668
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 9 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,60.

**[.R: N.N.:Faktoren : Fehlende Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen: Fehlmeldungen oder nicht absehbare Inhalte ] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[.R: N.N.:Faktoren : Fehlende Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen: Fehlmeldungen oder nicht absehbare Inhalte ]	0	1	0	2	3
	1	2	1	0	3
	2	0	2	2	4
<b>Gesamt</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>10</b>

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	5,833 <sup>a</sup>	4	,212
Likelihood-Quotient	8,595	4	,072
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 9 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,90.

**[V.A.:Algorithmen zur Textproduktion und –Distribution als Tool ] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[V.A.:Algorithmen zur Textproduktion und –Distribution als Tool ]	0	0	1	0	1
	1	2	1	3	6
	2	1	1	1	3
<b>Gesamt</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>10</b>

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,917 <sup>a</sup>	4	,572
Likelihood-Quotient	3,049	4	,550
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 9 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[V.A.: Kompetitiveres Arbeitsumfeld da einfachere Tätigkeiten automatisiert werden] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[V.A.: Kompetitiveres Arbeitsumfeld da einfachere Tätigkeiten automatisiert werden]	-1	0	0	1	1
	0	2	0	2	4
	1	0	2	1	3
	2	1	1	0	2
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	6,944 <sup>a</sup>	6	,326
Likelihood-Quotient	9,641	6	,141
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 12 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[V.A.: Tätigkeit von JournalistInnen wird analytischer] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[V.A.: Tätigkeit von JournalistInnen wird analytischer]	-1	1	0	0	1
	0	0	1	2	3
	1	1	1	1	3
	2	1	1	1	3
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,889 <sup>a</sup>	6	,692
Likelihood-Quotient	4,776	6	,573
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 12 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[V.A.: (Textproduktion, Distribution, Datenverarbeitung, etc.) als Spezialisierung im Journalismus hinzu, (qualifiziertes Personal benötigt)] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[V.A.: (Textproduktion, Distribution, Datenverarbeitung, etc.) als Spezialisierung im Journalismus hinzu, (qualifiziertes Personal benötigt)]	0	0	1	0	1
	1	1	2	2	5
	2	2	0	2	4
<b>Gesamt</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>10</b>

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,500 <sup>a</sup>	4	,343
Likelihood-Quotient	5,684	4	,224
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 9 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[V.A.: Interdisziplinäre Schnittstellenpositionen: Bridge-Roles zwischen Technologie -Journalismus ] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[V.A.: Interdisziplinäre Schnittstellenpositionen: Bridge-Roles zwischen Technologie -Journalismus ]	0	1	1	0	2
	1	0	1	2	3
	2	2	1	2	5
<b>Gesamt</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>10</b>

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,111 <sup>a</sup>	4	,539
Likelihood-Quotient	4,637	4	,327
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 9 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,60.

**[S.:Journalistisches Können und Anwendungswissen der jeweiligen Software, um Gatekeeperfunktion und Qualitätssicherung durch den Menschen zu ermöglichen] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[S.:Journalistisches Können und Anwendungswissen der jeweiligen Software, um Gatekeeperfunktion und Qualitätssicherung durch den Menschen zu ermöglichen]	-1	1	1	0	2
	0	1	0	0	1
	1	0	1	1	2
	2	1	1	3	5
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	5,417 <sup>a</sup>	6	,492
Likelihood-Quotient	6,730	6	,347
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 12 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[S.:Interdisziplinäre Kommunikationsfähigkeit (Vokabular, gemeinsame „Sprache“)-Anforderungen über In- und Output zu verständigen] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[S.:Interdisziplinäre Kommunikationsfähigkeit (Vokabular, gemeinsame „Sprache“)-Anforderungen über In- und Output zu verständigen]	0	2	0	0	2
	1	0	0	2	2
	2	1	3	2	6
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	8,889 <sup>a</sup>	4	,064
Likelihood-Quotient	9,641	4	,047
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 9 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,60.



**[S.:Modellierung, Programmierung,Grundwissen in Computerlinguistik für spezialisierte Bereiche] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[S.:Modellierung, Programmierung, Grundwissen in Computerlinguistik für spezialisierte Bereiche]	-1	0	1	0	1
	0	1	1	1	3
	1	2	0	3	5
	2	0	1	0	1
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	6,889 <sup>a</sup>	6	,331
Likelihood-Quotient	8,456	6	,207
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 12 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

**[S.:Datenbewusstsein für die Nutzung von textgenerierenden Algorithmen] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[S.:Datenbewusstsein für die Nutzung von textgenerierenden Algorithmen]	1	2	2	2	6
	2	1	1	2	4
Gesamt		3	3	4	10

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	,278 <sup>a</sup>	2	,870
Likelihood-Quotient	,277	2	,871
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 6 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,20.

**[S.:Detailwissen zu Sachverhalten und nach wie vor journalistisches „Handwerk“] \* Beruf [Gruppe]**

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Beruf [Gruppe]			Gesamt
		C	E	J	
[S.:Detailwissen zu Sachverhalten und nach wie vor journalistisches „Handwerk“]	0	0	1	0	1
	1	1	1	1	3
	2	2	1	3	6
<b>Gesamt</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>10</b>

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,917 <sup>a</sup>	4	,572
Likelihood-Quotient	3,049	4	,550
Anzahl der gültigen Fälle	10		

a. 9 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

## Anhang A13. Transkribierte Interviews

### A13.1. J1

2

3 I: Ja (2) so ich stelle das da mal hin (2) beziehungsweise glaube, dass ist eh das  
4 Gescheiteste so (2) Ja? (2) Ja. ah .(.) Das Interview startet von meiner Warte, jetzt einfach  
5 mal nur kurz mit dem Thema? (.) Den algorithmischen Journalismus, wir haben vorher kurz  
6 darüber gesprochen ahm. es geht nicht darum, dass man bei einem Interview alle Fragen  
7 beantwortet (.) sondern eher, dass was du dazu sagen willst, deine Perspektiven, du kannst  
8 natürlich (.) deine Berufserfahrung, die du jetzt hast (.) ah auf jeden Fall einbringen und  
9 verknüpfen. Ja? (2) Gut. ah starten wir einfach mal so grundsätzlich ahm  
10 Roboterjournalismus? Diesen Begriff? Ja? Sagt dir was; #00:00:46-5#

11

12 J1: Ja aber jetzt auch nur so von ahm. Zeitungsartikeln oder eben ich habe schon ein  
13 bisschen ( ) studiert und da haben wir halt so eine Fach gehabt hat;  
14 Onlinejournalismus, und da war es ganz am Rande Thema aber (I: Hm) Jetzt mehr so okay  
15 gestern hat es den und den Bericht gegeben, hat ihn wer gelesen, was denkt ihr dazu. Also  
16 ohne, dass man da jetzt keine Ahnung, auf Verfahren näher eingeht oder auf ethische  
17 Fragen näher eingeht, das nur so eine, ihr wisst eh alle, dass es das gibt, und dann ( )  
18 hat gesagt, das wars eigentlich. #00:01:15-7#

19

20 I: Hm. (.) ahm. das Thema algorithmischer Journalismus, da haben wir eben auch ahm. (.)  
21 schon gesprochen? Ah jetzt wäre Frage, inwieweit du dich damit beschäftigt hast, bzw. mit  
22 einem artverwandten Thema. Ja.? Was sind Datenjournalismus, zb. #00:01:31-2#

23

24 J1: Also Datenjournalismus ahm. (.) aus journalistischer Perspektive, also theoretisch  
25 eigentlich weniger? Ah. Da hat es eben ein Projekt von der [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen  
26 A) gegeben, dass ich umgesetzt habe, gemeinsam mit meinem jetzigen Kollegen von [  
27 \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen B) und da haben wir halt einfach Daten von der [ \_\_\_\_\_ ]  
28 (statistischer Dienst) für Zählgebiete, dass sind die kleinsten ahm. organisatorischen  
29 Einheiten (I: Hm) J die es gibt in der Bevölkerungsstatistik hergenommen und geschaut wie  
30 verhält sich das entlang der U-Bahnlinien? Und wollen dann irgendwie die Soziografie der  
31 Stadt zeichnen (2) und das war eigentlich das erste Mal, dass ich Datenjournalismus  
32 gemacht habe, außerhalb der FH (.) und bei [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen B) eigentlich  
33 bei jedem Projekt. (.) Also wir haben eigentlich kein Projekt (.) wo man ohne Daten (.) oder  
34 wenigstens versucht Daten reinzubringen. #00:02:18-6#

35

36 I: Hm? (.) Wie schaut so deine= deine Arbeit im Datenjournalismus aus? Also was macht  
37 dieser Datenjournalismus für dich; was ist so dieser Kern? (3) #00:02:26-0#

38 J1: Eigentlich ist es bisschen eine soziologische Komponente, also man versucht halt  
39 irgendwie diese journalistische These, oder eine Frage die man hat (.) ahm. mit Daten zu  
40 beantworten? Oder auf Zusammenhänge draufzukommen, dass wenn man eine These hat,  
41 man sich denkt „Okay, das war ein großes [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) - Thema diese  
42 Glücksspielautomaten? (.) und es ist so eine landläufige Meinung, ja die stehe vor allem in  
43 ärmeren Gegenden? Und wir waren halt die ersten die das wirklich belegt haben indem wir  
44 (.) uns rausgesucht haben, wo sind die aufgestellt? Und das dann verglichen haben mit  
45 dem Durchschnittseinkommen von den Bezirk (.) Das klingt jetzt total banal, aber das ist  
46 eigentlich das mit= wie wir versuchen zu arbeiten, also es ist sehr wissenschaftlich (.)  
47 eigentlich von der Herangehensweise (3) #00:03:07-7#

48

49 I: Hm. Wie könnte man Datenjournalismus einen Laien erklären? #00:03:11-4#

50

51 J1: Hm. Gute Frage (lacht) ahm. (3) Ja eben, dass man sich (.) man arbeitet als Journalistin  
52 ja mit Thesen, also man (.) man kommt ja auf Geschichten bei denen man sich denkt, „okay  
53 warum ist es was so“ oder einen Schritt weiter, „okay es ist so, weil?“ (.) und diesen  
54 Zusammenhang, diese Hypothese muss man halt irgendwie bestätigen (.) entweder man  
55 redet mit Expertinnen oder mit Betroffenen (.) und am Besten man macht all die Sachen  
56 und zusätzlich dann (.) vielleicht auch dann eben eine Datenebene reinbringen. #00:03:45-  
57 0#

58

59 I: Hm? Wie ist diese Datenebene? Also ahm. gibt es eine spezielle Software, mir der du  
60 arbeitest? #00:03:50-5#

61 L

62 J1: Gar nicht, also wir arbeiten vor allem mit Excel? Ein Kollege von  
63 mir eben der [ \_\_\_\_\_ ] der ahm. kann auch [ \_\_\_\_\_ ] (Software) . Das kann ich nicht. Bis  
64 jetzt hat Excel eigentlich gereicht (.) also so Korrelationen müsste man dann halt mit SPSS  
65 oder mit „R“ machen. (.) aber im Alltag reichen eigentlich diese ( ) für uns. #00:04:09-  
66 7#

67

68 I: Hm? (3) ahm. wenn wir nochmal zurückgehen auf das Thema von diesen  
69 Roboterjournalismus oder algo=algorithmischen Journalismus? (.) ahm? Du hast gesagt, du  
70 hast darüber schon mal was gehört? ahm. (3) wo glaubst du würde (.) sich das in Zukunft  
71 hin entwickeln? (.) Also wäre so=so deine Idee. (In bezug auf automatisierte  
72 Textgenerierung)

73

74 J1: Hm?

75 I: Oder vielleicht sogar dein Wunsch. #00:04:34-1#

76

77 J1: Also so weit ich es mitgekriegt habe, vor allem, als Leserin denke ich, dass vor allem  
78 wahrscheinlich in größeren Redaktionen Anwendung finden wird? (.) ahm. dort wo man  
79 wirklich ahm. Druck hat Content regelmäßig wahrscheinlich täglich zu produzieren? Da  
80 denke ich, da kann das die RedakteurInnen entlasten? (3) Ahm. Ich hab es eh schon am  
81 Telefonat gesagt, ich denke nicht, dass es für kleine Organisationen wie uns (.) ahm. in  
82 irgendeiner Hinsicht einen Mehrwert schaffen würde (3) weil eben (.) für uns erwartet man  
83 LeserInnen, oder erwarten nicht, dass wir jeden Tag produzieren? Wenn wir aber ahm. was  
84 liefern dann wird irgendwie erwartet, dass es irgendwie etwas Besonderes ist, einen  
85 Mehrwert hat (3) und da denke ich, dass das so weit ich Roboterjournalismus verstanden  
86 haben, dass= dass nicht liefern kann. #00:05:19-6#

87

88 I: Hm? (3) Ahm. (.) Das kann (.) dieses Besonderer kann er nicht liefern. ( ) Ja? Ja?

89 #00:05:26-1#

90

L

91

J1: Denke ich, also ich tu

92 mir schwer weil ich eben keine k=konkreten Anwendungsbeispiele kenne. Ich denke er kann  
93 in der Arbeit unterstützend sein (.) eben, dass es so automatisierte Programme gibt? Die  
94 verwenden wir auch, so [ \_\_\_\_\_ ] (Software). Also wenn wir (.) das war auch bei dieser  
95 Glücksspielrecherche so (.) Da war die Frage „okay (.) wie=wo findet man raus wo alle  
96 Automaten stehen“ und die (lacht) Info, wie haben voll lange angefragt und haben aber  
97 immer keine Antwort gekriegt weil man uns das eigentlich nicht sagen wollte (.) aber die  
98 Info, die war eigentlich schon (.) ja lange im Internet (lacht) frei zugänglich für jeden,  
99 nämlich auf der Seite von der Wirtschaftskammer (.) #00:06:02-1#

100

L

101

I: Ah. Okay

102 #00:06:02-1#

103 J1: Da sind sind die gelistet, mit ahm. als Gewerbelizenzen sozusagen (.) und das sind  
104 keine Ahnung wenn man sich so durchblickt (.) 20 Seiten (lacht) und damit die das nicht  
105 alles abschreiben muss, gibt es so ein [ \_\_\_\_\_ ] Programm, dass ist auch selbstlernend, das  
106 zieht dir diese Daten runter und macht dann eine Excel draus. (.) Und das verwenden wir  
107 wirklich oft. #00:06:20-0#

108

109 I: Hm? Also das ist auch für nützlich? Also das bringt #00:06:23-6#

110 L

111 J1: Genau #00:06:24-5#

112 I: Und was ist, was ist so der Vorteil wenn du jetzt an [ \_\_\_\_\_ ] denkst? #00:06:28-1#

113

114 J1: Es ist einfach eine Zeitersparnis (.) Also es ist eigentlich eine ahm. stupide Arbeit (

115 ) einfach abzutippen (.) und ja (.) man= man schreckt nicht davor zurück so große

116 Datenmengen anzugehen, wenn man halt ein Programm hat, dass das verwaltet und ein

117 bisschen beim Auswerten hilft. (3) auch bei dem Programm muss am Ende wer drüber

118 schauen, weil es natürlich immer Formatierungsfehler gibt, oder Zeilenfehler und? (3)

119 #00:06:51-6#

120

121 I: Ah. Pflegt ihr diese, also bei dem [ \_\_\_\_\_ ] könnt ihr das auch ahm. selber pflegen, selber

122 adaptieren oder ist das? #00:07:00-3#

123

124 J1: Ja es ist so, es kommt am Ende so eine Exceltabelle raus? Es ist eher Programm, ich

125 weiß jetzt leider den Namen nicht, das kann ich dir auch noch schicken. Das ist ein open (.)

126 Lizenz und das generiert dir am Ende eine Exceltabelle? Und die Excel kannst du dann halt

127 umstellen. (.) Du kannst immer sagen, keine Ahnung, „bitte zieh die Zeile zu der Zeile, zu

128 der Zeile?“ und dann schickt er das für die nächste Zeile und macht es gleich. (.) Du kannst

129 immer sagen, „okay du hast einen Fehler gemacht (3) und dann schaut er sich es nochmal

130 an. (.) Also es ist sehr clever (lacht) #00:07:29-2#

131

132 I: Ja. Wie= Wie gehts dir mit= mit so einer Software, mit dem [ \_\_\_\_\_ ] ahm. Wie bist du,

133 also wie hat das funktioniert. Also hast du das gleich verwendet oder=oder hat dir das

134 jemand erklärt? #00:07:38-1#

135 L

136 J1: Also mir hat es, mir ist es öfter erklärt worden. Weil es ist eigentlich eh

137 benutzerInnenfreundlich, aber (.) beim ersten Mal denke ich, checkt man es nicht wie man

138 es machen muss oder wo der Fehler liegt. Das ist bei uns wirklich viel Wissen in der

139 Redaktion (.) und da dadurch, dass wirklich jede Geschichte bei [ \_\_\_\_\_ ] Teamarbeit ist, (.)

140 sind das die vollen Synergieeffekte. Also beim (.) es ist eh so, wenn ich jetzt etwas nicht

141 gleich allein zusammenbringe, dann (.) brauche ich nur in das Zimmer nebenan gehen und

142 sagen, „hey wie geht es nocheinmal“ (3) und das ist eigentlich bei jeder Recherche so.

143 #00:08:10-3#

144

145 I: Aber ahm. welche=welcher Wissen haben die Kollegen und KollegInnen, also wo du

146 einfach Fragen kannst? #00:08:17-0#

147

148 J1: Vor allem Erfahrung halt? #00:08:18-5#

149

150 I: Also Erfahrung. #00:08:18-9#

151

152 J1: Diese ganzen Programme habe ich eigentlich über [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) (.)

153 erst kennengelernt? Ahm. [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) hat ja diese

154 (Medienunternehmen) - Akademie? Wo sie sich eben auf Datenjournalismus (.)

155 konzentrieren (.) und da ist sehr viel Erfahrung da (3) und (.) sie selbst haben sich es echt

156 angeeignet eigentlich. #00:08:38-2#

157

158 I: ( ) okay. Das heißt es ist eigentlich ahm. (.) so learning by doing. so in der

159 Richtung #00:08:42-5#

160

161 J1: Genau. Natürlich schaut man dann auch immer, was=was machen andere Redaktionen?

162 Jetzt aber bei uns es meistens nicht Österreich sondern, man schaut dann halt „okay, was

163 mach ahm. (.) [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) oder was machen [ \_\_\_\_\_ ]

164 (Medienunternehmen) uns so, schaut was die für Programme verwenden? (.) Weil das

165 coole ist, dass im englischsprachigen Raum wird das sehr offen gelegt. #00:09:02-2#

166

167 I: Ja? Transparenz. #00:09:03-3#

168

169 J1: (lacht) genau. #00:09:06-7#

170

171 I: Ahm. Transparenz ist auch ein Thema. Vor allem auch im Datenjournalismus. #00:09:10-

172 3#

173

174 J1: Genau. #00:09:11-9#

175

176 I: Ja wir haben so ein bisschen über die Vorteile gesprochen, weil natürlich, also du arbeitest

177 eben mit diesen [ \_\_\_\_\_ ] (Software) Ahm. Was ich jetzt so rausgehört habe, für dich auch

178 ahm. Entlastung ist. #00:09:22-1#

179

180 J1: Genau. #00:09:22-1#

181

182 I: Ahm. Du sprichst auch von Zeitersparnis, also das hört sich an als wäre das sehr was

183 Angenehmes mit dem [ \_\_\_\_\_ ] (Software) zu arbeiten. #00:09:31-0#

184  
185 J1: Genau #00:09:31-0#  
186  
187 I: Ah wenn du jetzt ein bisschen (3) wenn wir jetzt ein bisschen weitergehen und überlegen  
188 (.) [ \_\_\_\_\_ ] (Software) wird sich auch weiterentwickeln, wird vielleicht mehrere Funktionen  
189 haben. Jetzt könnte, bzw. vielleicht verwendet ihr mal eine (.) Software die ein bisschen  
190 mehr kann? #00:09:45-8#  
191  
192 J1: hm (bejahend)  
193 #00:09:45-8#  
194  
195 I: Ahm. Wo glaubst du, könnte zb. was könnte bei [ \_\_\_\_\_ ] (Software) dazukommen in  
196 Zukunft. Oder was fehlt euch so ein bisschen, wo ihr sagt, das wäre super-praktisch (  
197 ) #00:09:54-9#  
198  
199 J1: Ja es gibt wahrscheinlich immer ein noch klügeres Programm, dass noch schneller  
200 lernt. (3) Ahm. (3) Ich denke ein Problem natürlich ist es, wenn es ganz automatisiert läuft,  
201 dass man sich halt von 100 Seiten (.) die Info (.) also schnell runter saugt. Dann kommen  
202 dann auch immer diese (.) Sind sie ein Roboter? #00:10:13-8#  
203  
204 I: hm (bejahend)  
205 #00:10:13-8#  
206  
207 J1: Oder Fragen. Also ich denke so als (.) Wenn ich jetzt die Wirtschaftskammer wäre (.)  
208 oder jemand der dort ein Gewerbe hat, dann wäre es mir vielleicht nicht recht, dass sich  
209 jemand in solchen Mengen so schnell runter saugen kann. (3) Weil es einfach eine Hürde  
210 ist, dass sich abzuschreiben. Also (.)  
211 #00:10:28-7#  
212  
213 I: hm (bejahend) Warum glaubst du? Ist das ( ) warum glaubst du würde das der  
214 Wirtschaftskammer nicht gefallen, wenn man das machen würden; #00:10:34-1#  
215  
216 J1: Das war jetzt nur ein Beispiel. Also okay. Ahm. (3) zum Beispiel i hab einmal angefragt  
217 bei ahm. allen Standorten von allen Ärzten? Und da ist es so, da gibt es die Ärztekammer (.)  
218 das kann man sich kaufen für keine Ahnung mehrere hundert Euro (3)  
219 #00:10:47-8#  
220



221 I: hm (fragend) (lacht)

222 #00:10:49-0#

223

224 J1: Wenn man es sich halt zusammensuchen kann (3) ist es was anderes. (3) Also ich

225 glaube einfach diese automatisierten Servicesachen, die (.) die man jetzt halt als Broschüre

226 kauft, die kann man sich wahrscheinlich selbst zusammenstellen. #00:11:00-3#

227

228 I: hm (bejahend)

229 #00:11:01-1#

230

231 J1: Problematisch wird es wenn man sich dann Adressen von privaten Personen auch so

232 beschaffen könnte. #00:11:08-1#

233

234 I: Okay. Aber da gibt es eine technologische Hürde, also- #00:11:10-7#

235

236 J1: Also ich hoffe (.) Also wir sind jetzt nicht so, dass wir (lacht) schauen wo=wo wohnt der

237 und der Politiker, weil das ist auch nicht von (.) ahm. Interesse? Ahm. Aber ich denke da

238 wird es dann problematisch, wenn es so Technologien gibt, mit denen man halt irgendwie so

239 (3) sozusagen so Spionagesachen machen kann. #00:11:30-0#

240

241 I: Okay? J2: Ja. #00:11:30-0#

242

243 I: Ahm. Ahm. (.) Spionage? Aber da kommt jetzt ein anderes Thema. Ahm. Investigativ?

244 Recherche? Also wenn wir da nochmal zurückkommen zu unserem Thema von diesem

245 ahm. [ \_\_\_\_\_ ] (Software)? Du sprichst eben von Vorteile, was für Nachteile habt ihr schon

246 mal ahm. Nachteile gehabt, durch das [ \_\_\_\_\_ ] (Software). Hat es schon etwas gegeben in

247 eurer Redaktion wo ihr gesagt habt „das ahm. ist es der Technologie geschuldet oder uns im

248 Umgang damit?“ Gab es da mal? #00:12:01-5#

249

250 J1: Also eigentlich wenn man dann sind das so Anwendungsfehler? Dass= dass sie schon

251 halt eine halbe Stunde probieren und denken „komisch warum spuckt er mir das nicht

252 gescheit aus?“ (3) Aber (.) meiner Erfahrung war es bis jetzt immer eine Erleichterung. (.)

253 Ich meine es ist jetzt nicht so, eh schon zentral, dass wir das haben, aber schlimmstenfalls

254 (.) würde es auch ohne gehen. (I: Hm) Also wir würden dann, wir sind halt so, dass wir uns

255 halt (.) wahrscheinlich 2 Stunden Zeit nehmen würden, das Abschreiben würden?

256 #00:12:28-1#

257

258 I: Okay. Ja. (3) Wer macht das, oder wer würde das machen, wenn= wenn? #00:12:28-1#  
259 #00:12:29-6#  
260  
261 J1: Das Abschreiben? I: Ja das Abschreiben. J1: (lacht) Wahrscheinlich die Praktikantin.  
262 #00:12:32-8#  
263  
264 I: (lacht)  
265 #00:12:32-8#  
266  
267 J1: (lacht) #00:12:32-8#  
268  
269 J1: Ja. Oder. (.) Ja. (.) Also wir haben eh (.) nicht sehr viele Praktikanten aber, sonst  
270 machen das die Redakteure also (.), dadurch, dass wir eben nicht so einen Druck haben  
271 und wirklich jede Woche was rausbringen müssen, gehört das halt dazu, dass man (3) für  
272 die Recherche viel Zeit und viel Nerven aufwendet. #00:12:51-3#  
273  
274 I: Du sprichst den=den das Thema (.) ahm. Arbeit. Druck. Ahm. Zeitersparnis. Ahm. Das  
275 sind alles Begriffe die sehr viel zu tun haben mit dieser Arbeitspraxis. (3) Ahm. Wir haben  
276 vorher schon ein bisschen darüber gesprochen was für Kenntnisse dazu beispielsweise in  
277 eurer (.) Redaktion vorhanden sind- sehr viel Erfahrungswissen. Ahm. Wenn wir wieder  
278 zurückgehen, zu diesen algorithmischen Journalismus, zu einer automatisierten  
279 Textgenerierung? Also wir stellen uns vor (.) das [ \_\_\_\_\_ ] (Software), würde [ \_\_\_\_\_ ]  
280 (Software) verwenden um dann den nächsten Algorithmus zu füttern, der einfach den Text  
281 erstellt. J1: hm (bejahend) I: Das wäre zum Beispiel ein denkbare, oder also mögliche  
282 Version oder- J1: Das stimmt ja. I: Mögliche Erweiterung. Ahm. (.) Wenn du dir deinen  
283 Arbeitsraum jetzt vorstellst, oder dich selbst als Journalistin oder als Person in einer  
284 journalistischen Tätigkeit. (.) Ahm. Erstmal wo siehst du deine Hauptaufgaben? Das kann  
285 also mit dem Unternehmen sehr viel zu tun haben oder auch mit dir selber? #00:13:54-7#  
286  
287 J1: Hm. Also du meinst beim=beim Prozess der Recherche, beim- #00:13:57-4#  
288  
289 I. Zum Beispiel. Also wenn du sagst, „okay mein=mein Hauptschwerpunkt ist Recherche und  
290 mir ist es wichtig, oder meine Aufgabe als Journalistin sehe ich darin, dass (.) ja.  
291 #00:14:05-6#  
292  
293 J1: Aber das ist wahrscheinlich bei [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) wieder in bisschen a-  
294 typisch weil wir halt so klein sind und dadurch macht man eigentlich jede jeder alles. Und (.)

295 ahm. (3) Es ist zwar schon so, dass ich und der [ \_\_\_\_\_ ] (Kollege) eben hauptsächlich für  
296 Daten zuständig bin, aber eigentlich können sie alle. Und ahm. (3) bei uns wird halt so nach,  
297 eigentlich nicht nach (.) ahm. (.) Funktion gearbeitet, sondern man hat gerade ein Thema  
298 (3) und zu dem arbeitet man. Und (.) wenn ich jetzt kein Thema „XY“ habe, dann mach ich  
299 eigentlich alles was zu dem Thema gehört, also dann (.) lese ich (.) Studien dazu (.) oder  
300 schaue ich, wo gibt es Daten, wo gibts die ExpertInnen, wo gibts Betroffene? (.) Also das ist  
301 das Gebiet nicht so eingeschränkt, weil wir eben thematisch arbeiten. #00:14:47-9#

302

303 I: Hm. (.) Gibt es etwas wo du sagst, „okay das ist etwas, das würde jetzt zb. nicht [ \_\_\_\_\_ ]  
304 (software) machen lassen, obwohl es könnte es wahrscheinlich jetzt, aber ich möchte es  
305 trotzdem selber machen. (.) Gab es da schon so etwas wo ( )

306 #00:15:00-3#

307

308 J1: (seufzt) Fällt mir jetzt nichts ein (.) weil es eben bei uns einfach nur dieses (.)  
309 Abschreiben ist. #00:15:08-8#

310

311 I: hm (bejahend) (3) jetzt wenn wir uns ahm. vorstellen ahm. (.) wie vorher erwähnt (.) wenn  
312 man sagt „okay, zum [ \_\_\_\_\_ ] (Software) käme jetzt zb. noch eine Contenterstellung dazu“.

313 J1: hm (bejahend) #00:15:19-0#

314

315 I: Ja. (3) Wo würdest du hier ahm. eine Grenze sehen oder wo sagst du, „okay (3) das  
316 würde ich vielleicht noch durchgehen lassen, aber das vielleicht nicht mehr“. #00:15:27-6#

317

318 J1: Also ich sage alles was mich als Journalistin unterstützt irgendwie ahm. (.) mir Wissen  
319 anzueignen (.) nehme ich sofort an, aber da wo ahm. zu dem Punkt kommt, dass ahm.  
320 irgendein Programm oder so (.) den Inhalt erstellt, also das Wissen nicht nur mir aneignen  
321 hilft, sondern dieses Wissen auch deutet und interpretiert- da sehe ich die totale Grenze. (3)  
322 Also das ist irgendwie so die=diese Verantwortung, die ich beim Journalist, bei der  
323 Journalistin sehe, dass man (.) man selek= man trifft die Entscheidung was man auswählt,  
324 man trifft die Entscheidung wie man es interpretiert, man trifft die Entscheidung wie man es  
325 aufbereitet- I: Hm. J1: Innerhalb dieses Prozesses kann man ja, also für die technische  
326 Unterstützung super; (lacht) sollte man auch keine Angst davor haben (.) aber eben die  
327 Entscheidung (.) einem Programm zu überlassen, sehe ich sehr kritisch. #00:16:15-5#

328

329 I: Hm. Das heißt du siehst diese Entscheidung- J1: Genau. I: Entscheidungsoption sehr  
330 sehr wichtig. J1: hm (bejahend) #00:16:19-7#

331

332 I: Ja? Also, dass JournalistInnen (.) ahm. wenn ich dich jetzt richtig verstehe (.) ahm.  
333 Journalistinnen auch diese Aufgabe haben zu entscheiden, was wie verwertet wird-  
334 #00:16:28-6#  
335 L  
336 J1: Genau. Weil bei [ \_\_\_\_\_ ] (Software) ist eh ja auch so,  
337 ich=ich finde schon alleine die Seite von der Wirtschaftskammer, also (.) denke mir ahm.  
338 super, dass ist drauf, dann schaue ich es mir durch und dann (.) hilft mir halt dieses [ \_\_\_\_\_  
339 ] (Software) -Programm nur dabei (.) Zeit zu sparen und runter zu saugen (.) Aber ich würde  
340 jetzt z.B. nie einem Programm sagen, "los suche für mich (.) wie finde ich denn das". Also  
341 Google ist eigentlich eh schon so ein Programm, aber (.) diese Entscheidung abzugeben  
342 ganz, (.) das ist denke ich ist sehr gefährlich. (lacht) #00:16:55-0#  
343  
344 I: Hm. Warum glaubst du, dass es gefährlich #00:16:56-0#  
345 L  
346 J1: (lacht) Also einerseits ganz selbst (.) eigennützig, das schafft dann sozusagen  
347 JournalistInnen ab? Und andererseits natürlich die demokratiepolitisch oder wenn man an  
348 die Öffentlichkeit denkt (.) ahm. man hat eh schon ein bisschen ein Problem mit Pluralismus  
349 im österreichischen Journalismus. Und wann das dann nur Maschinen machen (3) dann  
350 denke ich wird es nicht besser (lacht) #00:17:21-4#  
351  
352 I: Das heißt also von den Aufgaben, wie du sagst (3) der Faktor Mensch ist hier=ja ahm. ist  
353 ja Faktor Mensch im Journalismus ist ein Faktor im Schaffensprozess. J1: hm. I: Das heißt  
354 also diese Entscheidungen, diese (.) gesellschaftspolitische Aufgabe, dieses (.) Meinung =  
355 Meinungspluralismus zu unterstützen. Ahm. (.) Das heißt, das wäre für dich so die Grenze  
356 sozusagen. (.) Okay #00:17:50-8#  
357  
358 J2: Ja genau. Das ist ja beim = beim Datenjournalismus auch zentral (.) und ich glaube das  
359 wird immer ein bisschen missverstanden so wie man so denkt Datenjournalismus ist objektiv  
360 in der Hinsicht, dass da jetzt (.) keine Deutung oder so irgendwas passiert und es (.) stimmt  
361 halt überhaupt nicht (.) , weil wir= wir wählen aus was = was ziehen wir heran, wir wählen  
362 aus wir (.) wir interpretieren es, wir setzen es in Bezugsgrößen zu irgendwas anderen (.)  
363 und ich denke diese Entscheidung kann eine Maschine gar nicht treffen, oder kann sich  
364 vielleicht schon treffen, aber (.) du musst die dafür sorgen, dass wir diese Entscheidung  
365 nimmst du ihr eigentlich nicht ab, sondern programmierst sie da (.) I: Hm. J1: Dass sie dann  
366 diese Entscheidung einfach nur noch 100 mal hintereinander trifft. I: Hm. #00:18:28-6#  
367

368 I: (3) Ahm. Wenn du jetzt an die Zukunft denkst (.) Du hast jetzt gesagt, „okay, gut ahm. (.)  
369 ganz uneigennützig ahm. sagst du „ja natürlich, wenn=wenn jetzt Texte automatisch  
370 generiert werden, würde das auch JournalistInnen abschaffen in einer gewissen Art und  
371 Weise. (.) Ahm. (3) Wenn du jetzt denkst an diesen algorithmischen Journalismus? Ahm.  
372 was wäre jetzt trotzdem für dich ahm. etwas wo du sagt, „okay wenn er das könnte? (.)  
373 dann könnte er prinzipiell (.) ahm. journalistische tätig sein, aber (.) also was würdet du  
374 einem Softwareunternehmen (.) ahm. raten. Ja. #00:19:11-6#

375

376 J1: Okay. Ich denke er bräuchte ganz viel Wissen. Ahm. (3) Es ist halt schwer. Wie bringt  
377 man einer=einer Maschine so eine menschliche Erfahrungswerte bei? Also es wird= er  
378 müsste dann halt, keine Ahnung (.) 8 Jahre ins Gymnasium gehen oder (lacht) in irgendeine  
379 Schule gehen, danach vielleicht ahm. studieren? I: Hm. J1: je nachdem in welchen Bereich  
380 er dann eingesetzt wird? Und dann denke ich auch, er müsste halt (.) Zusammenhängen  
381 checken. Ich weiß nicht, wie sehr das geht, dass man sagt „okay, (.) du lebst jetzt als  
382 Computer (lacht) in der österreichischen Gesellschaft und weißt deswegen so (3) Was ist  
383 die Sozialpartnerschaft, warum ist Österreich so und so aufgebaut. Also sowas denke ich  
384 kann=kann eine Maschine nie leisten? #00:19:56-1#

385

386 I: Hm (3) Das heißt das wäre für dich so (.) die Grenze, das würde er nicht schaffen (.) das  
387 wird er in Naher Zukunft (.) nicht schaffen. #00:20:03-7#

388

L

389

J1:

390 Ja ich denke als JournalistIn halt ganz wichtig, dass man irgend=man ist halt irgendwie  
391 eingebettet in diese Gesellschaft. (.) Man hat dadurch sehr viel Wissen (.) dann kommt halt  
392 noch dazu, dass man dieses Wissen reflektieren kann? Und ich denke eben diese Reflexion  
393 (.) die kann nur (.) ein Programm wahrscheinlich nicht erbringen. #00:20:17-2#

394

395 I: (4) Ja. Ahm. Wir haben gerade vorher gesprochen. (.) Ich komme jetzt nochmal auf die  
396 Arbeitspraxis zurück. Ahm. Weil du das Thema angesprochen hast. (.) Gut bei der  
397 Recherche so=so einfachere Sachen wie vielleicht so (.) würden die Leute (.) im Praktikum  
398 eher so übernehmen? Wenn jetzt zb. das [ \_\_\_\_\_ ] (Software) jetzt nicht in Verwendung  
399 wäre. Wie siehst du auch diesen Berufseinstieg? Wenn wir jetzt nochmal so überlegen.  
400 Wenn jetzt Algorithmen quasi jetzt wirklich den Journalismus erobern würden. Ja. Wie würde  
401 sich so ein Berufseinstieg vielleicht gestalten oder wo siehst du irgendwie so ein Problem  
402 oder= oder Gefahren oder =oder #00:20:56-2#

403

404 J1: Ja ich denke, also so die Befürchtung ist, dass das dann halt (.) noch weniger bezahlte  
405 Stellen gibt, denke ich wenn man einfach zusammenkürzt? (3) Super wäre es natürlich  
406 wenn es sich so entwickelt, dass man sagt, „okay, all die nervigen Sachen, für die man jetzt  
407 PraktikantInnen 350 Euro im Monat zahlt fallen weg, und wir schaffen dann nur noch tolle  
408 qualifizierte Jobs.p I: Hm. J1: Also und da wäre Automatisierung eh (.) super wenn es so  
409 laufen würde, aber ich befürchte (.), dass es (.) wahrscheinlich nicht so verwendet wird.

410 #00:21:23-7#

411

412 I: Wie befürchtest du, dass es verwendet wird? #00:21:27-3#

413

414 J1: Eben, dass man dann Arbeitsplätze einspart (.) eben bei so bei, ich denke halt beim [  
415 \_\_\_\_\_] (Medienunternehmen) würde sich das, kann ich mir gut vorstellen, die sind (.)  
416 tages- die müssen tages- ahm. aktuell produzieren, die (.) versuchen viel Daten zu machen  
417 (.) das kostet natürlich sehr viel geht und wenn man da jetzt jemanden hat, der 3 Jahre  
418 Journalismus studiert hat oder eben so ein Programm (.) . Macht das schon einen  
419 Unterschied (.) von der Bezahlung (seufzt). #00:21:54-1#

420

421 I: Ahm. Wenn du jetzt so dran denkst (3) an die Möglichkeit, dass sich diese Algorithmen im  
422 Journalismus immer mehr festsetzen (.) glaubst du, dass sich auch die (3) dieser= dieser  
423 gesellschaftlicher Blick auf Journalismus auf ein bisschen ändern könnte. #00:22:14-5#

424

425 J1: Ja (3) auf alle Fälle? Ich denke, dass also es ist schon (.) dann die Legitimation  
426 wahrscheinlich (.) von Menschen als Journalisten (.) könnte mir schon vorstellen, dass man  
427 dann sagt, „okay, braucht man das überhaupt noch? Weil (.) jetzt (.) kann das ein  
428 Programm machen und (.) ahm. warum leisten wir uns das überhaupt noch, es ist ja  
429 generell so, dass man eigentlich nichts mehr zahlen will (.) für Journalismus (.) und ich  
430 denke, dass es im ersten Moment wahrscheinlich den Anschein, nach mehr Objektivität  
431 irgendwie mit sich bringt? (3) Wenn man sich denkt, „okay das ist ein Programm p, des  
432 wählt nach (.) objektiven Kriterien aus (.) und ahm. Journalisten sind ja, haben immer den  
433 Vorwurf, dass irgendwie eh (.) ihre ganze Ideologie reinpacken ( ) (lacht). Ich denke,  
434 dass das in wahrscheinlich (.) denke ich in der Öffentlichkeit, wird es zu aller mal erst so  
435 ankommen, dass man sich denk „okay (.) ahm. Programme sind vielleicht Hoffnung für die  
436 Objektivität im Journalismus, die können sich nicht verhaben, die duzen niemanden (lacht)  
437 ahm. Genau. aso. #00:23:13-9#

438

439 I: (3) Wenn du jetzt so ein bisschen in die Zukunft denkst, oder deine weiteren beruflichen  
440 Ziele, oder ich weißt nicht inwieweit du, du wirst im Journalismus bleiben wollen?

441 #00:23:24-6#

442

443 J1: Auf alle Fälle. Ja. #00:23:25-9#

444

445 I: Ahm. Wenn wir jetzt (.) davon ausgehen, ja? dass dieser Algorithmus oder dieser  
446 algorithmischer Journalismus sich stärker durchsetzt (3)? Was denkst du? Welcher Wissen,  
447 glaubst du müsstest du dir aneignen oder welcher Wissen wäre für dich irgendwie von  
448 Vorteil, wo denkst würdest dir einen Vorteil geben, gegenüber den anderen bringen.

449 #00:23:45-6#

450

451 J1: hm (bejahend) Also ich denke, wichtig wäre es mal zu wissen, was dieses Programm  
452 genau kann, und was es nicht kann (lacht). (3) Und (3) Also ich denke sowieso, dass= dass  
453 (3) dass man irgendwie (.) keine Angst haben soll vor so Technologien. Also, dass man sich  
454 nicht abschreckt? Also, wo ich angefangen habe, habe ich auch überhaupt keine Excel-  
455 Kenntnisse gehabt? (3) Und (.) das war glaube ich ein großes Glück für mich, dass ich mir  
456 da (.) nicht leicht getan haben, aber ich dachte mir, „okay ich schaue es mir mal an“. (3)  
457 Und (.) es geht dann ziemlich schnell, man lernt ziemlich schnell und dann ist es aber schon  
458 so eine Zusatzqualifikation (.) I: Hm? J1: Weil es wirklich nicht viele können, und das hat  
459 mich dann auch gewundert, nachdem man so ein halbes Jahr damit arbeitet und man sieht,  
460 „okay es ist ganz einfach“? (3) Ahm. Was noch wichtig ist, denke ich, also gerade der  
461 Datenjournalismus ist, dass man die Daten versteht (3) I: Hm. J1: Ahm. Ich habe davor  
462 Soziologie studiert, deswegen habe ich ein bisschen (.) hat man irgendwie einen leichteren  
463 Zugang, man weiß auch falsch laufen kann. Man schaut sich das ein bisschen kritischer an  
464 (3) Ich denke, dass ist so ein (.) Zusatzqualifikation (.) die man unbedingt mitbringen sollte.

465 #00:24:48-3#

466

467 I: Also das man generell einfach im journalistischen ahm. in der journalistischen Tätigkeit (.)  
468 Achso einfach Grundverständnis für Zusammenhänge hat? Ja? #00:24:57-0#

469

470 J1: Genau. Also ich denk gar nicht, dass man sich super spezialisieren muss (.) ich meine  
471 außer vielleicht in gewissen (.) ahm. [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) ist halt so eine  
472 Redaktion wo wir eigentlich alle Themen aufgreifen wollen? (.) Kann mir gut vorstellen, dass  
473 man so als Technikjournalist super (.) ahm. Sparte hat und, dass super funktioniert und  
474 auch wichtig ist dort, aber ich denke gerade für eine Redaktion, mit dem Anspruch, dass  
475 man irgendwie so (.) auf gesellschaftliche Missstände zielt (.) ist es wahrscheinlich wichtig

476 mehr so (.) ahm. Grundzusammenhänge zu verstehen und darauf reflektieren zu können.

477 #00:25:24-9#

478

479 I: Hm. (3) Ahm. (.) wenn du jetzt so deinen Arbeitsalltag anschaust oder so deine  
480 Arbeitsbereiche, in denen du tätig bist, ahm. (.) würde es etwas geben, (.) ahm. (.) wo du  
481 sagst (.) da könnte sogar irgendwie ein neuer Arbeitsbereich entstehen, wenn Technologien  
482 einfach stärker in =in der Redaktion verwendet werden. #00:25:49-8#

483

484 J1: (3) Ja was = was bei uns wahrscheinlich ein Thema ist, ist ahm. (.) eben so ahm. (.)  
485 Quellenmanagement (.) Also (.) wir haben einen riesen Schatz schon eigentlich an=an  
486 Wissen und an ExpertInnen und jeder hat so seine (.) seinen PC mit seinen Festplatten (.)  
487 und man weiß, dann aber eigentlich nicht, (.) obwohl wir nur sehr klein sind und obwohl wir  
488 uns eigentlich eh gut absprechen (.) Ahm. gehen voll viele Synergieeffekte verloren. Weil  
489 man hat einfach, weil ich denke mir es wäre super für jede Redaktion, irgendwie so eine Art  
490 ahm. (.) eben so eine Art ahm. (.) Manger zu haben, (.) wo man keine Ahnung Stichwort  
491 „XY“ eingibt, dann sieht man „ah okay, da hat die Kollegin von 2 ( ) mit dem und dem  
492 gesprochen, lese ihn mir durch (.) Kann mich erstens Kontakt zu Expertinnen, dann vielleicht  
493 Wissen drin, dann okay, damals hatten wir dort und dort Probleme“ also ich denke, dass  
494 wäre für [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) sehr (.) spannend sowas zu haben.

495

496 I: Hm? Also so in Kombination mit Technologie. J1: Genau. I: Also jemand der. J1: Also  
497 keine anonymes Programm dann ausschauen müsste? Also jemand der das halt wartet,  
498 oder (.) erstellt. #00:26:57-6#

499

500 I: Okay, das heißt jemand der sich redaktionell drum kümmern, das auch pflegt? #00:27:01-  
501 5#

502

503 J1: Genau. Also ich denke jetzt (.) von den Ressourcen (.) ja würden wir es uns  
504 wahrscheinlich derweil nicht leisten, aber ich denke es wäre (.) wahrscheinlich für größere  
505 ahm. (.) Redaktion? (.) auf alle Fälle was. #00:27:13-5#

506

507 I: Hm. (4) Hm. (6) Gibt es (.) etwas ahm. wo du sagst (.) das möchtest du noch anbringen  
508 oder, dass ist für dich jetzt in diesen Fragestellungen nicht vorgekommen (.) also was du so  
509 zum Abschluss noch (.)

510 #00:27:37-6#

511



512 J1: Also vielleicht (.) nochmal weil ich mir früher gerade überlegt habe, ahm. dass es eben  
513 so vermeintlich objektiv ist, (.) was so eine Maschine produziert, (.) ja vielleicht nochmal  
514 das, dass man (.) wahrscheinlich auch als Journalist am Besten darauf aufmerksam macht,  
515 dass es ja eigentlich nur die (.) menschlichen Neigungen von einem Programmierer  
516 widerspiegelt. Das ist ja dann (.) ja und wahrscheinlich nicht offen legt (2) #00:28:04-2#  
517

518 I: Hm: #00:28:04-2#

519

520 J1: Ich weiß nicht, wie das geplant ist bei der [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) steht dann  
521 dabei, das wurde publiziert von (.) XY? Nein? (lacht) #00:28:13-0#

522 I: (lacht) (gibt keine Antwort auf die Frage). Finden wir alles noch raus im Rahmen der  
523 zweiten Welle (lacht). (.) Vielleicht kommt es raus, vielleicht kommt es nicht raus. Ja. (J1: Ja)

524 I: Also Transparenz ist es #00:28:24-9#

525

L

526

J1: Ja und (.) und

527 denke auch, dass es sich halt, es fängt halt so an bei so Servicesachen wie (.) man greift  
528 zu auf irgendeine, keine Ahnung, öffentliche WCs und dann stellt er eine Karte zusammen  
529 (.) das denke ich ja (.) relativ unproblematisch noch? Aber (.) ich denke (.) dadurch wird  
530 eine Tür geöffnet, dass man es auf immer mehr (.) Bereiche umlegt und (.) I: Hm. J1: Dass  
531 (.)

532 #00:28:51-0#

533

534 I: Du meinst, dass dann immer mehr Bereich übernommen werden? #00:28:51-0#

535

536 J1: Genau. Genau ich habe gelesen, dass beim ( ) [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen)  
537 beim Sport oder so testen will. (3) #00:28:57-3#

538 Genau. Also ich denke es ist ja testen trifft ganz gut (.) ich denke sie würde es dann noch  
539 auszubauen versuchen (.)

540 #00:29:02-7#

541

542 I: Hm? (3) Das ist halt die Frage wo man die Grenzen setzt. #00:29:06-9#

543

544 J1: Genau. Also ich (.) selbst keine Ahnung (.) tue ich mir schwer, aber (.) ich denk ein  
545 Sport muss jetzt nicht unpolitisch sein und nicht unreflektiert (.) und (.) ich denke es geht da  
546 voll viel verloren wenn, du diesen Datensatz einspeist und (.) steht 14 Null (.) ahm.  
547 Mannschaft X gegen Y (.) ahm. dann kann er daraus ja einen Artikel machen, aber wenn es  
548 davor einen Dopingskandal gegeben hat (.) oder irgendwas, was die LeserIn dazu noch

549 wissen sollte (.) wird er nicht von selbst auf diese Info zugreifen können (3) Also so  
550 Kontextwissen, denke ist dann auch so schwer dann herzustellen. #00:29:40-0#  
551  
552 I: Also das könnte so quasi auch ein Problem sein. #00:29:45-0#  
553  
554 J1: Denk ich. Ja also kriegst du immer nur einen Ausschnitt (.) und (.) #00:29:50-0#  
555  
556 I. Aber der (.) ist ja die Frage (.) dieses journalistische Selbstverständnis, wenn wir wieder  
557 so auf die Frage zurückgehen, was sind die Hauptaufgaben des Journalismus oder  
558 was=was bedeutet (.) Journalismus für dich selber. Ja. #00:30:05-3#  
559  
560 J1: Ja eigentlich ganz banal nämlich Wissen zu vermitteln (.) und (.) irgendwie eine  
561 Grundlage zur Meinungsbildung zu bieten (3) so banal. (lacht)

## A13.2. J2

2 I: Und würde eigentlich gleich a anknüpfen (.) an die Thematik, ahm. weil du eben vorher  
3 schon (.) wir haben jetzt eben schon kurz ein bisschen gestartet; über das Thema eben (.)  
4 mit Datenjournalismus. #00:00:13-6#

5

6 J2: Hm. #00:00:14-1#

7

8 I: Ahm. (.) Das heißt du hast jetzt schon mal grundsätzlich mit Datenjournalismus  
9 beschäftigt unter diesem Mantel der Roboterjournalistik, quasi. #00:00:23-8#

10

11 J2: Ja. Als= Ja. Gar nicht so sehr Roboter sondern als Thema Datenjournalismus (.) und  
12 wie setzen das Redaktionen (.) schon um (.) vor allem im deutschsprachigen Raum (.) weil  
13 ich eben gemerkt habe ahm. bei mir bei der [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) wir sind eher  
14 eine kleine Redaktion, es ist schwierig (.) ahm. die Skills das zu haben und es wird immer  
15 gesagt, wir sind so klein wir haben nicht genügend Ressourcen; (.) wir haben niemanden  
16 der das kann und (.) dann wird es sich ein bisschen darauf ausgerichtet, habe ich das Gefühl,  
17 oder es ist fast so wie eine Ausrede (.) und deswegen wollte ich mir anschauen ob es nicht  
18 vielleicht doch ahm. kleine Redaktionen gibt die= (I:hm) Die in diesem Bereich aktiv sind  
19 und was die machen und was auch mit kleinen oder wenigen Ressourcen (.) möglich ist?  
20 Und. Ja. Und habe dann eben mit (.) ungefähr 10 verschiedenen Redaktionen (.) oder  
21 Kontakten ahm. gesprochen und = und das dann auch quasi in die [ \_\_\_\_\_ ]  
22 (Medienunternehmen) ahm. als=als (.) ahm. Botschaft überbracht oder so aber, es ist =es  
23 ist wirklich schwierig, dass dann auch umzusetzen (.) weil wir haben eine Programmiererin  
24 gehabt (.) (I:hm) Die hat ahm. eher so Scrollstories umgesetzt und programmiert (.) aber  
25 die hat gekündigt und wird nicht nachbesetzt. #00:01:39-7#

26

27 I: Ahm. welche Story hat sie #00:01:40-7#

28

L

29

J2: Scrollstories. Also Scrollstories sind so (.) I: Scrollstories.

30 J2: Ja also diese Lang = Langformen (.) wo man (.) halt viel scrollt (lacht). Und so. I: Ja.

31 Long = Langtale oder Langform. J2: Genau Langform (.) und das soll ja immer grafisch

32 irgendwie sehr schön aufbereitet sein und das kann von RedakteurInnen (.) so in der Form  
33 niemand aber wir schauen uns halt jetzt Tools an womit wir das auch selber machen

34 können, weil es eben weg ist; (I:hm) Ahm. (.) Und so ein bisschen im Kleinen probieren ich

35 es jetzt natürlich schon, also so mit [ \_\_\_\_\_ ] (Software, Datenverwaltung) und so, und es =

36 es ist auch übertrieben zu sagen, dass wir gar nichts gemacht haben in den Bereich. Also

37 eine (.) große Geschichte habe ich vor Jahren schon mal gemacht zum Datenjournalismus=  
38 also im Bereich Datenjournalismus (.) ahm. (.) ganz kurz erklärt, ahm. Drittmittel wie die  
39 von US-Militär finanziert werden. Drittmittelprojekte in Österreich. (I:hm) Und die  
40 Datenbanken in Amerika sind halt sehr offen; wie sie ihre Gelder ausgeben. Das ist heißt ich  
41 konnte da einfach zugreifen ahm. das war mit Hilfe von (.) wie jemanden von [ \_\_\_\_\_ ]  
42 (Medienunternehmen) der das eben schon für Deutschland ausgehoben habt und mir dann  
43 nochmal gesagt hat, wie (.) ich das sehr einfach jetzt für Österreich machen könnte und das  
44 haben wir halt dann gemeinsam geschrieben diese Geschichte und (.) haben halt dann  
45 gesehen ja (.) Projekte= Forschungsprojekte an österreichischen Unis werden (.) von ahm.  
46 (.) von ahm. dem US-Militär mitfinanziert und (.), dass war schon ein riesen Thema und hat  
47 auch irgendwie ziemlich Impact gehabt. (I:hm) Also ich muss sagen, dass war eigentlich der  
48 größte Impact, den ich in den 7 Jahren (.) bei der [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) gehabt  
49 habe, weil da war dann eine parlamentarische Debatte? Die die [ \_\_\_\_\_ ] (politische  
50 Partei)eingebracht haben, zum mehr Transparenz von Drittmitteln. (I:hm) Ahm. Amnesty  
51 International= a ahm. Transparency International hat sich gemeldet bei mir. So da hat sich  
52 ein bisschen was getan und das ist natürlich sehr befriedigend als Journalistin und (.) ahm.  
53 und damals habe ich über Alles, also wirklich sehr (.) manuell alles mit Excel irgendwie  
54 zusammengerechnet und so und das hat wochenlang gedauert. Und das wäre jetzt viel  
55 einfacher mit, mit Tools; oder mit ja. #00:03:50-0#

56

57 I: Also zb. mit [ \_\_\_\_\_ ] (Software, Datenverarbeitung) zb. oder [ \_\_\_\_\_ ] (Software,  
58 Datenverarbeitung) gibts ja auch noch? #00:03:53-2#

59

L

60 J2: Ja p, oder [ \_\_\_\_\_ ] (Software, Datenverarbeitung)

61 ich bin mir sicher, da gibt es automatisierte Möglichkeiten, weil ich habe alles Copy-Paste-  
62 mäßig in ein Excel kopiert und dann zusammengerechnet und (.) so. #00:04:05-6#

63

64 I: Das ist halt so noch dieser klassischer Datenjournalismus, ich sage jetzt schon klassischer  
65 (lacht) unter Anführungszeichen. #00:04:10-1#

66

L

67 J2: (lacht) hm (bejahend). #00:04:10-7#

68

69 I: Also wir sind schon so weit, da fallen halt immer (.) Wörter Excel (.) einpflegen (.) ahm. (.)  
70 das heißt das ist ist die Warte mit der du jetzt auch schon mal gearbeitet hast? J2: hm  
71 (bejahend). I: Ahm. Wo ich gerne gleich einhaken würde (.) ist (.) diese Geschichte über  
72 diese Drittmittelprojekte? Aso das heißt, da gehts eher= gings darum, dass das, dass die

73 Software die Daten recherchiert hat eigenständig oder wie kann ich mir das vorstellen?

74 #00:04:39-0#

75 J2: Naja ich hab nicht wirklich mit einer Software gearbeitet. Ich hab nur (.) ganz normal  
76 recherchiert auf, in=in diesen Datenbanken öff= also. (I:hm) Diese Datenbanken in Amerika  
77 ahm. (.) öffentliche, wie öffentliche Gelder vom Militär (.) ahm. ausgegeben werden und in  
78 welche Projekte die geflossen sind. I: Okay. J2: Und da hat ma halt gesehen, welche Unis in  
79 Österreich wieviel Geld für welches Projekt bekommen haben. I: Hm? J2: Das konnte man  
80 immer ausheben, irgendwelche Dokument oder so. #00:05:10-4#

81

82 I: Aber das heißt du warst als Mensch noch aktiv dabei im Entscheidungsprozess.

83 #00:05:15-4#

84

85 J2: Ja total. Also es gab eigentlich (.) kaum keine Maschine, außer diesen Datenbanken (.)  
86 also. (I:hm) Ich habe das dann wirklich alles (.) wie gesagt manuell in Excel eingepflügt  
87 (eingepflegt). #00:05:26-8#

88

89 I: Wenn du jetzt, wenn wir diese Geschichte weiterspinnen über diese Drittmittelprojekte,  
90 ahm. wir haben vorher darüber geredet „okay es gibt ja schon eher automatisiertere  
91 Versionen des Ganzen, also von=von Datenmanagement oder wie auch immer Datamining,  
92 wie man es auch immer nennt? Die (.) Daten, die Recherche betreiben, die Daten  
93 sammeln? Wie würdest du das in diesem Kontext bewerten? (.) Beispielsweise jetzt diesem  
94 Beispiel in den USA mit dem Drittmittelprojekten. #00:05:57-2#

95

96 J2: (3) Hm. Ja es ist ein bisschen schwierig. Weil ich hab dann (.) also das ist jetzt auch  
97 schon einige Zeit, liegt das zurück ich =ich tue mir ein bisschen schwer, diese Geschichte  
98 jetzt neu (.) neu (.) durchzudenken, wie man die anders angehen kann. Aber vielleicht ein  
99 anderes Beispiel, weil ich bin zurück gekommen aus Oxford und wollte dann (.) zum Thema  
100 (.) Bildungskarenz (.) oder (.) ahm. ich habe dann versucht Geschichten zu finden anhand  
101 von Daten. I: Hm? J2: Und irgendwie tue ich mir da als Journalistin ein bisschen schwer. (.)  
102 Weil es gibt halt eben diese zwei Zugänge. Entweder zuerst ist eine Geschichte da oder  
103 zuerst sind die Daten da? Und (.) ich tue mir ein bisschen schwer in den Daten eine  
104 Geschichte zu lesen, quasi, oder zu sehen. I: Hm. Und warum? #00:06:43-0#

105

106 J2: (5) Naja (.) hm. (3) ja auch da war ein = ein ( ) ich hatte halt eine Grundthese  
107 gehabt. Die Grundthese bei der Bildungskarenz, war das betrifft eh (.) oder es nutzen eh  
108 eher Leute, die schon eine sehr gute Bildung haben. (I:hm) Und (.) dann wollte ich das  
109 anhand den Zahlen bestätigen; und (seufzt) (.) das (.) das wäre glaube ich schon

110 gegangen, aber es (.) es war wirklich (seufzt) alles ein bisschen schwierig. (lacht)  
111 #00:07:20-4#  
112 I: (lacht)  
113 #00:07:21-8#  
114  
115 J2: Wie war das genau. (.) Aja genau und dann ahm. (.) es gibt von AMS auch so  
116 Datenbanken (.) (I:hm) Da wollte sie mich aber nicht reinlassen (.) auch also es war, da  
117 muss man irgendwie irrsinnig viel dafür zahlen? (I:hm) Und dann, dann ist das so ein  
118 bisschen im Sand verlaufen. Muss ich auch ehrlich zugeben? Und ich habe mich dann  
119 (lacht) halt wirklich, es ist (.) ist schon so, also es gibt so viele (.) Geschichten und=und  
120 Themen die man angehen kann und dann macht man halt doch was, was =was nicht so  
121 zeitintensiv ist und sobald man eh nicht alles machen kann ( ) und (.) ahm. es ist jetzt  
122 noch nicht ganz (.) also ich habe es jetzt nicht ad-acta gelegt oder so, sonder gedacht,  
123 „okay das mache ich, wenn ich mal (.) dazukomme“. Also ich hoffe, dass (.) das versendet  
124 nicht total, aber (3) Ja. (.) Hm. Ich weiß nicht ob ich (lacht) wirklich einen schlüssigen  
125 Punkte gemacht habe. I: (lacht) J2: Ahm. (3) Ja es wäre glaube ich hilfreich (.) hm. Tools zu  
126 haben die Daten erheben, die einen schon irgendwie (.) was zeigen oder eine Aussage  
127 haben. (.) Also nur Zahlen sind ein bisschen schwierig. Ich hab dann auch versucht (.) was  
128 zu psychischen Erkrankungen zu machen (.) Ahm. (.) Ja ob die wirklich angestiegen sind,  
129 und so und das ist halt auch (.) also ist auch schwer zu vergleichen, weil gerade bei dem  
130 Bereich ist es wieder so, (.) dass =dass halt (.) gesagt wird, ja vielleicht ist es jetzt nur so,  
131 dass man viel mehr meldet oder. (I:hm) Da mehr Awareness hat da in den Bereich (3). Ja.  
132 also es ist=sind keine einfachen Themen also. (I:hm) Die Bildungskarenz wäre  
133 wahrscheinlich noch einfacher. Ja. (.) Das kann ich (.) wahrscheinlich schon machen, aber  
134 eben der Zugang zu Daten ist glaube ich auch ist ein großes Thema in Österreich. (I:hm) (3)  
135 Es ist auch bei meiner Arbeit rausgekommen, in Deutschland ist es auch noch sehr wenig  
136 bekannt und (.) man muss dann wirklich immer so ein bisschen Lobbying betreiben  
137 oder=oder gerade die (.) ahm. ahm. wie soll ich sagen Magistrate oder stellen auch (.) nicht  
138 erziehen aber irgendwie aufklären was was eigentlich die (.) Pflichten auch sind. Das sie  
139 das eh schon weitergeben müssen auch. #00:09:42-9#  
140  
141 I: Hm. (3) Also das ist jetzt so die= die eine, also du sprichst da schon ein ganz ein wichtiges  
142 Thema an, auch in diesem Kontext und das ist die Datenverfügbarkeit? J2: hm (bejahend) I:  
143 Ahm. das ist insofern wichtig, weil ja die automatisierte Textgenerierung ja damit arbeitet.  
144 Also die braucht ja (.) strukturierte Daten und die müssen von irgendwo herkommen. (.)  
145 Jetzt hast du ja schon als Journalistin erlebt, dass es = dass Daten in manchen Fällen sehr  
146 schwer zu kriegen sind und mit vielen Kosten verbunden sind. J2: hm (bejahend) I: Also wie

147 beim AMS zb. J2: hm (bejahend). I: Ahm. Könntest du dir vorstellen in Zukunft mit so einer  
148 automatisierten ahm. automatisierten Textgenerierung zu nutzen, wenn du Daten verfügbar  
149 hast? #00:10:21-3#  
150  
151 J2: Also, dass automatisch Text aus diesen Daten generiert wird? (I: hm (bejahend)) (3) Hm.  
152 (.) Naja. Ich stelle es mir ein bisschen schwierig vor weil, (.) die Daten in Kontext setzen ist  
153 schon noch die Aufgabe der Journalisten und (3) ahm. (3) Ja und die zu interpretieren? (3)  
154 und (.) also ich würde mich ungern auf Maschinen verlassen. Also. #00:10:51-3#  
155  
156 I: Hm. Warum? #00:10:51-3#  
157  
158 J2: Ahm. (3) Na ich glaube schon, dass es eine große Hilfe sein kann, also was ich= wovon  
159 ich ja immer schon träume, dass zumindest ahm. Text transkribiert wird (lacht) #00:11:03-  
160 3#  
161  
162 I: hm (bejahend) (lacht) ohh von dem träume ich auch manchmal (lacht) #00:11:06-4#  
163  
164 J2: (lacht) Weil ja das ist wirklich das Schlimmste; Interviews abtippen und das müsste sehr  
165 einfach möglich sein inzwischen, glaub ich? Ist es auch, ich hab es teilweise schon probiert,  
166 ( ) Tools ahm. (.) aber auch da muss man halt nachprüfen ob das eh so stimmt. Weil  
167 ahm. (3) Ja. Fehler passieren immer. (I:hm) Und ich glaube (3) man muss sich schon  
168 vergewissern, dass die Maschinen gut arbeiten und dann ja, aber gerade ahm. wie es eben  
169 schon in Anwendung ist im Sport bei Sportergebnissen und so, da kann ich mir es schon  
170 vorstellen (*automatisierte Textgenerierung*). (.) wo es wirklich nur um (.) fachliche (.)  
171 Informationen geht, aber oft, also gerade (.) wenn es um Politik geht oder so, da ist ja  
172 gerade der Kontext immer wichtig. Also vielleicht bei der Wahlberichterstattung. (I:hm) Also  
173 da eine Auswertung von Wahlergebnissen ( ) wenn es nur um Zahlen geht, kann ich  
174 mir es eigentlich schon vorstellen, ja. (.) Aber eben das im Kontext setzen ( ) .  
175 #00:12:11-8#  
176  
177 I: Okay. Du siehst diesen = diesen Punkt in Kontext setzen (.) in den Zusammenhang mit  
178 der Technologie also (3) kritischer vielleicht auch? oder so oder=oder (3) ist, dass du sagst  
179 „okay das ist wahrscheinlich eh nicht möglich, oder. #00:12:28-4#  
180  
181 J2: Ahm. (.) Naja ich glaube schon, dass das Möglich wäre, dass das eben wenn (.)  
182 Maschinen auch was interpretieren anhand von Erfahrungswerten oder so ahm. aber (3) Ja.  
183 Hm. (.) Aber ich glaube, dass das es auch eine wichtige Aufgabe halt ist für die (.) Leser zu

184 wissen, da sind Menschen dahinter. (I:hm) Und das merkt man jetzt schon stark, dass  
185 irgendwie gerade das Vertrauen verloren geht wenn, wenn sie sich denken, dass sind jetzt  
186 weit entfernten Menschen und=und sobald, ich hab das halt schon öfters gehört zumindest,  
187 sobald man weiß „ ah diese Person ist Journalistin (.) oder= oder, dass man da einen  
188 Bezug dazu hat, dann ist das Vertrauen auch größer. #00:13:13-0#  
189  
190 I: Hm. (3) Und du denkst, wenn es beispielsweise von (.) Roboter oder einem Algorithmus  
191 produziert werden würde, würde das ein Problem darstellen oder ist das nicht so  
192 vertrauenswürdig oder? #00:13:25-8#  
193  
194 J2: Ich glaube schon, dass sich die = der Großteil der Bevölkerung sehr lang schwer tun  
195 würde oder so, Maschinen vertrauen (.) , dass sie ihnen wahre Nachrichten vermittelt und. I:  
196 hm? #00:13:39-6#  
197 I: Wahre = wahre Nachrichten? #00:13:40-4#  
198  
199 J2: Ja oder = oder Nachrichten (lacht). I: Wahrhaftige Nachrichten. J2: hm (bejahend)  
200 #00:13:43-0#  
201  
202 I: Ahm. (3) Ich meine du bist selbst Journalistin; du (.) ahm. führst deinen Tätigkeit ja auch  
203 ja aus; Ja. Ahm. bei dieser (.) bei Technologie geht es ja auch immer wieder um die Frage  
204 „wo ist der Mensch ersetzbar, wo ist er nicht ersetzbar“. J2: hm (bejahend) I: Ahm. was ist  
205 so für dich der Bereich, wo du sagst (.) das ist etwas, dass muss in meiner Hand als  
206 Journalistin bleiben. (.) Das kann ich nicht einer Technik auslagern. #00:14:13-0#  
207  
208 J2: (2) Hm. (3)  
209 #00:14:17-7#  
210  
211 I: Also wenn wir die automatisierte Textgenerierung sich anschauen, z.B. #00:14:19-6#  
212  
213 J2: Ja. (3) Naja ich kann mir schon vorstellen, dass man irgendwann die, (.) den Text auch  
214 spricht und die Maschine das erfasst. I: Hm? #00:14:28-5#  
215  
216 J2: Das (.) ist jetzt (.) ja aber= aber (.) lesen und schreiben wird man immer können  
217 müssen, weil (lacht) I: (lacht) J2: Weil, ahm. auch wenn ich das eingebrochen habe, will ich  
218 das irgendwie nachher lesen und (.) prüfen ob es so stimmt und gerade ja die ganze, also  
219 Journalismus teilt sich ja schon noch, zumindest ein bisschen in Meinung und (.) objektive  
220 Berichterstattung gibts so auch nicht, aber= aber es gibt schon eher die Meldungen, wo



221 wirklich ahm. (.) einfach nur gesagt wird was (.) die Facts sind und dann die  
222 Meinungselemente und Meinungselement die und ganz stark (.) nicht ersetzbar von diesen  
223 Maschinen. #00:15:16-1#

224

225 I: Also menschlich geprägt. J2: Ja menschlich geprägt. I: Würdest du sagen, dass ist etwas  
226 das sollte so bleiben? Auch also, es könnte ja sein, dass wir in Zukunft (.) das auch möglich  
227 wäre, von beispielsweise, dass es eine (.) neuronales Netzwerk gibt, dass das übernimmt  
228 (3) Was würdest du dazu sagen (lacht)

229 #00:15:30-3#

230

231 J2: (lacht) Ahm. Hm (3) Ich kann mir das irgendwie nicht vorstellen, weil (.) puh (.) Auf was  
232 für eine Meinung basiert das dann, also wenn es dann, dass wiedergibt, was derzeit die  
233 Medienlandschaft ist, dann macht es mir eher Angst weil (lacht) ahm. so viel Boulevard wie  
234 in Österreich ahm. und so viel ahm. ja (3) auch eher populistische Berichterstattung und zu  
235 dem Bereich, was wird da reproduziert, frage ich mich oder was oder welche Richtung geht  
236 das, also es ist, es fällt mir ein bisschen schwer, das einschätzen. (.) Ahm. (3) Hm.

237 #00:16:22-8#

238

239 I: Naja wenn du es ahm. jetzt so ein bisschen in den Kontext ahm. stellst, ahm. was du  
240 empfindest was deine Hauptaufgaben als Journalistin sind und was dein Anspruch ist an  
241 dich selber, so im Vergleich dazu was ist wenn= wenn etwas das in Zukunft das auch  
242 könnte. Ja. (.) Eine Technologie beispielsweise (3) eine Meinung von sich formulieren  
243 könnte. #00:16:40-3#

244

245 J2: (5) Hm. (.) Naja es wäre schon interessant zu sehen was dann rauskommt, aber (.) ich  
246 glaube es wäre halt schon immer wichtig, dass ein Mensch diese Gatekeeperfunktion hat (.)  
247 und bevor das halt rausgeht, dass da (3) aber ich mein vielleicht kommt man da so auf neue  
248 Ideen oder neue Zusammenhänge kann gut sein, oder neue Blickwinkel. Ahm. (.) ja also  
249 gerade. (.) ich=ich sehe das eigentlich sehr kritisch, diese objektive oder neutrale  
250 Berichterstattung. Die gibt es ahm. (.) de facto nicht und, dass ich glaube es kommt (.) geht  
251 eh immer mehr in dieser Richtung, dass die Forschung und=und die Journalisten selber,  
252 sehen ahm. (3) Es nur immer wichtig, glaube ich, dass es ausgewiesen ist, so (.) hm.  
253 ausgewiesen, also (.) (seufzt) schwierig. Ahm. (.) also z.B., dass ein=ein Meinungselement  
254 halt als sowas gekennzeichnet ist, obwohl auch bei einem Interview p, allein die Auswahl  
255 dieser Person (.) (I:hm) Ist ja schon (.) eine (.) Meinung quasi, die man hat oder. I: Hm.

256 #00:17:57-2#

257

258 J2: Ja. (3) Hm. (.) Ich verlaufe mich ein bisschen. Über was haben wir jetzt gesprochen,  
259 über die (.) was= was ahm. wichtig ist, was ich gerne ahm. mehr sehen würde. (.) Genau  
260 und ich sehe, ahm. (3) Also ich glaube schon, dass viele Journalisten (.) auch ein bisschen,  
261 eine Agenda also haben. (I:hm) Das wird ja oft kritisiert, aber ich denke schon, dass (3)  
262 eigentlich fast alle haben, weil sonst macht man das ja nicht oder macht man es zumindest  
263 nicht leidenschaftlich. I: Hm. #00:18:28-4#

264 #00:18:32-0#

265  
266 I: Wären das so Dinge für dich, wo du sagst, das sollte in menschlicher Hand bleiben auch  
267 wenn technologisch lö=möglich wäre. #00:18:38-5#

268  
269 J2: (3) Ahm. Ja wie gesagt, ich glaube (.) die Menschen sollten immer mitgehalten. Also sie  
270 können das schon nutzen, (.) aber gerade bevor es rausgeht oder (.) sie sollten das noch  
271 überprüfen können, was (.) Ich meine vielleicht ist ja wirklich auch wenn man schon (.) ich  
272 würde das eigentlich nicht missen wollen, dass man wirklich selber einen Text schreibt.  
273 Vielleicht ist es interessant zu schauen was= was sagen die Maschinen dazu, vielleicht  
274 haben Sie eine neue Idee, einen neuen Zugang wie man das angehen könnten. Ich meine  
275 jetzt macht man das ja auch schon, dass man sich, wenn man vielleicht keine Idee hat, wie  
276 man Artikel angeht, schaut was haben andere dazu geschrieben oder so oder ob das jetzt  
277 ein Journalist oder eine Maschine ist? I: Hm. #00:19:30-9#

278  
279 Du hast ja vorher auch das Thema angesprochen, der Kontrolle, es sollte eben diese  
280 Gatekeeperfunktion sollte beim Menschen bleiben?. Ahm. Warum siehst du das so wichtig  
281 an, dass es eben in menschlicher Bereich (.) bleiben soll? Diese Gatekeeperfunktion  
282 beispielsweise? #00:19:47-9#

283  
284 J2: Hm. (5) Naja eines ist glaube ich schon ein großes Thema, dass dieses Vertrauen der  
285 Leser. I:Hm. J2: Oder des Publikums, (3) und ja es ist=ist halt schon alles ein bisschen (.)  
286 dystopisch wirkt das dann, wenn die= die Maschinen (lacht) ahm. die das Zeitungsmachen  
287 übernehmen. Ich denke halt immer eher an die Zeitung, weil ich selber bei einer bin. (I:hm)  
288 Ahm. (3) Und (3) Ahm. Ja also ich glaube, es ist, wir sollten da nicht die Kontrolle komplett  
289 aufgeben und den Maschinen unterordnen. Also ich mein es ist so = so komisch weile in  
290 Wirklichkeit ist es ja kein Science Fiction Film, ich kann mir nicht vorstellen, dass. I: (lacht).

291 J2: (lacht) ( ) die Maschinen übernehmen. I: (lacht)

292 #00:20:46-0#

293

294 J2: (.) Aber ja diese= diese (.) Kontrollfunktion auch der Politik gegenüber und so, ich  
295 glaube, man kann ja auch Politiker nicht ersetzen. Also da wäre es schon wichtig ein=ein  
296 Gegengewicht zu haben und ich merke eh, dass es immer weniger wird, also so um  
297 Vergleich (.) zu diesen ganzen Pressesprechern und was das alles für ein (.) ahm.  
298 Aufgebot an Menschen ist, im Gegensatz zu dem Journalisten, der meistens alleine ist;  
299 (l:hm) (.) Ahm. Ist das eh schon sehr ungleichmäßig und wenn es dann auch nur noch eine  
300 Maschine gibt, dann (.) dann ist es das glaube ich schon sehr ungleich (.) verteilt. (l:hm)  
301 Also so diese Gewalten- ahm. Kontrolle und so wird ja Journalismus als vierte Gewalt (.)  
302 schon wichtig, dass das (.) Journalisten sind und nicht Maschinen. #00:21:35-6#

303

304 I: Hm. Also, dass es menschlich ist. J2: hm (bejahend). I: Also, dass es von Menschen  
305 gemacht wird. Ahm. (.) Das sind ja so diese ethischen (.) Fragen die man sich halt der  
306 Technologie auch einfach stellt. (.) Inwieweit dürften wir etwas überhaupt automatisieren.  
307 Also inwieweit ist es okay, oder wo liegen die Grenzen ja. Und (.) ahm. du hast ja auch  
308 dieses Thema dieser Kontrolle angesprochen, wo es auch um Entscheidungen geht? So  
309 eine Entscheidung treffen? J2: hm (bejahend) I: Ja? Was da vielleicht nocheinmal ein  
310 wichtiges Thema ist, ich mein du hast es, die Transparenz angesprochen? J2: Hm. I: Wie  
311 siehst du das mit den Quellen der Information. #00:22:15-2#

312

313 J2: Hm. Was meinst du wie ich das sehe? #00:22:20-1#

314

315 I: Genau. Weil wenn du einen Algorithmus verwendest, (.) der zb. nur regelgeleitet ist, (.)  
316 dann kann der, kannst du (.) eben woher er alle Informationen hat. J2: hm (bejahend). I:  
317 Ahm. Wenn du es als Mensch machst, dann kann man dich danach fragen beispielsweise  
318 woher du es hast. J2: hm (bejahend) I: Ahm. (3) Man mittlerweile ist es nachvollziehbar  
319 woher der Algorithmus diese Dinge hat, die er hat, weil der nach einem bestimmten  
320 Regelwerk funktioniert, dass man ändern kann. Aber (.) hast du diese Transparenzsituation  
321 so gemeint, dass drunter steht, unter dem Artikel wer es geschrieben hat oder, dass man  
322 weiß von wo (.) das oder es oder sie oder er die Information auch hat. #00:23:05-6#

323

324 J2: (seufzt) Nein es war ein bisschen anders gemeint. Ich meine, dass ist auch wichtig?  
325 (lacht) Woher die Information ist, aber (.) auch so (3) auch so ein bisschen, also weil ich  
326 eben, ich habe über diese Agenda gesprochen und. (l:hm) Ahm. Und wenn man (.) was ich  
327 ( ) also mich würde es interessieren ahm. welcher Journalist früher mal für die ÖVP  
328 gearbeitet hat, wenns so war oder so. I: Hm. J2: Also, solche Sachen, so den Hintergrund  
329 und oder (3) ja, dass das ein bissl offener gelegt wird oder, dass man auch mal schreibt,  
330 ahm. (.), dass (.) dass konnte ich nicht in Erfahrung bringen. Also auch solche Sachen. Also

331 das war nicht möglich (*im Sinne des genannten Beispiels*). Ahm, dass man (2), dass offen  
332 legt. Oder= oder (.) ja Pressereisen, da ist es eh üblich, dass man irgendwie sagt „ ahm. das  
333 wurde von dem und dem bezahlt“ oder so. (I:hm) Solche Sachen und das macht es auch  
334 glaube ich ein bisschen (.) transparenter ahm. (.), dass (.) ja, dass es halt nicht objektiv  
335 sein kann. (I:hm) Aber=aber es=es ahm. ist zumindest transparent und ich finde das ist fast  
336 wichtiger. Und (.) ja bei den= denk Quellen, ahm. (3) ja also man versucht ja jetzt, ist es  
337 eher so bei uns, dass wir halt, versuchen durch Link-Setzung oder so, dann  
338 dorthinzuvweisen woher man die zahlen herhat und, dass finde ich halt auch das schöne am  
339 Datenjournalismus, dass = dass es halt irgendwie so viel (.) Evidenz dann gibt für Sachen.  
340 (I:hm) Und bisher (.) war es schon oft, manchmal habe ich das Gefühl die Journalisten  
341 schreiben einfach was sie so beobachten und (.) (I:hm) Und das halt ein bisschen zuwenig.  
342 Also, es ist schon schön vielleicht für den Einstieg, aber (.) aber dann müssen halt Zahlen  
343 oder irgendwie ein größeres (.) Ganzes dahinterstehen. #00:24:53-4#

344

345 I: Hm. (3) Das heißt es macht dann so ein bisschen nachvollziehbarer dann? Wenn das  
346 technisch gestützt ist? #00:24:55-9#

347

348 J2: Ahm. I: Oder die Möglichkeit. J2: Ja sicher. Also es ist =ist hat eben auch wie wir bei  
349 diesen Drittmittelbeispiel (.) das hat irgendwie (.) mehr Aussagekraft, also ich kann es  
350 vielleicht auch sagen, (.) ahm. ja ich habe das beobachtet, dieses eine Drittmittelprojekt, die  
351 haben da. (I:hm) Ahm. scheinbar Finanzierung aus Amerika (.) aber wenn ich keine Zahlen  
352 dahinter und es ist irgendwie österreichweit ist und so, dann hat das überhaupt (.) viel  
353 weniger sehe so ein Einzelfall halt dann. (I:hm) Und. Ich glaube da helfen uns also Daten  
354 halt sehr stark und ist halt jetzt immer mehr möglich durch die großen (.)  
355 Verarbeitungsschienen und so. #00:25:36-7#

356

357 I: Wenn du jetzt so mit ahm. wenn du dir vorstellst du arbeitst mit einer sehr sehr großen  
358 Datenbank? Zb. Keine Ahnung, alle Haustüren von Wien. (lacht) #00:25:44-7#

359

360 J2: (lacht) hm (bejahend)

361 #00:25:44-7#

362

363 I: Oder so irgendwas, und überall steht halt dabei welche Farbe sie haben und welche  
364 Türschnallen und so weiter? Und ahm. (.) wenn du dich jetzt hinsetzen müsstest (.) und es  
365 gäbe jetzt einen bestimmten Zusammenhang zwischen keine Ahnung Bezirk und Haustür,  
366 wie auch immer. #00:26:02-3#

367

368 J2: hm? #00:26:03-0#

369

370 I: Und es gäbe, eine Möglichkeit aus einem Algorithmus dir (.) beispielsweise eine kleine  
371 Zusammenfassung schreibt, (.) das und das ist das Höchste, das ist das Niedrigste und das  
372 und das hat miteinander was zu tun. #00:26:14-6#

373

374 J2: Hm? #00:26:17-7#

375

376 I: Könntest du dir sowas vorstellen in deinem Alltag? #00:26:18-5#

377

378 J2: Ja schon.

379

380 I: Ja? J2: hm (bejahend). I: Okay? Möglich ist es ja. J2: Hm. I: Also es funktioniert halbwegs  
381 gut, glaube ich sogar schon ahm. also wenn du jetzt so an deine Arbeitspraxis denkst, an  
382 deinen beruflichen Alltag. (.) Ahm. Wo siehst du zb. eine Möglichkeit wo du sagst, „okay das  
383 könnte eine Software machen“, außer das Transkribieren jetzt. (lacht) #00:26:41-3#

384

385 J2: Ja= Ja (lacht). I: Also wo könntest du dir Unterstützung, also wo würdest du dir  
386 Unterstützung erwarten, zb. von so einer Textgenerierung in den Alltag. #00:26:52-6#

387

388 J2: (.) Also Textgenerierung. Ahm. (.) Naja es wäre schon interessant, ahm. (.) von den  
389 wichtigsten datengenerierenden Agenturen oder so wie jetzt zb. [ \_\_\_\_\_ ] (Statistikdienst A)  
390 oder [ \_\_\_\_\_ ] (Statistikdienst B) oder so, Zusammenfassungen zu bekommen. Also die [ \_\_\_\_\_ ]  
391 (Statistikdienst A) macht es ein bisschen (.) (I:hm) Ahm. (.) aber (.) ich meine da  
392 gibt es halt ganz viel UNHCR und so und das ist jetzt eigentlich sehr viel Einzelarbeit, also  
393 (.) ahm. ich kann da auch ein Beispiel nennen vielleicht? I: Ja sicher. #00:27:34-1#

394

395 J2: Also, jetzt war ich gerade in Uganda auf Pressereise und ich hatte halt überhaupt keine  
396 Ahnung von diesen Land vorher und, ahm. und, dass dort am meisten Flüchtlinge in ganz  
397 Afrika ahm. (.) unter=untergebracht werden, und so (.) alles überhaupt= da hatte ich gar  
398 keine Ahnung. Da wäre die Recherche dann aber eher (.) sehr verwirrend, weil es heißt  
399 immer wieder, „ja das Land mit den meisten Flüchtlingen in Afrika, und dann (.) war aber  
400 selbst auf der UNHCR- Seite das nicht richtig ersichtlich und so. (I:hm) Da wäre es halt (.)  
401 wirklich super, schneller einen Überblick sich verschaffen zu können. (.) Und es hat dann eh  
402 gestimmt, aber ich habe aber wirklich lange irgendwie nachrecherchieren müssen. I:Hm. J2:  
403 Und (.) ahm. (.) ja also (.) ich glaube da (.) da wäre es (.) schon eine große Hilfe oder,  
404 dass man halt auch irgendwie halt eingibt, was man vergleichen möchte, oder so. Das, dass

405 wäre auch super. (I:hm) Also ein anders Beispiel, wir hatten die Idee lustigerweise, glaube  
406 ich zeitgleich mit der [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) und die [ \_\_\_\_\_ ]  
407 (Medienunternehmen) hat es umgesetzt und wir noch nicht. Ahm. (lacht) Das= das wir  
408 schauen wollen in welchen Bezirken Wiens welche Hunderassen am verbreitetsten sind. (I:  
409 Hm. (.) okay?) Und irgendwie da kann man halt viel sich anschauen „ja (.) was sind das für  
410 Besitzer, oder vielleicht was wählen die auch und so, das wäre auch irgendwie interessant.  
411 Weil da gibt es ja so viele Klischees und Vorurteile. (I:hm) Und (.) ja. Es ist ja alles  
412 erfassbar, weil jeder Hund muss angemeldet werden und da gibt es extrem viele Daten. (.)  
413 Und das kann man halt, wenn das ein=einfach einzugeben wäre, dann wäre es vielleicht  
414 schon gesetzt (lacht) aber es ist halt (lacht) auch so eine Sachen, die dann irgendwie (.)  
415 derzeit schon bei uns liegenbleibt weil (.) weil es halt zeitaufwändig ist und ahm. es  
416 niemanden gibt, der sich so gut auskennt, dass man das vielleicht nicht so zeitaufwändig ist.  
417 (I:Hm) Und mit Externen arbeiten, ist derzeit irgendwie auch keine Option und ja es ist (.) es  
418 ist irgendwie wirklich (.) ja es ist lustig, weil ich habe (.) ahm. ja in meiner Arbeit eigentlich  
419 widerlegt, dass Zeit und =und fehlende Fähigkeiten einen Hindernis sind, also=also es sagt  
420 halt, dass man es auch sonst machen kann (.) aber jetzt in der Praxis ist es aber doch  
421 wieder so und ich glaube es ist halt wirklich wichtig, dass du (.) ahm. in der Redaktion  
422 zumindest einen Chef hast der das irgendwie unterstützt. (I:hm) Und das ist halt bei uns  
423 auch (.) zu wenig und=und der da wirklich dahinter ist. #00:29:58-9#  
424  
425 I: Das heißt jemand der auch diese Technologie forciert im Unternehmen? #00:30:01-6#  
426  
427 J2: Ja. Das muss irgendwie von oben kommen. Also es ist so beidseitig. Also es muss  
428 schon Leute geben, die sich dafür interessieren und so (.) (I:hm) Aber (.) aber wenn es von  
429 oben auch kein Commitment gibt, weil es kostet natürlich schon Geld auch. (3) Ja.  
430 #00:30:17-3#  
431  
432 I: Du hast gerade vorher das Thema angesprochen (.) ja also es gibt jetzt zb. jetzt bei euch  
433 jetzt niemanden der sich damit gut auskennt? Ahm. Inwiefern? Also? ( ) Was würdest  
434 du dir wünschen; ich meine (3) was würde aktuell unterstützen? #00:30:35-4#  
435  
436 J2: Ich würde mir eine Programmiererin wünschen. (I: lacht) J2: (lacht) oder einen  
437 Programmierer, der im Online-Team dabei ist. Ja. Zumindest eine Person. (I:hm) Also au=  
438 um mich, die die [ \_\_\_\_\_ ] (Namen der ehemaligen MitarbeiterIn), das was eben die Person  
439 die Person die bis jetzt programmiert hat und die hat ja auch nur Scrollstories gemacht. (.)  
440 Und das ist jetzt nich unbedingt der Datenjournalismus per se gewesen, sondern (.) für die  
441 Visualisierung von Geschichten eher. (I:hm) Und (.) und ich fände es schon wichtig, dass

442 man schon in der Recherche jemanden dabei hat und von Anfang an und das ist ja auch (.)  
443 ahm. bei der Arbeit in Oxford rausgekommen, dass es halt wichtig ist, dass das von Anfang  
444 an passiert und nicht am Schluss dann diese Geschichte „bitte (.) unterlege das noch mit  
445 einer paar Daten“ oder so. (I:hm) So haben es einige auch gemacht und sind halt  
446 gescheitert damit und (.) ahm. ja also (.) es wäre wirklich schön im=im ein gemischteres  
447 Team zu haben, weil wir (.) in Wirklichkeit ist es jetzt so, wir sind ahm. eh fast 10 Leute oder  
448 so? (I:hm) Aber (.) aber nicht viele, also einige nicht Vollzeit ahm. oder so und ahm. und  
449 das Problem ist, eigentlich würden alle gerne schreiben, und es gibt viel zu wenig die sich  
450 eher auf der technischen Seite sehen. I:Hm. J2: Und jetzt auch auf der Social Media Seite  
451 sehen sich zu wenige aber das ist jetzt nicht das Thema. (I:hm) Ja. #00:31:56-0#  
452  
453 I: Das heißt also jemanden der programmieren kann, sollte die Person auch über einen  
454 journalistischen Erfahrungswert verfügen oder mit dem Bereich zu tun haben oder wie?  
455 #00:32:10-5#  
456  
457 J2: Ich glaube es ist nicht so wichtig soviel Erfahrung zu haben. So bisschen eine (.)  
458 Verständnis oder ich meine er sollte schon Medieninteresse haben. (.) Ahm. (.) aber (.) ich  
459 glaube es ist nicht unbedingt notwendig. Gerade so It- Menschen, ich hab jetzt ein paar in  
460 meinem Freundeskreis, die sind dann eh so nerdig, dass sie sich da so extrem gut  
461 einarbeiten können. (I:hm) Und so Sachen. Und ich habe einen Freund; der ist eh  
462 Programmierer, und macht irgendwie so Homepage- ahm.- Einkaufssystem oder so? (I:hm)  
463 Ahm. Und der hat dann bei dieser (.) ahm. na wie heißt das schnell (.) es gab jetzt diese=  
464 diesen Bitcoin ahm. das Bitcoin Rießending? Wo viele Leute auch betrogen worden sind  
465 und der hat sich dann (.), weil eine Freundin von ihm betrogen worden ist, total eingearbeitet  
466 und recherchiert und Medien zugespielt in seiner Freizeit. (I:hm) (lacht) Und = und ich war  
467 halt ziemlich beeindruckt und (.) ja also (.) ich glaube (.) ich glaube das wäre es, es wäre  
468 wirklich super wenn es mehr (.) Leute mit mehr IT ahm. -Verständnis in den Medien gäbe.  
469 Aber oft ist das wirklich so, (.) so eine getrennte Welt, also die die Journalisten werden,  
470 werden weil sie schlecht in Mathe sind? I: (lacht) J2: Überspitzt gesagt (lacht) und die, die  
471 ahm. IT machen interessieren sich vielleicht für Medien aber wenn da irgendwo  
472 Journalismus in einer Bewerbung steht, oder Medien, dann fühlen sie sich gleich gar nicht  
473 angesprochen. Und wollen aber schon oft, obwohl sie vielleicht ein bisschen unterfordert  
474 sind von den Skills, aber (.) aber dafür haben sie halt ein riesigen Impact. #00:33:47-0#  
475  
476 I: Hm. Das heißt es bräuchte eigentlich nur eine Person in einer Redaktion die das macht?  
477 #00:33:50-6#

478 J2: Naja. Ich = ich denke halt ein bisschen realistisch, aber = aber idealistischer denkt, dann  
479 (lacht) I: (lacht) J2: Dann sind es schon mehr Leute. Also gerade in den Redaktionen mit  
480 denen ich gesprochen haben Deutschland, sind das 6-7 Leute. (I:hm) Und ungefähr Hälfte -  
481 Hälfte. I: Ja. J2: Ja. (.) die= die vom Journalismus kommen und die (.) eher in der  
482 Datenvisualisierung, weil du brauchst ja auch, da gibts ja auch so verschiedenste Rollen  
483 eben Leute die ihre Daten visualisieren können; und die (.) die eher scrapen können und  
484 so. (I:hm) Ahm. (.) Ja. Also es ist wirklich (.) ich glaube die Medienmacher wünschen sich  
485 immer jemanden der alles kann. I: hm (bejahend) J2: Aber es ist wirklich unmöglich, selbst  
486 social Media (.) ich meine wir machen das schon nebenbei (.) aber es wird halt nicht gut,  
487 wenn es so nebenbei passiert. I: Hm. #00:34:44-2#

488  
489 I: Das bringt mich gleich zur nächsten Frage (.) ahm. du hast ja davon gesprochen (3) naja  
490 (.) es zB. eine Programmiererin oder einen Programmierer (.) zu haben in der Redaktion;  
491 kannst du dir vorstellen, dass man vielleicht, wenn sich diese automatisierte  
492 Textgenerierung, vielleicht wirklich (.) mehrfach eingesetzt und mehrfach verwendet wird,  
493 dass sich auch die Anforderungen an die JournalistInnen die damit dann vielleicht sogar  
494 arbeiten einfach verändern? #00:35:07-8#

495  
496 J2: Ja ich glaube es verändert sich permanent. (I:hm) Also (.) hm es ist ja jetzt auch schon  
497 (.) also bei uns im Haus noch nicht so sehr aber es ist prinzipiell schon gewünscht, ahm.  
498 dass man irgendwie zumindest mit Daten umgehen kann, aber ich bin in meiner letzten  
499 Bewerbung gefragt worden (.) ahm. was für Programmiersprachen ich kann. (.) Also und  
500 da muss ich dann auch sagen, ja (lacht). #00:35:35-9#

501  
502 I: Aber du hast dich als Journalistin beworben. #00:35:38-0#

503  
504 J2: (lacht) Ich habe mich als Journalistin beworben, ja. I: Ah okay. (lacht) J: (lacht) Genau  
505 und dann musste ich irgendwie sagen, „naja ich komme eher von der journalistischen Seite,  
506 ich kann mir gut vorstellen in einem Datenteam zu arbeiten, aber (.) ich ahm. kann nicht (.)  
507 ich kann keine Programmiersprache, ich kann mit [ \_\_\_\_\_ ] (Software) was machen oder so.  
508 (I:hm) Ja. #00:35:57-9#

509  
510 I: Hat er auch gefragt welche Programmiersprache? J2: Ja. I: Welche hättest? #00:36:01-5#

511  
512 J2: Ich glaube er hätte gerne gehabt (.) [ \_\_\_\_\_ ] und [ \_\_\_\_\_ ] und (.) solche Dinge. [ \_\_\_\_\_ ]  
513 vielleicht noch? I: Ja. Okay. Alles klar. #00:36:14-0#

514



515 J2: (lacht) #00:36:14-4#

516

517 I: (lacht)

518 [ \_\_\_\_\_ ] (Programmiersprache) ist sehr sehr gut für so algorithmischen so

519 Textgenerierungsgeschichten. J2: Okay? #00:36:23-3#

520

521 I: Ahm. Ja. Hm? Also du merkst sogar schon jetzt ahm. (.) , dass sich da irgendwas

522 verändert, also, dass man auch von JournalistInnen vielleicht sogar erwartet, dass sie

523 programmieren können. #00:36:34-7#

524

525 J2: Ja. Ich glaube unser Haus ist wirklich nicht so das gute Beispiel dafür weil es immer

526 noch sehr print-lastig ist und irgendwie sehr traditionell ist und ein bisschen altmodisch, aber

527 ich habe es halt wirklich auch von den anderen mitbekommen, (.) ahm. ja wo es schon, also

528 gerade wenn du im datenjournalistischen Bereich tätig sein willst, du= du stichst halt auch

529 sehr hervor damit. (I:hm) Weil es (.) vor ein paar Jahren war es unmöglich scheinbar

530 jemanden zu finden, der das kann? (.) Aber ja jetzt es ist nach wie vor sehr gefragt.

531 #00:37:11-8#

532

533 I: Hm. (3) ( ) da ist natürlich jetzt die Frage wie man ahm. (.) wie es denn weitergeht,

534 wenn ja auch die Daten, die verfügbar sind, die= die zwei Sachen gehen ja wirklich

535 miteinander Hand-in-Hand, also der Datenjournalismus wie wir ihn jetzt kennen mit diesen

536 Daten; (.) die dann strukturiert vorliegen, dann hin zu der automatisierten Textgenerierung,

537 weil die Textgenerierung braucht (.) eben genau diese strukturieren Daten, aktuell. Ja. Ahm.

538 Das heißt von diesen beruflichen Anforderungen (.) was du jetzt gerade gesprochen hast (.)

539 ahm. eben diese programmieren Beispiel, als das ProgrammiererIn-Beispiel gebracht. Ahm.

540 Was denkst du, oder was würdest du dir gerne aneignen wo du sagst, „okay, ich könnte mir

541 vorstellen in einem Datenteam zu arbeiten. J2: hm (bejahend). I: Hast du eben gerade

542 gemeint? J2: hm (bejahend) #00:37:56-4#

543

544 I: Was denkst du wäre eigentlich cool, wenn du sagst, „also das würde ich mir gerne

545 anschauen, weil das würden meine Chancen vielleicht jetzt erhöhen, oder es würde mir

546 helfen oder es würde mir Spaß machen“. #00:38:05-2#

547

548 J2: (seufzt) Ja das ist ein bisschen schwierig. Ich hab mir das eh auch, auch vieles überlegt,

549 weil ich mir halt doch ahm. vorstellen kann auch=auch ein bisschen was anderes zu machen

550 oder= oder in (.) in anderen Umfeld zu arbeiten. Aber die Sache ist halt die, meine

551 Leidenschaft ist schon das schreiben (lacht) (I:hm) Und (.) ahm. ich kann mir vorstellen,

552 mich durch Daten zu wühlen für eine Geschichte, die ich wichtig finde; aber ich will nicht  
553 programmieren (lacht). (I:hm) Also es ist einfach wirklich nicht meins. Ich habe Mathe immer  
554 gehasst, dass war das schlechteste Fach in der Schule und ich glaube ich bin da schon so  
555 ein bisschen typisch dafür, aber (.) vielleicht auch nicht ganz typisch weil ich wenigstens (.)  
556 ich will es ein bisschen verstehen, also so. (I:hm) Ich will (.) schon ein Verständnis für  
557 Zahlen haben und das einordnen können oder wissen mit wem ich rede wenn ich anstehe  
558 und so und das ist glaube ich das was auch alle. (I:hm) Können müssen, (.) und ahm. (3)  
559 Also genau, also die= dieses Verständnis haben und ahm. (.) und eben aber ich gl= was  
560 ich schön finde ist = ist das halt gerade in diesen Datenteams mehr zusammengearbeitet  
561 wird. (I: Hm) Weil dieses Journalisten (.) also Print-Journalismus und auch Online ist halt  
562 eher so ein Einzelkämpfertum. So erlebe ich es auch stark. (I:hm) Also beim Standard  
563 vielleicht noch mehr, aber bei uns werden die Geschichten meistens allein geschrieben, fast  
564 nie zusammen (.) und es wird halt einfach besser wenn man (.) wenn mehrere Leute an  
565 was arbeiten und da verschiedenen Sichten reinkommen und (.) jetzt ist es trotzdem noch  
566 so, dass wir halt sehr ähnlich sind, alle und. (I:hm) Und wenn du dann noch irgendwelche  
567 Leute hast mit einem anderen, also Mathematiker denken schon irgendwie anders? (I:hm)  
568 (lacht) Und (lacht) #00:39:53-5#

569

570 I: Ja. Inwiefern?

571

572 J2: Ich glaube schon, dass sie (.) ahm., vielleicht ist das ein = ein Stereotyp oder ein  
573 Klischee aber ich glaube schon, dass sie (.) andere Zusammenhänge sehen? Oder (.)  
574 (I:hm) Ja; Oder= oder ein bisschen (.) pragmatischer auch teilweise an Sachen rangehen,  
575 also (.) das ist vielleicht ein bisschen persönlich aber ich bin mit einem ahm.  
576 Naturwissenschaftler zusammen, der ist Experimentalphysiker; I: Hm? J2: Und ich habe das  
577 Gefühl er denkt wirklich teilweise ganz anders also so (.) viel pragmatischer und ich bin  
578 eher so ein bisschen (.) emotionaler und (.) ich glaube, dass wird sich in einer Geschichte  
579 ganz gut ergänzen. #00:40:28-0#

580 I: Hm. Du meinst dieses Ergänzen, dass so quasi beide (.) ahm beide Skills ineinander  
581 greifen? #00:40:36-5#

582

583 J2: Genau. I: Können. Ja? Ja? J2: Also so ich glaube schon, dass bei manchen Menschen  
584 halt eine Gehirnhälfte anders ausgeprägt (I: Hm) also die andere oder so und (.) ja, dass  
585 man dann wenn man dann zusammenarbeitet (.) bessere Dinge entstehen können (I:Hm).  
586 #00:40:50-7#

587

588 I: Ahm. Se=Se du meinst auch vielleicht bei (.) also in einem Team zu arbeiten (.) ahm. in  
589 einem Datenteam zu arbeiten (.) ahm., dass heißt also auch im journalistischen Kontext.

590 #00:41:04-4#

591

592 J2: hm (bejahend) Ja ja. #00:41:05-2#

593

594 I: Ahm. Das bedeutet, ich weiß nicht ob ich da richtig liege, deswegen frage ich dich da  
595 nochmal? Ahm. Das heißt also mit dieser Technologie oder mit diesen technologischen  
596 Möglichkeiten die wir haben werden, wie ergäbe sich z.b. auch mehr die Möglichkeit ist  
597 diesem Team aktiv zu werden, in einem Team aktiv zu sein. (3) Oder zwingendermaßen  
598 oder (.) #00:41:27-2#

599

600 J2: (3) Ahm. Es ergebe sich die Möglichkeit, oder was ( ) #00:41:30-5#

601

602 I: Ahm. (.) Genau. Also wenn man jetzt (.) beispielsweise eine Redaktion diese  
603 Technologien in Verwendung hat (J2: Hm) vom Datenjournalismus bis hin zum klassischen  
604 so algorithmischen Journalismus (.) , dass man da eher in einem Team arbeiten müsste?

605 #00:41:45-0#

606

607 J2: Ja.Ja. Ich glaube es geht schon stark in die Richtung, dass man mehr in Teams  
608 arbeiten (.) sollte. Also ahm. ich glaube es=es wäre auch eine (.) ja mir würde es mehr  
609 Spaß machen glaube ich fast, (.) aso. (.) Dass man dann. Es ist natürlich nicht immer  
610 einfach. Ich glaube gerade die Kommunikation uns so (I: Hm) kann schon schwierig sein,  
611 wenn man vielleicht andere Arbeits- ahm. - Wege kennt oder so, oder das schon irgendwie  
612 so gewohnt ist. (.) Aber (.) ich glaube schon, dass es ganz stark (.) am in Richtung  
613 Kooperation geht. (I: Hm) Das ist ahm. auch bei meiner Arbeit rausgekommen. (I: Ja.) Und  
614 also einerseits halt mit Leuten innerhalb des Unternehmens aber auch mit anderen Medien  
615 und (.) ja. #00:42:36-8#

616

617 I: Ist dieser Austausch auf den du gesprochen hast, gegenseitiger Austausch oder?

618 #00:42:44-3#

619

620 J2: Ja? Einerseits gibt es eine Community gerade im Datenjournalismusbereich (I: Hm) die  
621 sich gegenseitig weiterhilft oder so? (I: Hm) aber, dass auch wenn man eine Geschichte hat,  
622 eben so wie das Beispiel mit ahm. mit den Drittmittel, das war wirklich, ich war so erstaunt,  
623 (.) ahm. ich hab den einfach angerufen und er hat gesagt „ja da zeige dir ahm. da gehst du  
624 auf diese Homepage, da ahm. ( ) wo ich das irgendwie anklicken muss“ also er hat

625 mich da wirklich durch navigiert. Und ahm. das ist halt in Österreich ein bisschen  
626 ungewöhnlich noch. (I: Hm) Also so (.) es gibt halt ein großes Konkurrenzdenken und (.) ja,  
627 dass man dann einfach sagt, „ah und das machen wir einfach gemeinsam“ und das ist eher  
628 (I: Hm) ungewöhnlich. (I: Okay) Ich denke das geht, wenn zuerst schon einmal eine  
629 Beziehung hast, also irgendeine Freundschaft oder so, man kennt sich ja eh leicht, weil die  
630 Szene recht klein ist. Dann kann ich es mir noch eher vorstellen, als wenn ich jetzt  
631 irgendwen anrufe von der [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) oder frage nach (I: (lacht) ) und  
632 frage, „machen wir eine Geschichte gemeinsam“ ahm. „ich habe gesehen du hast dazu  
633 schon was gemacht,“ (lacht) dann nie im Leben. (I:Ja) (.) Aso. (.) Ich meine es geht auch  
634 vielleicht auch leichter länderübergreifend weil man weniger Konkurrenz ist, aber. (I: Hm)  
635 #00:43:52-9#

636  
637 I: Also Konkurrenz ist eigentlich ein großes Thema wenn es um =um diese Zusammenarbeit  
638 natürlich geht? (J2:Hm) Ahm. Wie siehst du das Thema der Konkurrenz vielleicht auch in  
639 Bezug auf Einsatz von Technologien, also wenn wir jetzt an diesen Datenjournalismus und  
640 automatisierten Textgenerierung denken? (3)

641 #00:44:13-2#

642  
643 J2:Ja ich hab schon das Gefühl, dass man (3) also, dass die Medien, (.) einerseits hinken  
644 sie alle ein bisschen nach. Also so (.) es gibt diese ganzen Entwicklungen und so und=und  
645 die Wiener sind immer viel langsamer (I: Hm), dass sie mal, dass sind die nie ersten die auf  
646 irgendwas aufspringen und (.) das sage ich jetzt einfach so pauschalisierend, aber manche  
647 sind halt doch ein bisschen schneller, also (.) in Österreich ist es der [ \_\_\_\_\_ ]  
648 (Medienunternehmen) irgendwie da sehr affin und ahm. ja und es ist schon so ein  
649 Wettrennen irgendwie und ahm. (.) Ja also =also auch Daten die für uns verwendet werden,  
650 als Analytics zb., dass ist jetzt schon ziemlich Usus, dass ahm. (.) ahm. wie heißt das  
651 schnell, Data ahm. (3) ach Gott (3) Hm. (.) Wie heißt das schell, also so ein Analyticstool [   
652 \_\_\_\_\_ ] (Software name) genau. (I: Hm) Das ist irgendwie ziemlich Usus? Ahm. haben die  
653 großen Zeitungen alle in Österreich, wir haben es nicht. Ahm. Und ich versuche schon  
654 (lacht) seit einem Jahr so lobbyieren, dass wir es kriegen also es nicht ganz billig und = und  
655 (.) ja ahm. (.) Ich finde, dass das schon auch Druck macht, wenn die anderen das alle  
656 haben und wir nicht. (I: Hm) Also so, es = es ist ein super Tool. Also, das zeigt dir (.) in  
657 Echtzeit wieviele Leute auf der Startseite sind (.) ahm. welche Artikel, bei uns sind die so  
658 übereinander die Artikel und ahm. welche Position (.) gerade wie performt im Vergleich zu  
659 den letzten Wochen (I: Hm) oder so. Also es wird die ganze Zeit geranked und so? Und  
660 dann gibt es auch langfristigen im Nachhinein Analytics und so aber auch so Scroll ahm. -  
661 Zeiten; wo steigen die Leute aus, (I: Hm) bei welchem Text. Und das ist halt super zum

662 Arbeiten, weil dann siehst du wenn sie da aussteigen vielleicht setze ich da noch ein Link  
663 hin oder (I: Hm. Okay?) #00:46:15-8#  
664  
665 I: Das heißt also (3) weil du gemeint hast, ja die haben (.) das ist dann, wenn das alle schon  
666 haben und nur wir nicht, also das (.) #00:46:23-9#  
667  
668 J2: Ja vielleicht denke nur ich so ich weiß nicht aber (lacht) (I: (lacht) ) die [ \_\_\_\_\_ ]  
669 (Medienunternehmen)- Leute sind scheinbar nicht so ahm. aber ja also ich=ich finde schon  
670 (.) es ist natürlich zweischneidig, also man muss dann aufpassen, weil natürlich geht immer  
671 Sex and Crime am besten und nur weil das jetzt viel geklickt wird (I: Hm) müssen wir jetzt  
672 nicht nur solche Inhalte machen. (.) ( ) ja auf keinen Fall. Aber (.) ahm. es ist  
673 natürlich schon interessant zu wissen, was was gut ankommt, was auf Interesse stößt oder  
674 was man (I: Hm) besser machen kann oder besser aufbereiten kann, weil auch Titel werden  
675 gegeneinander ausgespielt (I: Hm) und du siehst welche Titel wird mehr geklickt oder so und  
676 (.) da unterstützen die Maschinen schon sehr, weil gerade Titel finden ist immer sehr  
677 schwierig und diesen ganzen Agenturtitel sind alle langweilig (I: Hm) und (3) #00:47:16-3#  
678  
679 I: Generieren die die Titel schon selbst? #00:47:16-3#  
680  
681 J2: Nein (.) du kannst ihm schon (.) Vorschläge geben (I: Hm). Gibst ihm zwei  
682 verschiedene Vorschläge und die spielen das dann aus oder so. (I: Okay) Ahm. (3) Ja und  
683 ich finde es einfach schade, wenn die anderen Medien (.) ahm. da schon mehr über ihre  
684 Leser wissen (I: Hm) und irgendwie eine bessere Bindung irgendwie auch aufbauen können  
685 und wir haben uns teilweise nicht mal angeschaut wieviele Klicks das hat. Es ist ahm. (.) ja  
686 (.) Ich finde es überhaupt nicht gut, wenn man nur nach Klicks geht aber (.) irgendwie  
687 muss man es schon auch wissen wie sich was entwickelt (I: Hm, oder wie es ankommt) Ja.  
688 #00:47:57-3#  
689  
690 I: (3) Ja ahm. (3) Wir haben eigentlich über ganz viele Sachen gesprochen ahm. (3) eines  
691 was vielleicht nicht wichtig wäre ist, wir haben vorher über die Skills gesprochen, wir haben  
692 vorher über dieses Kooperative gesprochen (.) ahm. wenn du jetzt überlegen würdest, dass  
693 diese automatisierte Textgenerierung vielleicht wirklich (.) Usus wäre und du die Möglichkeit  
694 hättest damit zu arbeiten (.) ahm. was denkst du wäre dir wichtig, wo du sagst, „okay das  
695 möchte ich gerne drüber wissen oder das möchte ich können, damit ich verwenden kann  
696 oder würdest du es überhaupt verwenden wollen? #00:48:37-9#  
697

698 J2: Hm. Ahm. Ja ich würde es schon verwenden aber ich weiß jetzt nicht genau was=was  
699 das kann und was ich dann dafür können muss (lacht) (I: (lacht) ) #00:48:49-6#  
700  
701 I: Genau. Also das Wichtigste ist, was kann es? (.) Ja. (.) Und ahm. Ich meine, ich kann.  
702 Wenn du magst kann ich dir ein Beispiel geben. #00:48:56-3#  
703  
704 J2: hm (bejahend) #00:48:56-3#  
705  
706 I: Das ist zwar nicht ( ) aber beispielsweise, wenn du jetzt die Möglichkeit hättest eine  
707 (.) Algorithmus der dir eben beispielsweise eben so einen Text erstellt, auf Basis von  
708 Statistiken, der zb. einen Vergleich macht. Beispielsweise Arbeitslosenstatistiken, „ es wurde  
709 so und so hoch, oder so und so (.) oder das verringerte sich im Burgenland (J2: hm  
710 (bejahend) ) im Vergleich zu Wien und wie auch immer. (3) Sowas zum Beispiel und das  
711 spuckt einen Text aus. Sowas zum Beispiel. #00:49:27-9#  
712  
713 J2: Hm. Ja? Das kann ich mir schon vorstellen, dass ich das verwenden würde (.) und es  
714 wäre auch toll wenn man eine Visualisierung dazu hätte (lacht) (I: Hm). So ahm. (.) ja  
715 irgendwelche Grafiken oder so (I: Hm) (3) Dafür ist [ \_\_\_\_\_ ] (Software zur  
716 Datenaufbereitung) schon ganz gut. Es ist einfach zu bedienen (.) es ahm. (.) ja. Aber ja  
717 ich glaube schon, dass man es auch einfach verwenden muss, weil selbst bei [ \_\_\_\_\_ ]  
718 (Software zur Datenaufbereitung), ich habe schon auch eine Stunden darauf verwendet für  
719 kleine Sachen (I: Hm) weil irgendwie man muss auch da mal reinkommen und das irgendwie  
720 ausprobieren und so. Also ich glaube schon, dass es eine Bereitschaft erfordert, dass man =  
721 dass man ein bisschen Zeit investiert weil ja. schreiben kann man auch nicht gleich von  
722 Anfang an (.) so (I: Hm) fließend und so schnell und so ahm. (3) Ja (.) vielleicht sollten wir  
723 es einfach auch ein bisschen (.) ja positiver sehen, also ich habe das Gefühl, viele sehen es  
724 eher so „Gott wir müssen schon wieder was Neues und so“ Also. Ja aber das Berufsfeld  
725 verändert sich halt und wird auch abwechslungsreicher. Also beim Radio, ich war vorher bei  
726 [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) eh nur ein halbes Jahr aber das fand ich, habe ich voll gern  
727 gehabt, dass man da ein bisschen mit Technologie arbeitet und du kannst die Musik  
728 reinspielen und du sprichst den Text ein (I: Hm) und das schreiben, war eigentlich ein sehr  
729 geringer Teil (I: Hm) und das war einheitlich auch schön, also (.) ja. #00:51:07-4#  
730  
731 I: Das heißt Technologieanwendung kann auch Spaß machen, also. J2: Voll. I: Ah wenn du  
732 jetzt so, ich meine (.) hast du das schon mal probiert? Ahm. ahm. automatisch Text  
733 generieren lassen? (.) Es gibt mehrere Tools auch die du online ahm. ausprobieren kannst?  
734 #00:51:20-8#

735

736 J2: Ahm. Nein? #00:51:20-8#

737

738 I: Ich meine, dass sind jetzt nicht so über- drüber fähig, also sie machen (.) (J2: Hm?) ja je

739 nach dem wieviel es dann kostet? Aber es gibt eben so gratis Demoverionen (J2: Hm?)

740 auch (.) ahm. ist schon ganz lustig ahm. wie=wie das dann aussieht ja? Also was dann

741 geschrieben wird? (.) Ahm. Was mich so noch zum Abschluss eher so noch interessiert (.)

742 Wenn du jetzt beispielsweise damit arbeiten würdest; du hast ja vorher gesagt, wichtig ist

743 die Kontrolle (J2: hm (bejahend) ) Dass du die Kontrolle darüber hast (.) ahm. das heißt (.)

744 ich nehme an du; was würdest du mit diesen Text dann machen? (.) Ja? (3) Wenn du den

745 erstellen lässt? #00:51:57-8#

746

747 J2: Naja wahrscheinlich würde ich ihn umschreiben. Ich kann mir nicht vorstellen, dass er

748 (lacht) (I: (lacht) ) so gut geschrieben ist, dass man ihn jetzt sofort veröffentlichen (I: Hm)

749 können. (.) Ahm. (.) Ja. Also ich glaube ich würde ihn umschreiben und wahrscheinlich mit

750 irgendwelchen (.) bunteren Bildern versehen, also sprachlichen Bildern (I: Hm). Ahm. (.) Ja.

751 (.) Und (.) vielleicht schon noch vergleichen so was hätte ich jetzt aus diesen Zahlen

752 gemacht, oder wie hätte ich das in Kontext (I: Hm) gesetzt. (3) So. (I: Hm) #00:52:29-7#

753

754 I: Also da auch doch wieder diese Kontrollfunktionen von dir als Mensch. #00:52:32-7#

755

756 J2: hm (bejahend) #00:52:33-7#

757

758 I: Also wichtige (.) Ja. Ahm. Ich überlege noch; ich habe zwar auf meinem Zettel nichts

759 mehr aber trotzdem (.) überlege ich noch wo man noch etwas haben wo man (.) klären.

760 Aber? Sonst machen wir es so? (3) Hm. Ich meine was schon noch ein bisschen (.) wichtig

761 ist, was ich trotzdem noch abschließend noch ein bisschen fragen möchte. (3) Du hast ja

762 das Thema auch angesprochen der Transparenz, dieser Kontrolle. Ja. Ahm. Wenn wir uns

763 vorstellen, dass es in Zukunft wirklich möglich ist einfach auch Texte in einer höheren

764 Qualität zu produzieren (J2: Hm). Und vielleicht auch Algorithmen (.) fähiger werden, besser

765 werden, ahm. wie siehst du aber so einen kritischen Punkte, wo du sagst, „okay also damit

766 kannst du dich, das würde dir persönlich zu weit gehen. #00:53:18-6#

767

768 J2: Hm. (.) Also hm. (.) Also mit diesen Text generieren (I: Hm) also was würde mir zu weit

769 gehen; (3) naja wenn ich überhaupt keinen ahm. (.) wenn ich nicht mehr Teil davon bin,

770 oder so. Wenn ich (.), wenn das ganz automatisch und publiziert wird, ohne, dass ich noch

771 eingreifen kann. (I: Hm) Also es (.) ja. (.) Ich meine jetzt ist das ja schon so, also z.B. heute

772 habe ich einen Text geschrieben den gebe ich dann sogar noch (.) den (.) Personen über  
773 die ich geschrieben habe (I: Hm), dass die das auch noch lesen könne, weil ich finde es ist  
774 schon noch so ein (.) ein Vertrauens- gerade bei manchen Themen halt. Bei Politikern  
775 würde ich das nicht so gerne machen; aber das ist ja auch üblich, dass man Zitate freigeben  
776 lässt, aber (.) aber gerade wenn es irgendwie soziale Geschichten sind oder so, mit  
777 persönlichen (I: Hm) (.) ahm. Vertrauen wo die (.) sehr viel preisgeben ahm. will ich schon,  
778 dass ich einerseits, aber auch sie eingebunden sind und, es ist schon auch immer so ein  
779 Machtgefälle halt auch (I: Hm). Medien haben Macht und (.) und die berichten dann über  
780 irgendwelche Leute oder so und die sind dem so ausgeliefert und wenn wir dann alle (lacht)  
781 ( ) der Technologie ausgeliefert sind, dann (.) ja stelle ich es mir wieder schwierig  
782 vor, dass ma da hm (.) hm Vertrauen nicht missbraucht und so. (I: Hm) (5) #00:54:44-1#  
783  
784 I: Ja gibt es noch etwas, dass du gerne abschließend noch sagen möchtest (3) zu der  
785 Thematik. #00:54:50-1#  
786  
787 J2: Mir fällt jetzt nichts mehr ein (3) aber falls du noch Fragen hast, kannst du dich auch  
788 gerne melden dann im Anschluss. #00:54:57-0#  
789  
790 I: Danke. (lacht) #00:54:58-2#  
791  
792 J2: (lacht)  
793 #00:54:57-3#  
794  
795 I: ( )



### A13.3. J3

2 I: ( ) #00:00:22-0#

3

4 J3: ( ) #00:00:19-3#

5

6 I: Ahm. Ja wie vorher schon erwähnt, es geht bei mir um algorithmischen Journalismus (J3:

7 Hm) bzw. Roboterjournalismus und konkret geht es natürlich ahm. um diese automatisierte

8 Textgenerierung. Ja? #00:00:29-6#

9

10 J3: Okay.

11 #00:00:29-6#

12

13 I: Ahm. Wir haben vor ein bisschen darüber gesprochen? Ahm. Was verbinden Sie mit

14 diesen, diesen Roboterjournalismus, als was=was fällt Ihnen dazu ein, was ist so der

15 #00:00:39-9#

16

L

17

J3: Du kannst ruhig per Du bleiben, und nicht beim

18 Transkribieren schreiben. (lacht) #00:00:41-6#

19

20 I: (lacht) #00:00:46-2#

21

22 J3: Wie gesagt ich=ich kenne ahm. Ich kenne Initiativen dazu und = und erste Versuche,

23 gestehe, dass Gebiet nicht aktiv verfolgt zu haben (.) in anderen Artikeln und Recherchen

24 zum Thema künstliche Intelligenz (I: Hm) (3) ahm. bin ich auch mit Spracherkennung

25 und=und Sprachverständnis (.) in Verbindung gekommen (.) Ich denke, rein = der rein

26 technische Aspekt (.) ahm., dass aus ahm. einer Menge von Meldungen oder (I: Hm)

27 Quellen die verfügbar sind, eine (.) ahm. kurze bis mittlere Meldung verfasst werden kann;

28 (.) die jetzt, ahm. für den Leser nicht von einer [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) -Meldung zu

29 unterscheiden ist; (.) dass wird es, das gibt es teilweise schon, bzw. wird es das sehr bald

30 geben. (I: Hm) Eine Frage, eine praktische Frage wäre vielleicht wie viel (.) ahm. wie viel

31 menschlicher (.) quasi ahm. Aufsicht es bedarf. Also ob da quasi, ahm. eine von 10

32 Meldungen noch einen= noch Kauderwelsch drinnen hat oder sonstigen inhaltlichen Hacker

33 (Haken), oder ob das eine von 100 ist oder (I: Hm) aber das wird sich deutlich verbessern.

34 (.) Du hast glaube ich auch schon angesprochen (.), dass die Effizienz und die Fehlerfreiheit

35 hängt von der Eigenheit der Sprache ein bisschen ab (*aus dem Vorgespräch bezüglich*

36 *Unterschiede der Sprache: Englisch und Deutsch*) (I: Hm), dass heißt es wird im englischen

37 Sprachraum wahrscheinlich schneller, abgesehen davon, dass= dass der überhaupt weiter  
38 ist, (.) ahm. wird es auch von der Sprache her schneller ahm. solche funktionierenden  
39 Systeme geben, es ist aber, wenn es nicht jetzt schon gibt, total absehbar, dass es bald  
40 Programme geben wird, die eben aus, die sich unter Umständen auch selbstständig im  
41 Internet (.) (I: Hm) Meldungen zusammenpflücken können; daraus (.) einen Text  
42 generieren und den (.) und der praktisch nicht von einer, von einem Journalisten gemachten  
43 Kurzmeldungen (I: Hm) ahm. zu unterscheiden ist. (3) (I: Hm) Ahm. (.) trotzdem glaube,  
44 dass es da viele Probleme gibt. (I: Hm) #00:03:06-3#

45

46 I: Was könnte da für ein Problem (.) auftauchen? #00:03:10-6#

47

L

48

J3: Das eine ist, dass ich eine ziemliche ahm.

49 (.) sowohl sprachliche als auch inhaltliche (.) ahm. Vereinheitlichungen erwarte (I: Hm), weil  
50 was machen denn diese Algorithmen; abgesehen von der Sprache= die werden einerseits  
51 auf= auf ihre Zielgruppen irgendwie zugeschnitten sein (I: Hm) was ganz klar ist, die werden  
52 eigentlich für Google schreiben. (I: Okay. Ja? Okay) Weil = weil die werden halt versuchen,  
53 dass irgendwie ahm. „google-optimiert“ zu formulieren und werden das viel besser können,  
54 als irgendein Mensch. Also (.) (I: Hm) das ist heute auch den menschlichen Redaktionen  
55 zumindest bei Titeln und Überschriften (.) wird gesagt, schaut nehmt das, formuliert das so,  
56 dass das Google das schnell findet, etc. (I: Hm) Also das ist ja, das ist ja schon, das ist ja  
57 nicht neu. (I: Hm) also so eine Engine- Optimisation ist ja (.) (lacht) state-of-the-art (.) und  
58 das werden diese Algorithmen (.) ahm. diese Programme werden Algorithmen drinnen  
59 haben, die das seh brutal und sehr (.) (lacht) sehr in den Vordergrund tun werden. (I: Hm)  
60 Und auch die Auswahl (.) was =was nehme ich überhaupt als Meldung wird =wird auch  
61 nach gewissen Algorithmen (.) funktionieren schätze ich einmal. (.) #00:04:28-1#

62

63 I: Also die Auswahl. #00:04:27-5#

64

L

65

J3: Also ich denke mir, ich denke mir, dass wenn ich, wenn 5 Medien ahm.

66 solche Robots verwenden; (.) (I: Hm) werden die, (.) fünf gleich lautende (.) und so sagen  
67 wir, müssten jeder muss=muss 3 (.) (lacht) hat den Platz für 3 Kurzmeldungen (I: Hm), oder  
68 während die=die 3 gleich-lautenden Kurzmeldungen in der gleichen Reihenfolge, in extrem  
69 ähnlicher Formulierung rauskriegen. (I: Okay?) Das heißt, es wird eine extreme (.) ahm.  
70 extreme noch einmal Verengung sowohl des Spektrums, als auch der= der Sprache geben.  
71 (I: Hm. Ahm?) Das ist einmal das erste was (I: Okay) #00:05:05-4#

72

73 I: Wie=wie was (.) wie siehst du diese mögliche Entwicklung, also diese Vereinheitlichung  
74 der Sprache? #00:05:09-8#  
75  
76 J3: Ja schrecklich fad (I: Hm), also (.) ahm. (3), dass ist ein Problem ahm. ist prinzipiell,  
77 dass ja Medien irgendwie un=unterscheid- also irgendwie sich=sich unterscheiden wollen.  
78 Ahm. (I: Hm) von anderen, weil (.) warum klicke ich auf Website „A“ und nicht auf Website  
79 „B“. (I: Hm) (.) Und damit mache ich das natürlich kaputt weil der Leser findet, dann überall  
80 nur das gleiche. (I: Hm) Ein realer Redakteur, wenn irgendwie, ich habe das ahm.  
81 lange=lange gemacht= gehabt, so eigene Seiten betreut; wo halt dann eine Spalte mit  
82 Kurzmeldungen ist, der wählt aus, nach eigenen Vorlieben (I: Hm) nach eigener, vielleicht  
83 auch politischer Überzeugung? Kann man jetzt darüber reden ob das gut oder schlecht ist (I:  
84 Hm), aber wenn ich zb. im Bildungsbereich (.) ahm. sehe, ich habe 5 Meldungen und eine=  
85 für drei habe ich Platz und eine ist auf Volkshochschule, die irgendwas mit ahm. die einen  
86 ahm. Kurs anbietet, der ahm. prekär beschäftigten vielleicht Bildungsfernen Schichten hilft (I:  
87 Hm), sich gegen Ungerechtigkeit in=in der Beschäftigung zu wehren, dann nehme ich den  
88 rein, weil (lacht) (I: Hm) aus sozialen (lacht), aus sozialen Aspekten (.) sowas wird ein  
89 Algorithmus nie tun. (I: Hm) Oder im Technikbereich, wenn ich irgendein Kastl, ahm. das  
90 neu vorgestellt wird, aus irgendwelchen Gründen, witzig finde, wenn ich finde das ist eine  
91 interessant Innovation, die die drinnen haben; (.) selbst wenn ich vielleicht weiß, dass ist  
92 interessiert jetzt nicht (.) das ist jetzt nicht eine besondere breite Zielgruppe; wenn mir das  
93 einfach taugt (.) werde ich das reinnehmen. Also dieser=dieser persönliche Touch ahm.,  
94 den ein Journalist im Idealfall, muss man dazusagen; (I: Hm) auch in so Kurzmeldungen  
95 reinlegt, der geht vollkommen verloren. (I: Hm) (.) Man kann sich fragen, ob der nicht ahm.  
96 in Zeiten des Online-Journalismus, wo es halt sehr um Geschwindigkeit geht (.) ahm.  
97 sowieso am Aussterben ist, auch (lacht) auch mit durch Menschen generierte, weil die halt  
98 auch nur eine [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) -Meldung abwandeln und aus; ich glaube  
99 aber trotzdem, dass es mit solchen ahm. Bots noch wesentlich ahm. wesentlich schlimmer  
100 und unter Anführungszeichen seelenloser ist. Und ich glaube auch, dass das im (.) vielleicht  
101 nicht bewusst, aber der Leser doch merkt, (.) dass das irgendwie ahm. ein Einheitsbrei ist,  
102 im Gegensatz zu (.) ahm. etwas was mit ein bisschen Liebe ausgesucht ist. (I: Hm) Ahm.  
103 Auch, das Gleiche gilt auch für Formulierungen. (I: Hm) Diese Bots werden viel können,  
104 aber an Wortwitz, an Wortspiel, (.) (I: Hm), eine Ironie, (I: Ein Witz, oder so), die man auch  
105 in eine Kurzmeldung bringen kann, um das irgendwie lustig zu formulieren, (.) werden die  
106 auf absehbarer Zeit nicht schaffen (I: Hm). Also das ist (.) was ich kenne jetzt ahm. würde  
107 das noch einmal eine neue Entwicklung, eine neue Stufe brauchen, die momentan nicht  
108 absehbar ist. #00:08:23-0#  
109

110 (I: Hm): ( ) Ein Paradigenwechsel, in der - #00:08:23-9#  
111 L  
112 J4: Also da müsste wirklich noch einmal ein sogenannten  
113 Quantensprung oder was kommen. (I: (lacht)). Was (.) das ist einmal die eine Sache? (I:  
114 Hm) Was noch wesentlich schlimmer ist, (.) ahm. weil das ja noch irgendwie okay, das ist  
115 der Unterhaltungswert im Wesentlichen (I: Hm) von dem ich gesprochen habe; (.) das  
116 journalistische ahm. es gibt ja theoretisch ahm. noch sowas wie einen journalistischen  
117 Anspruch? (I: Hm) Ahm. (3) Und da gibt es zwei Punkte, die diese Dinge aus meiner Sicht  
118 nicht, oder nur extrem eingeschränkt können? Ahm. Das eine ist die Wertung und  
119 Bewertung? (I: Hm) Und das andere ist einfach die Recherch´. (.) und zwar das  
120 nachrecherechieren. (I: Hm) Weil was macht so ein Ding, so wie ich es verstehe, ich weiß  
121 (lacht), korrigiere mich, wenn (lacht) du von anderen Dingen ahm. (I: Hm) wenn von anderen  
122 Dingen die Rede ist eigentlich, aber ich denke an=an Dinge die öffentlich ahm. (.)  
123 verfügbare Dinge, die dann typischerweise Presseaussendungen etc. sind, durchforsten?  
124 Und daraus was zusammenstricken. #00:09:35-7#  
125  
126 I: Hm. Ja? ( ) #00:09:38-1#  
127  
128 J3: Also das wäre, (.) ich weiß nicht was=was es sonst an (I:Genau) Robot-Journalismus  
129 ahm. noch gäbe, das ist das was ich kenne. #00:09:44-7#  
130  
131 I: Ja es gibt auch noch (J3: Hm) ahm., mann kann ja auch noch also Datenpakete  
132 zukaufen? (3) Okay (lacht). Ahm. Datenpakete zukaufen, ja das würde es auch noch  
133 geben, aber meistens arbeitet man eh eben mit dem, dass man es durchforstet, was  
134 verfügbar ist. #00:10:02-9#  
135  
136 J3: Mag auch sein, dass irgendeine (.) ja einen Zugang zur [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen)  
137 oder irgendwas oder zu einem (.) Portal dazu kaufe. Der Punkt ist (.), jede Aussendung die  
138 irgendwer schon von sich aus ins Netz (I: Hm) gestellt hat, oder eben dieses, in diesen  
139 Datenpool einspeist oder so. (.) Die hat eine Intention (.) (I: Hm). (.) Und diese zu erkennen  
140 (.), zu bewerten (.) und die Meldung entsprechend zu schreiben, oder ver= überhaupt  
141 auszuwählen, nehme ich die oder nicht. (.) Da sehe ich echt nicht, wie das ein=ein (I: Hm)  
142 wie das eine KI ( ) sinnvollerweise kann. #00:10:39-3#  
143  
144 I: Das heißt, also diese, da gehts auch ein bisschen ein Stück weit um diese (.) Wie könnte  
145 der Mensch ersetzt werden, wo ist er nicht ersetzbar. #00:10:47-1#  
146

147 J3: Da ist aus meiner Sicht, überhaupt nicht ersetzbar; (.) weil ahm. diese KI wird weder (.)  
148 ahm. wird weder sehen können, Beispiel (.) ein und die selber Meldung oder eine sehr (I:  
149 Hm) gleich lautende Meldung, wenn die Polizei Wien sagt, die Wohnungseinbrüche sind um  
150 so und so viel Prozent gestiegen. (I: Hm) Ist das eine Meldung. Wenn die [ \_\_\_\_\_ ]  
151 (Regierungs-Partei) das aussendet, (.) hat das einen anderen Charakter. (.) (I: Hm) Selbe  
152 Meldung. Das zu erkennen, ahm. da ahm. auch die entsprechenden Konsequenzen zu  
153 ziehen, (.) oder (.) auch=auch das Thema Kontext, ahm. (I: Hm) oder überhaupt  
154 Bewertung, ahm. Anderes Beispiel was mir eingefallen ist, die Meldung, dass ahm.  
155 Kreuzfahrt=Kreuzfahrtpassagiere im Mittelmeer um 200 Prozent gestiegen sind, ist so eine  
156 typische Robo- (I: Hm) Ding-Meldung. Ja das ist, (.) das hat halt im Tourismus (.) ahm.  
157 ahm. Büros ausgesendet (.) das kann man mit journalistischer Sorgfalt durchaus glauben,  
158 da brauche ich nicht ( ) die brauche ich nicht selber zählen; das hat keine großen  
159 Implikationen; in einem Tourismus- Fachjournal auf den Reiseseiten, ahm. ahm. oder  
160 Portalen, kann ich sowas bringen? Aus. (I: Hm) Die Meldung, dass ahm. die Zahl die  
161 betrunkenen Flüchtlinge um 200 Prozent gestiegen ist. Ist eine ganze andere Kategorie. (I:  
162 Hm) (3) Und das kann, so ein Ding auch nicht unterscheiden. (I: Hm). Also es wird vielleicht  
163 eine sehr gute KI, wird es vielleicht merken, dass das eine nicht in das (*dem*) Tourismus fällt  
164 (lacht) und das andere schon, obwohl irgendwie Boot und Mittelmeer vorkommt (lacht). (I:  
165 Hm) Schlechte wird nicht einmal das schaffen. (lacht) Aber das geht, dann vielleicht nicht,  
166 trotzdem ein sorgfältiger Umgang, ahm. mit=mit Nachrichten, sowohl von der Auswahl, als  
167 auch von der Präsentation, wo und wie ich es bringe; (.) kann ich von einer KI nicht  
168 erwarten. (I: Hm) #00:12:54-9#

169

170 I: Ahm. Du hast vorher auch. Ja? Ja? #00:12:56-3#

171

172 J3: Und entschuldige noch, wichtiger Punkt ist auch das Nachrecherchieren (I: Hm). Was  
173 fehlt in der Meldung. (I: Hm) Ich kann so und so viel (.) Informationen haben und=und (.)  
174 schon 17- Mal genug für die=die Länge die ich brauche; und trotzdem kann eine  
175 entscheidende fehlen. (I: Hm) Ahm. Ich bin Tech= Ich komme aus der Technik teilweise, und  
176 auch Technik-Journalismus gemacht, weil es gerade herumtut (Hintergrundgeräusch).  
177 Beamer sind toll, wie auch immer, sind aber oft=oft ein bisschen laut. (I: Hm) (3) Und  
178 Hersteller vergessen, dann oft auf die Angabe wieviel Dezibel das ist. Das ist oft ein Hinweis  
179 darauf, dass das kein besonders gutes, dass dieser Wert nicht besonders gut ist. (lacht) (I:  
180 Hm) Und denn findet man üblicherweise auch nicht auf der Homepage oder so; (.) da muss  
181 man nachfragen oder vielleicht hat der Kollege schon einen Test geschrieben und=und das,  
182 also (.) dem das nachfragen, dass irgendwo sehen, wo ist eine, und das kann man wohl  
183 bei=bei sehr vielen (I: Hm) journalistischen Themen; wo ist die Lücke, welche Info fehlt? (I:

184 Hm) Und selbst wenn eine sehr tolle KI das schaffen würde (I: Ja), kann die dann anrufen  
185 und=und (lacht) (I: (lacht)) und= und fragen. #00:14:09-9#  
186  
187 I: Und die Gespräche führen. #00:14:08-5#  
188  
189 J3: „Entschuldigung bei eurer Aussendung fehlt das“ ahm. (I: (lacht) und dann die jeweilige  
190 PR-Agentur schicken, dass die den ahm., diese Zahlen (I: Hm) nachliefern, oder vielleicht  
191 auch sagt, das = das ist, ahm. die Zahl ist nicht verfügbar; und dann mit dem  
192 entsprechenden halt quasi „über die Lautstärke macht das Unternehmen keine Angaben“  
193 reinzuschreiben um=um den Leser auf was hinzuweisen. (I: Hm) Auch mit der  
194 entsprechenden, mit diesen richtigen Unterton, weil man weiß es ja nicht. (I: Hm) Vielleicht  
195 ist es eh leise, aber (lacht) also diese Dinge, dieses Fingerspitzengefühl auch, fehlt einer,  
196 wird einem KI auf absehbarer Zeit aus (I: Hm) meiner Sicht fehlen. (.) Und wie gesagt  
197 Recherche, nachfragen. Das ist ein ganz wichtiger (I: Hm) (lacht) ganz=ganz wichtiger,  
198 Kernelement des Journalismus, oder auch= auch nur die Idee, #00:14:54-1#  
199  
200 L  
201 I: ( ) Ja?  
202  
202 „muss ich nachfragen, oder nicht. (I: Hm) Denn wie gesagt, wenn der, wenn irgendeine  
203 Kreuzfahrt ahm. eine Rederei ausschickt, dass sie um 200 Prozent mehr Passagiere haben,  
204 (.) muss ich nicht beim Verband der Kreuzfahrer nachfragen, ob das eh stimmt oder so,  
205 sondern, dass kann ich glauben. (I: Hm) (.) Andere Dinge, (.) ahm. (.) ahm. wenn die [  
206 \_\_\_\_\_ ] (politische Partei) aussendet, „Ausländerkriminalität gestiegen; dann muss ich mit  
207 den Datensatz schon genauer anschauen. Ganz witzige Sache; (.) gerade (.) gerade wenn  
208 mit Zahlen manipuliert wird? (I: Hm) Und wo man Zahlen und Statistiken ( )  
209 anschauen muss, also was eigentlich eine Stärke vom (.) gerade da glaube ich, dass die KI  
210 sehr = sehr versagt. #00:15:39-9#  
211  
212 I: Ja warum? #00:15:39-9#  
213  
214 J3: Na weil das Verständnis dahinter #00:15:43-4#  
215 L  
216 I: Was =was miteinander zu tun hat? #00:15:44-5#  
217  
218 J3: weil =weil das Verständnis, genau weil=weil das Verständnis (I: Hm) dahinter, die Idee,  
219 „okay (.) diese Zahl ist so und so, ( ) nicht jede Statistik nicht jede statistische  
220 Korrelation ist auch eine Kausa= also (I: Hm) Die Frage ist, wie geht die Kausalität oder

221 gibts= gibts andere Kausalitäten, wenn ich sage, das berühmte Beispiel „Ausländer sind um  
222 so und so viel Prozent mehr kriminell als Inländer“. (.) Ja sind, haben aber auch um so und  
223 so viel Prozent weniger Einkommen und Bildung? (I: Hm) Und wenn ich das mit der  
224 entsprechenden Einkommens- und Bildungsschicht vergleiche, dann (lacht) dann schaut es  
225 wieder anders aus. Also es hängt nicht am Ausländertum? (I: Hm) Solche Überlegungen (.)  
226 macht keine Kl. (flüstert) (I: Hm) Weil=weil es eh, (.) da brauche ich ein Weltbild und (lacht)  
227 und das hat, das hat diese Dinge bis auf weiteres nicht, behaupte ich. (I: Hm). #00:16:33-1#  
228

229 I: Am das heißt, (.) dass ich auch diese = diese menschliche Aufsicht von= von der du  
230 vorher gesprochen hast. #00:16:36-1#

231

L

232 J3: Sag ich mal so.

233

234 J3: Hm? Die Frage ist ob da eine Aufsicht, letztendlich nicht mehr (.) Aufwand ist, also wenn  
235 ich mir jetzt vorstelle (I: Hm) (.) das Ding macht die Kurzmeldung und ich schaut mir, habe  
236 da nicht ( ) eine CVT oder sowas, (.) schau ich noch einmal über die Kurzmeldung  
237 drüber; und da = da fehlt mir was (I: Hm), da muss ich erst wieder (I: Hm), dann weiß ich ja  
238 nicht einmal welche Daten ahm., welche unter Umständen weiß ich nicht einmal welche  
239 Datensätze und woher die Quellen (.) genommen haben? Ich weiß nicht, hat das= das Ding  
240 jetzt weggelassen, weil es keinen Platz gehabt hat? (.) I: ( ) Bin ein Print-Journalist  
241 ahm. #00:17:15-7#

242

243 I: Also wenn jetzt ja? #00:17:15-0#

244

245 J3: Weil Platz gibts = gibts im (lacht) gibts bald nicht mehr. Aber weil die  
246 Zeichenlängenvorgabe, die wahrscheinlich auch irgendwie überschritten war, oder hast du  
247 es weggelassen weil der Wert so mittelmäßig war, dass er keine besondere Erwähnung  
248 bedarf? Oder hat es weggelassen weil es einfach nicht weiß, woher. (I: Hm) Nur weil das in  
249 den Quellen nicht drinsteht. (I: Hm) Und dann, über die Kl die Quellen nachwassern, (.) ist  
250 noch viel mehr Aufwand als die Meldung selber machen. #00:17:45-4#

251

252 I: Ganz ganz (J3: Hm), ganz wichtig. Ja? #00:17:47-0#

253

L

254 J3: Also aus meiner, also so stelle ich es mir vor, ich, wie  
255 gesagt ich habe natürlich null A= Erfahrung (lacht) #00:17:52-0#

256

257 I: Ahm. Jetzt ist halt die Geschichte, ahm. du sprichst über=über Künstliche Intelligenz (J3:  
258 hm (bejahend)). Also da sind wir schon (.) ahm. ein Stück weiter? Also wir haben zwei  
259 verschiedene (sehr grobe Unterscheidung) Möglichkeiten (J3: Okay?). Wir Daten ahm. wie  
260 haben, also klass= also algorithmischen Journalismus indem, dass wir (.) (J3: Hm?)  
261 strukturierte Daten vorliegen haben und das regelgeleitet haben? Also da ist wirklich nur  
262 wenn - dann und ganz einfach? ( ) #00:18:14-2#

263

L

264 J3: Na wie= wie funktioniert sowas? Das kenne ich  
265 glaube ich nicht? #00:18:17-1#

266

267 I: Und dann gibt es das komplexere, das ist dann wirklich dann (J3: Hm) Deep Learning; KI  
268 wo es dann, die sich die Sachen dann selber zamsucht und lernt. Also #00:18:23-5#

269

L

270 J3: Gut das erste kenne ich nicht. Erkläre ist mir mal ein bisschen.

271 #00:18:25-5#

272

273 I: Das heißt, ahm. das erste ist wirklich komplett einfach, das ist mehr so Lückentext? Dass  
274 ist das was wir jetzt bei Sportnachrichten eher macht; (3) Also das man einfach einfüllt „so  
275 und so viele Tore geschossen“; (.) #00:18:39-3#

276

277 J3: Ja! #00:18:39-3#

278

279 I: Und bei der KI ist es halt dann schon komplexer, weil das kann sich die Sachen schon  
280 selber beibringen. #00:18:45-0#

281

282 J3: Okay aber sie muss, du meinst Sport- ahm. Sportergebnissen einfach. #00:18:46-7#

283

284 I: Genau. #00:18:48-3#

285

286 J3: Auch da (3) (I: Hm) (3) Ein 1 zu 0 (.) schreibe ich anders als ein 10 zu 0. (I: Hm) (lacht)  
287 #00:18:56-5#

288

289 I: Genau (lacht) ja #00:18:58-9#

290

291 J3: Bei 1 zu 0 dann schreibe ich „okay Tor in der 47- sten Minute; (.) ahm. Schluss. Bei 10  
292 zu 0 frage ich WAS WAR DA LOS? Sind die anderen überhaupt nicht gekommen? Oder?

293 Also ahm. mag sein, dass es, ich meine für ganze spezifische Anwendungen (.) (I: Hm)



294 ahm. Sportergebnisse, die rein rattern in ein Schema; (I: Ja). (3) Das vielleicht wirklich nur,  
295 (.) das ist ja kein Journalismus letztendlich. (I: Hm) Also (.) ahm. wenn ich= wenn ich nur,  
296 sagen wir auf Eurosport (.) in= auf der Website die neuersten Ergebnisse der  
297 verschiedensten (.) ahm. der verschiedensten Sportarten quasi einfach nur die Ergebnisse  
298 repute; (.) das würde ich auch nichteinmal als Sportjournalismus (I: Hm) bezeichnen. (I:  
299 Hm) #00:19:43-2#  
300  
301 I: Als= als was würdest du es bezeichnen? So? #00:19:47-6#  
302  
303 J3: Es ist letztendlich ein, es ist noch ein Nachrichtendienst, isses wohl? (I: Hm) Ich würde  
304 es aber eben als (.) ich würde es eben als solches als=als Informationsdienst bezeichnen;  
305 (I: Hm) genauso wie ein Börsenkursticker. (I: Hm) Ich meine den recherchiere ich auch nicht,  
306 sondern da sage ich einfach nur, (lacht) sage ich einfach nur wieder oder Wetter ahm. (.)  
307 wenn ich einfach nur, wenn= wenn ich einfach nur ein=ein Wetterportal habe, wo, wo steht  
308 ob es regnet, ob es schneit und wie=wie warm es ist und die Luftfeuchte und der =der Wind.  
309 (I: Hm)  
310 (.) Das brauche ich nicht ( ), das= das ist kein Journalismus (I: Hm) (lacht) also, (.)  
311 die Seite wo dann steht, „ja es wird morgen wärmer und so“ darüber kann man noch  
312 streiten, aber selbst das würde ich nicht als, also selbst das also selbst das sowas geht  
313 dann vielleicht auch wirklich generiert. (I: Hm) Aus meteorologischen Daten; und=und die  
314 halt dann quasi irgendwie rauf- runter (.) und dann wird das so bisschen variiert wie das=  
315 wie das ahm. Sternzeichen der Kronenzeitung. (I: Hm) Das quasi (I: Hm) morgen wird es  
316 schön, morgen erwartet uns ein sonniger Tag? Morgen scheint wieder die Sonne? (lacht)  
317 Und diese drei Dinge (I: (lacht) ) variere ich halt bei einer bestimmten Datenlage, dass  
318 (lacht) morgen (lacht) ja (lacht) mehr als 75 Prozent Sonne ist, kommt eines von diesen drei  
319 dazu, als Generator oder so okay. (I: Hm) Aber das ist (.) ahm. weder KI noch  
320 Journalismus. (I: Hm) Also (.) und=und will auch nicht einmal Journalismus sein, das ist  
321 vielleicht der Punkt. (I: Hm) (.) Weil was soll ich dann nachrecherchieren. Also wenn ich  
322 eine (.) wenn ich das aus seriöser Quelle habe, sei es jetzt irgendwelche (.) ahm. die  
323 Fußballergebnisse von (.) ich weiß nicht, ( ) oder wen auch immer? Oder die=die  
324 Wetterdaten von der (.) Zentralanstalt für Meteorologie und Geophysik; dann ist das eine  
325 Datenleitung und= und okay, (I: Hm) dann werde diese Daten (.) übersetzte für einen  
326 Menschen lesbares Format. Aber das= das ist jetzt noch kein (.) würde, also kommt darauf  
327 an, ist natürlich, wahrscheinlich sind die (.) ahm. (.) sind die Grenzen fließend, aber (.),  
328 dass würde ich, kenne ich natürlich logischerweise aus der Zeitung nicht; (I: Hm) Das  
329 haben wir nicht. Bzw. bei und wären das die Börsenseiten. (I: Hm) (.) aber okay, die  
330 kommen (I: ( ) ), die kommen von irgendwie, die werden irgendwie, ziemlich semi-

331 automatisch, aber das ist glaube ich schon seit 20 Jahren mindestens (I: Hm) so, dass also  
332 (.) wenn nicht der selbstverständlich seit 30 Jahren, ( ) 30 Jahre nicht; (I: Hm) ist das  
333 so, dass das diese Dinge einfach computerisiert und automatisiert passieren. (I: Hm) Aber  
334 (.) da gehts halt rein um Zahlen. Also, also das wo =womit der Zahl= vielleicht kann man es  
335 so sagen: Wenn mit der Zahl schon wirklich alles gesagt ist, Temperatur (I: Hm), (.) wie  
336 warm isses, Schnee, Schneehöhe also die ganzen Wetterpanorama Dinge (.),  
337 Wechselkurse. Wenn mit der Zahl schon alles gesagt ist, dass geht das automatisch (I: Hm)  
338 aber das=das ging schon, da brauche ich keine künstliche Intelligenz, tatsächlich nicht.

339 #00:22:59-4#

340

341 I: Ahm. Wenn wir wieder zurückgehen (J3: Jo.) zur künstlichen, zur künstliche Intelligenz,  
342 oder (3) #00:23:08-3#

343

344 J3: Ja? Ja? #00:23:08-3#

345

346 I: Also wenn wir wieder zurückgehen, zur künstlichen Intelligenz; ahm das da vielleicht ein  
347 bisschen mehr an= also Möglichkeiten bietet, ahm du hast ja vorher das Thema ja  
348 angesprochen der menschlichen Aufsicht, auch das Nachrecherchieren. (J3: Ja!) Vielleicht  
349 eine Art von Kontrolle. Wie siehst du diese Entscheidungen, oder diese Verantwortung,  
350 wenn man so etwas verwendet, die Nachricht die dann rausgeht. (J3: Ja.) Was passiert  
351 wenn ein Fehler passiert? #00:23:33-8#

352

353 J3: Es ist immer der Mensch verantwortlich; (I: Hm) (.) Äh im Print ist es einfacher, da gibt  
354 es einen CvD (*Chef vom Dienst*); dessen Aufgabe es theoretisch ist, ahm. jede Seite  
355 anzuschauen bevor sie in die Druckerei frei=freigegeben ist. (.) Jetzt abgesehen von dem  
356 was in den Ressorts und so passiert, wo der Ressortleiter das vielleicht freigibt; aber so eine  
357 generelle Endkontrolle, da gibts halt einen, der ist dafür zuständig. (I: Hm) (.) Letztendlich,  
358 es wird nicht immer so gehandhabt und weiß ehrlich gesagt nicht wie das ist mit dem  
359 Medienrecht oder so wäre, aber letztendlich ist es so; wenn ich was drucke ist= ist mal die  
360 Firma dafür verantwortlich (lacht) und da gibt es halt dann einen, der das halt quasi für den  
361 Druck freigibt und (.) ja der ist es halt (I: Hm). Und (.) online; natürlich ist das oft ein  
362 bisschen, natürlich kann man auch=auch Dinge (.) die=diese direkt vom Redakteur  
363 freischalten lassen, oder (I: Hm) man könnte das auch so einrichten, dass es halt überhaupt  
364 kein Mensch mehr sieht; (I: Hm) ahm. trotzdem ist letztendlich das Medienhaus, sprich der  
365 Betreiber der Website ahm. also der inhaltliche Betreiber; dafür verantwortlich. Ich wüsste  
366 nicht, warum das anders sein sollte. (I: Hm) Und sich dann aus=aufregen und dann sagen,  
367 na der Algorithmus war schlecht programmiert (I: (lacht) ). (lacht) Im Übrigen wird sowas

368 wahrscheinlich in den AGBs die da ( ) J3 und I: (lacht) mitkommen, und die dann  
369 wahrscheinlich so ein Stapel sind (J3 gestikuliert einen hohen Stapel) (lacht), explizit  
370 ausgeschlossen sein. J3 und I: (lacht). #00:25:11-4#

371

372 J3: Also ich meine überlege dir, was du schon anklicken musst um ein Handy oder eine  
373 neue Software (I: Ja) wenn=wenn diese Computer das erste mal (.) #00:25:18-7#

374

375 I: Das stimmt. Ja. #00:25:18-7#

376

377 J3: Da kommt so ein Ding, das kein Mensch liest. Äh. Ich nehme an im „B 2 B“ - Bereich  
378 wird das noch viel schlimmer sein. Also jegliche mögliche Haftung wird ausgeschlossen  
379 sein. (.) Ich meine (.) im Prinzip; wäre es auch möglich (.) und das wäre wahrscheinlich  
380 nicht einmal das Schwierigste (.) zumindest einen ahm. eine Heuristik einzubauen, dass  
381 das gewisse ganz schlimme Dinge nicht passieren. Also Schimpfworte, (.) oder auch ahm.  
382 im österreich-deutschem Sprachraum, musste man z.B. auch schauen. (.) Es wäre  
383 denkbar, dass so ein System eben gewisse Meldungen von allein freigibt und andere  
384 flagged ahm. für „Mensch soll drauf schauen“; (I: Hm) wenn es z.B. das Wort Nazi,  
385 Nationalsozialismus, Jude, Konzentrationslager, (.) Holocaust, bla bla bla, vorkommt, muss  
386 es ein Mensch anschauen, ob das nicht in einem Kontext ist, den man als Wiederbetätigung  
387 ahm. (I: Hm) bezeichnen kann, was wahrscheinlich eine KI auch schwer abschätzen kann.

388 #00:26:28-2#

389

390 I: Das wäre auch so ein Risiko vielleicht, #00:26:28-9#

391

L

392 J3: Und und, was =was sofort quasi was Strafbares ist.

393 Ahm. (I: Hm) (.) Da, ein anderer wichtiger Punkt ist, es darf keine ahm., es dürfen keine  
394 rezeptpflichtigen Medikamente beworben werden, (.) (lacht) #00:26:41-3#

395

396 I: Okay (lacht), nicht, dass dann die KI auch schon anfängt zum Verkaufen (lacht)

397 #00:26:47-7#

398

399 J3: Ja wenn die einfach sagen, das und das ist super super. Das ist natürlich schwierig, weil  
400 ich meine redaktionell darüber schreiben, dass da jetzt ein neues Medikament ahm.  
401 gefunden wurde, dass das und das macht; (.) da darf ich den Medikamentennamen glaube  
402 ich nennen, ihn ahm. muss aber aufpassen wo halt die Grenzen zur Werbung sind, was  
403 =was ich mir eben, was eben wieder zu dem zurückkommt, (.) dass die KI ja nicht den äh. (.)  
404 die Intention des Aussenders ahm. mitbedenkt. (I: Hm) Und vielleicht eine Formulierung

405 einfach abschwächt prinzipiell und= und nichts. Wir haben das individuell  
406 maßgeschneidertste, äh. (lacht) sondern einfach nur „habe neues Produkt, dass“ (lacht). (I:  
407 Hm). Ahm. Solche Dinge, die ein= ein menschlicher, (.) also den Ton auch irgendwie  
408 anpassen, an das was ich= was ich kommunizieren will (I: Ja). Ich meine das lässt, ließe  
409 sich wahrscheinlich mit einer sehr guten KI machen, (.) ist aber glaube ich noch ein  
410 bisschen außerhalb der Reichweite dessen was=was heute verfügbar wäre. #00:27:51-1#  
411  
412 I: Was, was möglich ist. #00:27:52-5#  
413  
414 J3: Weiß ich nicht, aber (I: Hm). #00:27:54-0#  
415  
416 I: Ahm. (.) Wie schätzt du (.) so die, wenn man sich diese KI und die automatisierte  
417 Textgenerierung sich so anschauen, wie schätzt du eine möglichen Nach- oder Vorteil, der  
418 da einfach so in der jetzt, in der Arbeitspraxis. (J3: Ja) So in= in ( ) #00:28:11-5#  
419  
420 J3: Ich meine der mögliche Vorteil ist natürlich (.) natürlich brauchen so Kurzmeldungen  
421 auch Zeit? (I: Hm) Und „Manpower“ ist teuer und=und (.) und im Prinzip könnte das auch  
422 eine Entlastung seine, wenn man sagt, ja diese Meldungen muss aus irgendwelchen  
423 Gründen mein ich das ich die bringen muss um irgendwie aktuell zu sein; (.) das Leser will  
424 (.) will über diese Entwicklungen informiert werden; (.) und ich will dafür keinen Menschen  
425 anstellen, der das quasi mühsam raussuchen muss, dass das dann wieder (.) (I: Hm) ahm.  
426 neu eintippen (.) Ahm. (.) Ich weiß es nicht. (.) Es ist so, wenn man sich den jetzigen  
427 Online-Journalismus anschaut, ist der aus Zeitgründen (.) ahm. so, dass sehr viele [ \_\_\_\_\_ ]  
428 (Medienunternehmen) - Meldungen übernommen werden, (.) oder nur geringfügig editiert  
429 werden; (.) (I: Hm) wie dann der ahm. wie dann der Mehrwert oder Nicht-Mehrwert von  
430 solchen Dingen ist, (.) oder ob die jetzt schlimmer sind, kann ich nicht sagen. Also vielleicht  
431 ist es quasi eh schon wuarscht, weil man (lacht), wenn man gewisse (.) ahm. gewisse ahm.  
432 Vorgänge, aber im Idealfall, sollte ja auch, ich meiner erst einmal (.) sind in der [ \_\_\_\_\_ ]  
433 (Medienunternehmen) doch (.) ahm. Menschen angestellt? (I: Hm) Es ist teilweise  
434 unterschiedlich aber die, die von der [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) recherchierten  
435 Meldungen sind auch (.) ahm. nicht äh. oft=oft unter Zeitdruck aber doch von = von ahm.  
436 nach journalistischen Kriterien ahm. gemacht. (I: Hm) Da merkt man auch, dass irgendwann  
437 nachgefragt wurde; da merkte man. Also (.) ahm. genau die Dinge, wo ich gesagt habe, es  
438 kann das Ding nicht, wurden da wenigstens noch gemacht. Das heißt (I: Hm) wenn ich die [ \_\_\_\_\_ ]  
439 [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) -Meldung nehme; habe ich letztendlich etwas was schon  
440 einmal ein Mensch angeschaut hat. Und auf=auf die größten Dinge bereinigt hat unter  
441 Umständen auch. (.) Auch unterschiedlich gut oder schlecht. (.) (I: Hm) (2) Ahm. (.) wie

442 gesagt, ahm. die Kosten Einsparung ist natürlich ein extremes Argument, (.) die Frage ist,  
443 wie ich schon angedeutet habe, jetzt abgesehen von irgendwelchen (.) ahm. ethischen oder  
444 Ehrengroundsätzen, der des Journalismus, würde ich auch erwarten, das wird ja auch jetzt  
445 stark kritisiert, ahm. man lese eh überall, nur das Selbe? (I: Hm) Und ich meine, dass das  
446 solche Systeme, das noch verstärken würden; (.) #00:30:43-9#

447

L

448

I: und wie viele vor allem? #00:30:44-1#

449

L

450

J3: Und insofern quasi tut

451 man sich wahrscheinlich als Medienunternehmen auch nichts Gutes, wenn ich auf sowas (I:  
452 Hm), wenn ich mich ahm. vielleicht=vielleicht wird man es müssen; nach dem Motto wenn es  
453 alle tun (I: Hm) und ich tue es nicht, dann fehlt mir was und=und für wirklich bessere (.)  
454 menschliche gestrickte Sachen ahm. fehlt mir das Geld und die Kapazitäten, also muss ich  
455 es mitspielen. (.) Das ist möglich, dass das kommt (.), aber an sich hat (.) isoliert  
456 betrachtet, das ein=einzelne Unternehmen (.) keinen großen Mehrwert drau=davon sowas  
457 zu nehmen, weil wie gesagt ich werden, dann mit besten falls so gut wie die anderen. (I:  
458 Hm) Ich werde nicht besser. (.) (I: Hm) Und damit verkauft sich eigentlich nichts.

459 #00:31:28-5#

460

461 I: Das heißt es geht auch darum, dass man so als Medienunternehmen, auch (.) mithalten  
462 kann, oder auch sich abgrenzt von den anderen. Ja. #00:31:35-6#

463 L

464 J3: Das ist sicher, ich glaube gerade je mehr (.). Früher gab es halt, okay, das gab es die 5  
465 Zeitungen, da hat man aus ideologischen Gründen, weil das Format, (lacht) praktisch ahm.  
466 war, aus Tradition oder aus Preisgründen, diese oder jene genommen, (I: Hm) und aus. Im  
467 Internet gibt es unend= unendlich viel gibt es nicht, aber es gibt doch mehr. (.) Und ich  
468 muss mich, es kostet nicht im Normalfall (I: Hm)? Das heißt ich muss = ich muss mich mehr  
469 abgrenzen. (I: Hm) Also ich muss irgendwer= ich muss den Leser einfach einen Grund  
470 geben, zu meiner Seite zu kommen, als zu einer anderen. #00:32:14-1#

471

472 I: Hm? Das heißt (.) etwas anbieten, was hervorsteht. #00:32:18-6#

473

474 J3: Naja der Leser muss, und wenn ich im Idealfall, ich meine die [ \_\_\_\_\_ ]

475 (Medienunternehmen) versucht das ja, also mein Unternehmen (lacht) I: (lacht) das nicht  
476 genannt werden will. (lacht) #00:32:30-3#

477

478 I: (lacht) Ja?

479 #00:32:30-3#

480

481 J3: Macht das ja (.) ahm. mit diesen Premium - Content. Ich weiß jetzt nicht ob du da  
482 mitbekommen hast, (I: Hm) aber (.), dass man eben, der (.) das was man woanders wirklich  
483 nirgends findet; (.) eben ganz=ganz beinhart sagt, okay, dass ist das was wir wirklich  
484 verkaufen; im=im (I: Hm) klassischen Geldsinn und sagt, es dafür müsst ihr aber 10 Euro im  
485 Monat zahlen? (3) Und das zu kriegen, den (.) [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) -Schrott  
486 sozusagen, (.) ahm., den es überall gibt, den geben wir euch weiter gratis; und= und weiter,  
487 durch unsere Hände noch =noch ein bisschen aufgepeppt? Also das Service gibt es weiter?  
488 Und auch die Tagesaktuellen Dinge, die jeder bringen muss, ja die bringen wir natürlich  
489 auch; (.) aber wird (.) versuchen aber in manchen Gebieten weiterzugehen oder halt (.)  
490 andere Themen aufzugreifen; (.) und da eben einen Mehrwert für den Leser gen= ahm.  
491 oder User generieren (I: Hm); und halt auch einen ökonomischen Wert für das  
492 Unternehmen, indem man diesen Mehrwert halt dann auch gegen Geld verkauft und nicht  
493 gratis verschenkt. Das ist halt, (I: Hm) das=das ahm. Geschäftsmodell das die Presse ein  
494 bisschen verfolgt, (.) egal welches Geschäftsmodell jetzt dahinter steht, also wie auch das  
495 genau mach, der Punkt ist immer, irgendeinen Mehrwert für den Leser zu generieren, (.)  
496 damit dann auch ein=ein ökonomischer Wert, sei es durch mehr Klicks, und=und oder direkt  
497 durch irgendwelche Premiumabo (I: Hm) die ich verkaufen kann, oder was weiß ich. (.)  
498 Ahm. Ist ja egal wie ich es= es monetisiere. (I: Hm) Ahm. (.) Irgendeinen Mehrwert muss ich  
499 hergeben. (I: Hm) Und diese Bots ahm. klingen für mich ahm. nicht danach, weil das kann  
500 sich dann jeder kaufen. (.) (I: Hm) (.) Also vielleicht ist es dann so, dass quasi der=der das  
501 Rennen ist, wer hat die tollsten Bots und wer kauft ahm., wer kauft die teuersten, quasi ?

502 #00:34:18-5#

503

504 I: Ah Ja? #00:34:20-4#

505

506 J3: Aber es wird nicht so viele Verschiedene Ahm., es wird nicht so viele verschiedene  
507 Anbieter geben, bzw. werden (I: Hm) sie sich nicht so unterscheiden; (.) habe ich auch  
508 wieder ahm. keine Idee. Aber von denen die funktionieren, und von denen die gut  
509 funktionieren, ahm. das wird es nicht unendlich viele geben und die Zeitungsunternehmen  
510 selber, (.) große = große Konzerne (I: Hm) in der USA vielleicht ausgenommen, aber (.)  
511 ahm. haben nicht die=die Kapazitäten, das selbst zu entwickeln, das werden eine paar  
512 Anbieter sein, die halt konfigurierete (I: (            ) ) Pakete verkaufen und da kann man  
513 vielleicht das bessere und schlechtere kaufen (lacht) (I: (lacht) ). Je nachdem was=was man  
514 sich halt leisten kann, oder (.) (I: Hm) aber=aber in der jeweiligen Klasse die man halt  
515 gekauft hat, wird das immer jeweils, wird man halt mit den anderen, die=die selbe Kasse

516 gekauft haben, (.) ununterscheidbar sein, und die=die bessere Klasse gekauft, werden  
517 besser sein und die, die eine schlechtere (I: Ja?). Ich meine es wird, so würde ich mir  
518 denken, das diese Dinge sind. Angenommen (.) ich habe jetzt so einen funktionierenden  
519 Bot und so. (I: Hm) Der wird sicher auch ahm. Dinge drinnen haben, die so ein  
520 Schieberegler sozusagen, Zielgruppe, Alter von bis. Einkommen von bis. Bildung von bis.  
521 Und man kann sich dann vorstellen, dass weiß was ich, die einzelnen (.) ahm.  
522 Medienunternehmen und Portale eines=eines gleichen Unternehmens vielleicht, auch  
523 verschieden Zielgruppen fokussiert, und den quasi jeweils anders einstellen; (I: Hm) und  
524 dann sowohl in Auswahl, der Meldungen, als auch in Sprache unterschiedliche Ergebnisse  
525 kriegen, weil ich kann sicher auch, sicher zwischen einfache Sprache (.) für Ministerium das  
526 quasi Ink=Inklusion betreiben muss (lacht) (I: Hm) oder [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) -  
527 Zeitung-Leser? (.) Ahm. (.) bis hin zu, „ich möchte dezidiert (die) Bildungsschicht  
528 ansprechen und (.) die sollen sich gebauchpinselt da=dadurch fühlen ahm., dass= dass das  
529 alle 30 Zeilen ein Wort vorkommt, dass die ganze Zeile füllt (lacht) #00:36:26-2#  
530  
531 I: Ja? Das #00:36:26-6#  
532 L  
533 J3: (lacht) oder was ( ) Lateinisches. #00:36:28-0#  
534  
535 I: Ja. Das kann man ja, das ist ja das, könnte ja das alles (.) alles ahm. einprogrammieren.  
536 #00:36:30-0#  
537  
538 J3: Also im Prinzip denke ich mir da so, eine gewisse Differenzierung passiert, (.) aber dann  
539 auch wieder (I: Hm), dann muss sich halt jeder seine Nische genau suchen, ahm. wird  
540 letztendlich auch, als ich=ich glaube in der selben Nische und wenn man es zu, wenn man  
541 die Nische wieder zu eng macht, habe ich wieder keinen Markt. (I: Hm) Ahm. Also wenn ich  
542 nur für die top 10 Prozent schreibe, ahm. wird es auch nicht sein. (.) Ahm. Also gewisse  
543 Breite muss ich haben, (.) und dann werden die Ergebnisse halt dann auch eine einem, also  
544 ich erwarte sehr ähnlich Ergebnisse. Ich lasse mich da gerne. Ich habe übrigens irgendwann  
545 einmal gesagt, dass ich das, das war bei den Tastentelefonen noch (I: Hm), dass sich das  
546 mit den Sms nie durchsetzen wird. (I: Hm) Weil, wir haben irgendwie so, ( )  
547 Sonderzeichen, so 30 Buchstaben und da sind halt so 12 Tasten, das kann ja nicht gehen.  
548 (I: (lacht)). #00:37:30-2#  
549  
550 J3: Nur damit du weißt, weißt was meine Prognosen (lacht) (I: (lacht)) zu halten ist. Ich  
551 meine es klang damals auch sehr logisch. #00:37:37-7#  
552

553 I: Naja, aber da #00:37:38-3#

554 L

555 J3: Und es=es war irgendwie lange Zeit das absolut Größte und pro Jahr so und

556 so und so viele Milliarden, ((I:lacht)) ( ) #00:37:46-3#

557

558 (I: Hm): Na, ich wollte nur bei etwas einhacken und zwar ahm. wie du gemeint hast, „naja

559 da gibt es diesen Journalismus den man anbietet, der was kostet (J3: Hm) und Mehrwert

560 generiert und dann gibts den (.) Schrott“. Ahm. (.) war das eher auf das hin bezogen, dieses

561 automatisierte ist eher, das günstige oder? #00:38:07-6#

562

563 J3: Nein, dass ahm. (3) Ja wenn überhaupt, dann wird das automatisierte das Günstige

564 ersetzen. (I: Hm) Ahm. Natürlich gibts diese harte Trennung nicht ahm. (.) aber wenn man

565 sich, wir können irgendeine beliebige (.) auch vom [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) oder

566 auch vom [ \_\_\_\_\_ ] Medium für das manche Leute arbeiten, (.) (lacht) also ahm.

567 Pressemeldungen, also wir könnten sich es an der Homepage anschauen, (.) das gibts die

568 verschiedensten Dinge, aber sehr viele [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) -Meldungen. (I: Hm)

569 Die zumindest bei uns glaube ich auch also solche gekennzeichnet sind (I: Ja) und [ \_\_\_\_\_ ]

570 (Medienunternehmen) ist jetzt nicht das Böseste. (.) Ahm. Es ist, es gibt ja auch so, es gibt

571 auch so ahm. [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) ahm. -Anbieter, die halt dann einfach ohne

572 ahm. ohne Irgendwas einfach die Aussendungen desjenigen einfach weiterleiten. #00:38:56-

573 1#

574

575 I: Hm. Das heißt ohne Quelle oder irgendwas. #00:38:58-9#

576

577 J3: Nein Quelle (.) schon. Quelle ist der Aussender. Aber da wird halt (.) ahm. was immer

578 der behauptet, (I: Okay) eins zu eins übernommen. Also da (I: Hm) da hat man dann auch (

579 ) aber auch Leute die Pepetum-Mobile ahm. verkaufen oder so (I: Oh (.) Okay). Ist halt

580 einfach, und aber sowas kann man halt auch eins zu eins reinstellen (lacht) (I: Hm) oder

581 auch nicht (I: (lacht)) Und über diese Presstexte kommen aber auch, ahm. vernünftige

582 Meldungen auch. Also (.) das herauszusieben. Aber natürlich man sieht (.) auf jeder (.)

583 würde ich sagen, auf jeder Homepage, jeder Meldung ahm. -Übersicht. Ahm. merkte man,

584 gibt es =gibt es sehr verschiedene ahm. Artikel von (.) intensiv recherchierten Dingen (.)

585 von, die vielleicht ahm. nur dieses eine Medium in der=der Tiefe ( ) indem Detail hat,

586 (.) zu Dinge die zwar (.) die jetzt überall sind, aber die halt solide zusammen geschrieben

587 sind. (.) Und da gibt es halt so Meldungen, die halt irgendwie gekommen sind, und die man

588 halt (.) die man unter minimalsten menschlichem Zutun heute (I: Hm) schon. Und das heute

589 schon minimiert wird, dass das menschliche Zutun. Heute muss noch ein Mensch sagen, ja



590 die Meldung nehme ich, (.) (I: Hm) und hat dafür auch davor 10 gelesen, wo er gesagt hat,  
591 nein die nehme ich nicht, die nehme ich nicht, die nehme ich nicht? (I: Hm) Und dann muss  
592 er sich noch ein bisschen reinwürgen, bisschen unterschiedlich, manche gehen dann  
593 wirklich ahm. quasi aus Transparenzgründen einfach eins zu eins rein oder so (lacht).  
594 Andere schreiben es halt und =und geben aber die Quelle an und die Dritten schreiben es  
595 um und ahm. (.) oder ändern den Titel und=und tun so als ob es das eigenen wäre.  
596 #00:40:41-6#  
597  
598 I: Hm. Also diese Transparenz auch, woher stammt diese Nachricht? #00:40:46-8#  
599  
600 J3: Ist auch ein wichtiger Punkt natürlich. Ich meine das=das könnte der Bot wahrscheinlich  
601 noch am leichtesten. #00:40:50-6#  
602  
603 I: Dass er reinschreibt, diese Nachricht wurde von einem Bot geschrieben (lacht) #00:40:53-  
604 8#  
605 L  
606 J3: Dass, dass (3) nein! Aber so die=die Quellen einfach ahm.  
607 #00:40:55-8#  
608 L  
609 I: Ausweisen  
610 ( ). #00:40:57-5#  
611  
612 J3: Quellen einfach ausweisen. (I: Hm) Ahm. Wäre wahrscheinlich dann eher ein bisschen  
613 unsexy, weil ich sehe, wenn ich dort und dort hingoogle (.) habe ich das selbe auch. Wobei  
614 das natürlich auch ein bisschen, es wird immer=es wird immer ahm. kritisiert, „ja wenn ich  
615 das google hab ich das ja auch“. (.) Stimmt natürlich, ahm. eine Funktion des Journalisten  
616 oder meinetwegen des Bots, (.) ist sicher, das zusammensuchen und zu zu verdichten (.)  
617 (I: Hm); das ist ja auch eine Arbeit. (I: Hm) Und natürlich, wenn ich jetzt ein bestimmtes  
618 Thema so interessiert, dass ich das selber nachrecherchiere, bin ich vielleicht ahm. relative  
619 schnell über dem Niveau, dass zumindest so eine typische Zeitungsnachricht hat. (I:Ja?)  
620 Aber die Zeit, ahm. die Zeit nimmt sich, hat keiner und = und will sich ja keiner nehmen. (I:  
621 Hm) Das heißt (I: Hm) ahm. ahm. es ist jetzt nicht so, dass das= das einen Leser das gar  
622 nicht könnte, vor allem heute in (.) im Zeitalter des Internets (.) ahm. interessiert und  
623 versierter Leser; (.) kann sehr viel an Infos selber sich besorgen, da braucht er dafür halt  
624 viel länger, also die Meldung zu lesen. (I: Hm) Also wir (lacht) (.) wir sparen ihm Zeit und  
625 auch ein bisschen das Schauen (I: Hm). (.) Und auch die Vorauswahl. #00:42:12-9#  
626

627 I: Ja? Ahm (3) Ja? ( ) genau.

628 L

629 J3: Wobei? Entschuldigung. Bei der Vorauswahl würde ich noch einmal ganz  
630 stark darauf (.) ich meine auch das ist ein Trend, den es schon (.) den es schon in den (.)  
631 ahm. in den menschlichen Redaktionen alles auf die Google, alles auf die Klicks zu  
632 optimieren? (.) Ich halte das für eine mittelfristig (.) eine eher mittelfristig gedachte,  
633 Strategie? (I: Hm) Ahm. Die Frage ist ob sich dann alle daran gewöhnen und der Leser sich  
634 daran gewöhnt, ahm. (.) behandelt zu werden wie= wie der Google, wie der aktuelle  
635 Googlealgorithmus? (I: Hm) Oder ob, wenn einer dann vielleicht, eine Überschrift schreibt,  
636 (.) die nicht, die für Google nicht so toll ist, aber (.) irgendwie witziger klingt, (.) ob das nicht  
637 vom Leser nicht doch angenommen wird und man denkt, „na des, dort (.) dort lese ich die  
638 Sachen lieber“ (I: Hm). Das Problem ist ja, dass ja keiner mehr, (.) ahm., dass ja keiner  
639 mehr, ahm. (.) das Bild, „ich habe meine 5 ahm. Medienportale und ich weiß, und wenn ich  
640 mich in der Früh über was informieren will, dann gehe ich auf dieses Portal?“ Ich weiß nicht  
641 wie realistisch, das ist. Im Prinzip (.) kriege ich von irgendwo die Info oder ich=ich will  
642 irgendwas wissen, dann geben ich einen Suchbegriff in [ \_\_\_\_\_ ] (Suchmaschine) ein,  
643 komme irgendwohin. (I: Hm) Also [ \_\_\_\_\_ ] (Suchmaschine) ist und =und teilweise auch so  
644 Dinge wie [ \_\_\_\_\_ ] (Social Media Plattform) als (I: Hm). Sind da die Gatekeeper sozusagen  
645 und (.) entsprechend ist natürlich (3). Da muss ich erst einmal, da muss ich erst einmal [  
646 \_\_\_\_\_ ] (Suchmaschine) überzeugen, mich auf die erste ahm. auf die erste Page zur  
647 ranken, weil sonst sieht egal wie toll mein Titel ist, egal wie (.) toll recherchiert der Artikel ist,  
648 das sieht keiner. (I: Hm). #00:44:02-5#

649

650 I: Ich habe noch eine Frage (.) Ja? #00:44:02-5#

651 L

652 J3: Und das ist, ich meine das ist, ich meine das ist prinzipiell schon  
653 ein Problem, es wird aber noch verschärft, (.) wenn der Redakteur, der dann=dann quasi  
654 kein Redakteur ist, sondern nur ein=ein Bot, (.) überhaupt keinen ahm. keinen=keinen Witz,  
655 keinen Geschmack, keine nette Formulierung mehr kennt, sondern nur noch den [ \_\_\_\_\_ ]  
656 (Suchmaschine) -Algorithmus. #00:44:24-5#

657

658 I: Hm. Und nur mehr nach dem handeln oder? #00:44:26-4#

659

660 J3: Weil das ist, weil das ist kein Me= ich wüsste nicht, wie man, wie man irgendwie (.)  
661 sowas wie eine nette Schreibe (.) (I: Hm) einem Algorithmus nicht gut beibringen kann? Ich  
662 glaube aber sehr gut, dass man quasi [ \_\_\_\_\_ ] (Suchmaschine)- Optimierung (lacht), dass  
663 das quasi (.) einem=einem Schreibalgorithmus gut sagen kann, wie er so schreibt, dass es

664 dem [ \_\_\_\_\_ ] (Suchmaschine)- Algorithmus möglichst gut gefällt. Also? (lacht) (I: (lacht) ).  
665 Algorithmus „A“ kann sehr gut für Algorithmus „B“ (lacht) schreiben. Das glaube ich schon.  
666 (lacht)  
667 L  
668 I: Die zwei sich verstehen verstehen  
669 (lacht) (5) #00:44:56-8#  
670  
671 J3: Aber da=da glaube irgendwann einmal steht daneben und sagt, irgendwie sind die Texte  
672 komisch. (I: Hm) #00:45:03-3#  
673  
674 I: (lacht) Ahm. Ich hab noch ahm. ahm. auf das ich noch gerne eingehen würde, ist einfach  
675 auf so (J3: Natürlich) diese Arbeitspraxis (J3: Hm?) ahm. (.) ahm. wie siehst du diese  
676 Möglichkeit (J3: ( ) ) die Möglichkeit ahm. aus Journalist oder Journalistin mit dem  
677 Algorithmus zu arbeiten. #00:45:18-7#  
678  
679 J3: Eine Möglichkeit (3) wäre? (.) Wenn dieser Algorithmus (.) quasi nur Themen liefert? (.)  
680 Vielleicht auch eine so Art Kurzabstrakt? (I: Hm) Und dann links, wo er das Zeug gefunden  
681 hat. (.) Und ich=ich kann dann weiterschauen, oder daraus was zusammenschreiben? Oder  
682 ich kann (I: Hm) dann von mir aus auch sagen; (.) schreibe du was zusammen und ich  
683 schaue mir das dann an. (.) (I: Hm) (.) Das wäre (.) vielleicht für einige Dinge nicht  
684 uninteressant. (.) (I: Ja?) Weil der (.) ahm. diese Bots ahm. (.) ich meine jeder Journalist der  
685 (.) einen bestimmten Bereich betreut und die meisten betreuen irgendeinen einen  
686 bestimmten Bereich, hat seine Nachrichtenquellen, ahm. hat seine Portale. Also ich kenne  
687 es jetzt wieder nur von der Technikseite her, da habe ich halt dann auch so (.) gewisse (.)  
688 ahm. Konkurrenz und da habe ich halt [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen).de und =und ahm. [  
689 \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) und so. Also es gibt ein paar Technik (.) -Portale, vor allem  
690 auch, aus =aus den USA (I: Hm). Ahm. Die hatten halt ahm., die hatten halt quasi  
691 mitrennen, und sieht dort Themen, die man halt dann selbst auch aufgreifen kann, und hat  
692 halt auch die ganzen Ausbedingungen derjenigen Hersteller etc. etc. (I: Hm). Und aus dem (.)  
693 ahm. leitet man dann halt irgendwelche Geschichten ab. (I: Hm) Also wenn=wenn irgendwas  
694 Neues, oder wenn man man halt (.) das Thema, keine Ahnung ahm. (.) elektronische ahm.  
695 Dsp, also elektronische Sound ahm. - Optimierung. Wenn das 3 mal in irgendwelchen  
696 Meldungen vorkommt, dann komme ich auf die Idee, ich schreibe einmal eine Geschichte  
697 über den Trend, dass das jetzt in der Unterhaltungselektronik mehr kommt. (.) (I: Hm) (.)  
698 Das ist ahm. glaube ich für viele speziell Dinge, die jetzt nicht aktuell an der Tagespolitik  
699 hängen, die schauen wieder anders aus, (I: Hm) aber es gibt ja viele, vielleicht ist das auch  
700 der Punkt, Dinge die so direkt aktuelle an der= an der Politik und der Tagespolitik hängen,

701 sehe ich da weniger (.) sondern andere Bereiche, die es halt auch gibt. ahm. Irgendwelche  
702 Special Interest, ahm. (.) (I: Hm) jede (I: Okay? Ja?), also zumindest bei uns hat jede, jede  
703 Zeitung hat=hat normalerweise noch irgend so eine Technikseite, eine Autoseite, eine  
704 Reiseseite, (I: Hm) irgendwas über Immobilien, (I: ( ) ). Es = es gibt so, genau, es gibt  
705 so gewisse Rubriken, (.) die sehr viele Medien halt einfach drinnen haben, weil es viele (.)  
706 Bildung etc. (.) ahm. und da kann = da kann ein Bot helfen, theoretisch, einfach den ahm.  
707 den Überblick zu verbreitern. (I: Hm) Weil der=der kann nicht 2,3,4,5 Portale filtern, der kann  
708 auch, 500 Portale filtern. (I: Hm) Der kann den was ahm., wenn es was ahm., wenn es ein  
709 Thema ist, dass es potentiell international ist, wie z.b Technik, der kann auch irgendwo in  
710 Skandinavien, wenn es heutzutage nicht mehr so wichtig, aber früher als es noch Nokia  
711 gegeben hat (lacht), also der kann (.) = der kann ahm. ins Skandinavien und Japan, der  
712 kann unter Umständen auch ahm. schon japanisch und taiwanesishe Quellen auswerten.  
713 (.) Wo ich mir mit der Schrift schon schwer tue. #00:48:42-0#  
714  
715 I: Und übersetzen, ( ) okay? #00:48:43-7#  
716  
717 J3: Um zumindest eine rudimentäre Übersetzung geben und so, (I: Hm) und der kann ja  
718 sehr viel mehr, sehr viel breitere, ahm. Hinweise geben. Also was ich ein bisschen unters  
719 Netz zu beobachten oder die Nachrichtenlage zu beobachten. (.), können solche Dinge  
720 vielleicht helfen. Ja (I: Ah). Aber das geht dann nicht darum, dass sie dann selber  
721 irgendwelche Texte machen. #00:49:05-6#  
722  
723 I: Okay! Weil du hast nämlich vorher auch diese=diese Kurzabstract angesprochen?  
724 #00:49:09-7#  
725  
726 J3: Das wäre natürlich, dann die Frage, das wäre quasi der nächste, weil okay, wenn= wenn  
727 man das quasi nur liefert, (I: Hm) bin ich, werde ich erschlagen. Deswegen habe ich es ja  
728 nicht. (I: Hm) Das heißt =das heißt, der müsste das Ding, müsste dann sagen, (.) keine  
729 Ahnung; ahm. Ticker ahm. das Thema „XY“; ist in letzter Zeit signifikant öfter vorgekommen  
730 als vorher. (I: Hm) Z.b. da da da (.) oder so ein bisschen ahm. ein paar Worte, (.) sowie eine  
731 Betreffzeile in einer Mail oder sowas. (I: Hm) Ahm. (I: Hm) bisschen zu sagen, (.) warum =  
732 warum ich mir das näher anschauen soll. (I: Hm) (3)  
733 #00:49:52-6#  
734  
735 I: Ahm. Wenn #00:49:53-9#  
736 L  
737 J3: Das und=Und dann kann ich (I: Ja?) immer noch, und dann im Idealfall, (.)

738 mit den jeweiligen Links (3) keine Ahnung wie gut die künstliche Intelligenz da sein muss,  
739 und wie weit sie jetzt (.) ahm. schon ist um das praktikabel zu machen. Aber denke wenn ich  
740 jetzt ein bisschen Science Fiction mache, (.) ahm. dann wäre sowas denkbar, und=und (.)  
741 auch eine echte Erweiterung. Auch da wieder das Problem, (.) im Prinzip ist es halt so, das  
742 greift halt alles auf öffentliche Quellen (I: Hm) oder Quellen die ich bezahlt habe, aber wo  
743 dann, ahm. wo dann ahm. auch jemand, ahm. sehr bewusst rein ahm. etwas reinschiebt in  
744 diese Datenbänke (I: Hm?). Es gibt ja diesen, ich finde diese Definition ja zu eng, aber es  
745 ist trotzdem ein netter Satz. „Journalismus ist das zu schreiben, was =was jemand nicht  
746 lesen will, alles andere ist PR“. (I: Hm) (.) Und #00:50:50-6#

747 L

748 I: Aber das würde dann, halt ( ) #00:50:54-0#

749 L

750 J3: Und nach dieser strengen Definition, die wie  
751 gesagt, für mich ein bisschen zu (.) (I: Hm) streng ist; aber sie sagt was aus, das halt  
752 gewisse Dinge, ahm. so nie erfasst werden. Weil ich kann ja nur das was jemand  
753 aussendet, (I: Hm) ahm. es wird ahm. es wird niemand aussenden, keine Ahnung „ich habe  
754 jetzt ungeschlagen“ (lacht), (I:(lacht) ). #00:51:18-8#

755

756 I: Das heißt in #00:51:18-8#

757 L

758 J3: Ich meine. Natürlich wenn man ahm. in diesen, wenn der Bot auch  
759 Wikileaks und solche Dinge durchsucht, dann geht es wieder. (.) Potentiell zumindest. Ich  
760 meine, man muss halt dann auch (.) ahm. genug Whistleblower und sonstige Leute haben,  
761 die sowas ins Netz stellen. (.) Oder wie gesagt, ich muss einfach dann, (.) wenn ich diese  
762 Meldungen habe, und=und zb. jetzt ahm., keine Ahnung irgendeine neue Technologie oder  
763 irgendeinen neuen Fernseher 4 k ist viel schöner, viel besser (.) jeder Hersteller wird nur  
764 sagen, viel schöner viel besser. Muss ich mich als Mensch halt fragen, okay wo ist ein  
765 möglich Haken. (I: Hm) Also das wo ist der Haken? (.) Das wird letztendlich sicher immer  
766 der Mensch fragen müssen. #00:52:00-9#

767

768 I: Ja und #00:52:03-5#

769 L

770 J3: oder=oder welche Geschichte; was wird mir nicht gesagt? (I: Hm) Das ist, diese  
771 Bots werden immer, finden, was alles gesagt wird, krönendes (.) Filtern, Strukturieren,  
772 Zusammenfassen, mehr oder weniger gut? Aber sie werden nie draufkommen, was wird  
773 nicht gesagt und warum nicht. (I: Hm) Also nie, weißt ich nicht, aber in (.) absehbarer  
774 Form, (I: Hm) behaupte ich einmal. #00:52:26-6#

775

776 I: (2) Es gibt noch abschließend noch so eine Frage die, die mich noch interessiert und zwar  
777 (.) ahm. (.) wenn man mit Algorithmen arbeitet oder mit einer bestimmten (J3: Hab ich noch  
778 nicht) Software arbeitet, oder KI, keine Ahnung wie wir es jetzt nennen wollen (J3:Ja!), ahm.  
779 (.) denkst du, dass es da bestimmte Skills gibt oder bestimmte ahm., bestimmte Skills gibt,  
780 wo man sagt okay, „das bräuchte man, oder, dass man damit gut arbeiten könnte“. Oder  
781 „das wäre wichtig“. #00:52:53-6#

782

783 J3: (2) Jein? (.) Ich meine diese Dinge werden sicher, so gemacht, also sicher (I: Hm), im  
784 Idealfall wiederum (.), dass sie dem (.) Journalisten, Redakteur oder dem Verantwortlichen,  
785 das ihm möglichst mundgerecht geben? (I: Hm) Ahm. Was man braucht, ist eine  
786 Sensibilisierung dafür, dass das was da jetzt kommt, eben nicht die ganze Wahrheit ist. Im  
787 Prinzip auch nichts anderes als ein Journalist auch braucht, bei eine Presseaussendung  
788 eines Unternehmens (I: Hm), hat (.) ahm. weiß nicht inwieweit man das lernt und=und das  
789 muss man jetzt auch nicht wirklich lernen, dass wenn ein Unternehmen eine Aussendung  
790 macht, (I: Hm) ahm. da eine gewisse Intention dahinter steht und=und (lacht) (.) Wenn.  
791 #00:53:42-8#

792 L

793 I: Das heißt es kommen eigentlich schon journalistische Grundsätze zum Einsatz,  
794 auch beim ( ) #00:53:48-2#

795

796 L

797

798 J3: Und es hilft, und es würde wahrscheinlich, wenn ich jetzt versuche, wenn ich jetzt mit  
799 diesen Ding arbeite, (.) (I: Hm) und trotzdem versuche, dass quasi ein bisschen auf  
800 journalist- ahm. da die jeweils journalistische Nachfrage irgendwo (.) dann hilft es  
801 wahrscheinlich zu verstehen, wie das Ding funktioniert. (I: Hm) Und das ist wahrscheinlich,  
802 und das ist wahrscheinlich relativ komplex. (.) Ahm. also es ist=ist, wahrscheinlich kein  
803 Fehler zu wissen, wie=wie diese Dinge im Konkreten vorgehen? (.) Auf der anderen Seite ist  
804 es nicht wirklich notwendig, ahm. ich meine es kommt auf das Ding darauf an, (I: Hm) wenn  
805 es mir Zugang auf die Quellen gibt, (.) tue ich mir prinzipiell leichter, weil dann sehe ich die  
806 Meldung und mit einem gewissen, journalistischen Gespür, das man halt haben muss. (.)  
807 Ahm. merke ich schon, wo was fehlt (I: Hm) und ahm. (.) und kann dann nachgehen. Wenn  
808 das quasi die Black Box ist, (.) wo das nur rauskommt, (.) kann ich das nicht, (.) ahm. es  
809 verführt wahrscheinlich zum nicht-denken. (I: Hm) #00:54:52-5#

810

811 I: Das man so ein bisschen das Vertrauen diesen Ding ( ) #00:54:56-2#

812 L  
813 J3: Es verführt zum nicht, ich meine es  
814 kommt und ahm. Journalismus ist immer Arbeit unter Zeitdruck? (I: Ja?) (3) Das wird nicht  
815 besser werden. Das ist im Onlinejournalismus, ist das noch schlimmer? (I: Hm)  
816 Journalismus ist immer Arbeit unter Zeitdruck, (.) ahm. (.) in den nächsten Jahren wird es  
817 auch ahm. Arbeit unter (.) ahm. im unterbesetzten, in personeller Unterbesetzung sein; (I:  
818 Hm) Überall bauen, überall wird=wird eher abgebaut, und=und das Arbeitsaufkommen  
819 verringert sich aber nicht, (.) das heißt ahm. (.) es wird dann wenige vom einzelnen  
820 Journalisten abhängen, sondern mehr von den Rahmenbedingungen, ob es den Luxus der  
821 Nachfrage, ob es den Luxus des ahm. „Checks“ gibt. Können tue ich das ahm. schätze ich  
822 einmal eher leichter, da brauche ich nichts, da muss ich nur normal Journalismus können,  
823 ahm. ob ich die Zeit habe, (.) und ob das dann gewünscht ist (I: Hm), weil wer sagt, „ja  
824 die=die Meldung ist eh schon fertig. Was tust du da herum?“ (3) (I: Hm) Ahm. weiter,  
825 nächste Klicks. Sozusagen. Ahm. #00:56:01-8#  
826  
827 L  
828  
829 I: Das=das könnte also so ein=ein Risiko sein, auf ein zu viel verlassen vielleicht?  
830 #00:56:07-8#  
831  
832 J3: Es ja gar nicht ums Verlassen, (I: Hm) ahm. sondern es geht, es funktioniert halt gut (I:  
833 Hm), und es ist halt die Frage des journalistischen Anspruchs, (.) der dann halt Zeit kostet (I:  
834 Hm), sehr messbar Zeit und und=und damit messbar Geld (I: Hm) (3) Und=und ahm. (.) das  
835 ist immer ein Problem (lacht) #00:56:26-1#  
836  
837 I: (lacht) Ja. #00:56:29-0#  
838  
839 J3: Aber das ist jetzt nicht, das ist nicht notwendigerweise die Schuld der Technologie. (.)  
840 (lacht) (3) #00:56:38-7#  
841  
842 I: Ja gibt es von deiner Seite noch etwas was du abschließend sagen möchtest, wo du  
843 sagst, dass ich für dich noch wichtig, das ist noch für sich so persönlich ( ) Abschluss.  
844 #00:56:52-1#  
845  
846 J3: Aus unserem Gespräch heraus würde ich sagen, dass es unabhängig davon, ahm. ob  
847 die Quellen jetzt allgemeine (Medienunternehmen) (Medienunternehmen), [ \_\_\_\_\_ ]  
848 (Medienunternehmen) etc. oder irgendwas ist, was ein Bot generiert hat oder mir liefert.

849 Prinzipiell wichtig wäre, (.) sowohl bei einzelnen Journalisten, also auch vor allem bei  
850 seinem Arbeitgeber, und letztendlich auch beim Leser ahm., die Sensibilität zu stärken (.),  
851 dass man sich diesen Luxus der Nachfrage, diesen Luxus des, ahm. diesen Luxus des  
852 individuellen Auswahl der= der individuelleren Betrachtung, und wie gesagt auch der  
853 Recherche etc. diesen Luxus weiterleiten will. #00:57:41-2#

854

855 I: Es ist interessant, dass du das Luxus nennst. Ja? #00:57:47-5#

856

857 J3: Ja Luxus ist Sinne von (.) ich kann ein Portal das funktioniert, auch betreiben ohne. (I:  
858 Hm) (.) 20 Prozent der Leser wird es nicht auffallen (flüstert). (I: Hm) 90 Prozent der Leser  
859 wird es nicht auffallen (laut) (lacht). (I: (lacht)) (3) Und ahm. (.) insofern ist es ein Luxus (I:  
860 Hm). (.) Weil Luxus ist alles was ich nicht zum Leben brauche, (lacht) (I: Hm) also und  
861 überleben, (.) tut man auch ohne, (.) ahm. und das kostet halt. (I: Hm) Das = deswegen (.)  
862 muss ich, muss man es leider Luxus nennen. (I: Hm) (3) Ja sonst, ahm. von der Technik her  
863 (.), ich glaube, dass (.), dass eher der klassische Datenjournalismus (.) eher etwas ist, wo  
864 man (.) wo man Leute darin wirklich schulen muss. (I: Hm) Da muss man die Leute nur, (.)  
865 da müssen sie nur das ernst nehmen, was seit =seit 100 Jahren für Journalismus gilt. (I:  
866 Hm).



#### A13.4. J4

2 I: So. Erstmal Dankeschön, dass Sie ahm. da teilnehmen; kurz nochmal zur Erklärung, es  
3 geht bei mir um Automatisierungsprozesse in journalistischen Arbeitsfeldern (.) allem voran  
4 einer Software beispielsweise die automatisiert Texte generiert (.) ahm. die auch  
5 automatisiert Texte schreibt, wie bei Sportberichten ahm. Immobiliennachrichten (.) und  
6 soweit. Also das wären so die Anwendungsbeispiele die konkret möglich sind; und ja jetzt  
7 möchte ich so ihre persönliche Perspektiven hören bzw. inwieweit haben Sie sich mit dem  
8 Thema schon mal beschäftigt, also mit dem Thema Roboterjournalismus oder  
9 algorithmischer Journalismus. #00:00:40-0#

10

11 J4: Ja. (.) Bisschen mal schon beschäftigt und überlegt (.) allzuviel halte ich persönlich  
12 nicht davon, weil es eigentlich den Journalisten seine eigentliche Arbeit wegnimmt.  
13 Momentan wenn man es vereinfachen will im Journalismus nimmt man sowieso so eine  
14 Agenturmeldung von [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) oder [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen)  
15 oder was auch immer (.); richtet die ein (.); der Roboter kann eigentlich auch nur das  
16 Material hernehmen und umformulieren bringt meines Erachtens nach viel. #00:01:10-5#

17

18 I: Hm? Das heißt sowas Umformulieren wenn ein Algorithmus das schreibt, dass man es  
19 nachher dann weiterverwendet und umformuliert oder, dass der Algorithmus umformuliert.  
20 #00:01:17-3#

21

22 J4: Dass der Algorithmus umformuliert. #00:01:20-4#

23

24 I: Okay. (.) Also das ist ihres Erachtens (.) nicht wirklich sinnvoll. (.) Ahm. Wo sehen sie  
25 das Hauptproblem. Sie haben ja zu mir vorher gesagt, dass es den Journalisten die Arbeit  
26 wegnimmt. Ahm. (.) #00:01:33-8#

27

28 J4: Ja weil der Journalist sowieso (.) seine Arbeit sukzessive verliert durch die ganzen  
29 sozialen Medien (I: Hm) wie Blogger, Facebook und so (.) wird die journalistische Arbeit  
30 sowieso immer weniger wertgeschätzt von den Leuten (I: Hm) weil sich jeder als Journalist  
31 fühlt (.) und wenn dann Roboter auch noch schreiben können, ich glaube dann bin ich  
32 überhaupt überflüssig. #00:01:57-5#

33

34 I: (lacht). Das heißt es geht da sehr viel um Wertschätzung? #00:02:01-7#

35

36 J4: Ja. #00:02:01-7#

37  
38 I: Wie empfinden Sie das in Ihrer = Ihrer Arbeits-am Arbeitsalltag? Erfährt Ihnen das selber  
39 auch? #00:02:06-7#  
40  
41 J4: Also mir ist schon wichtig, wenn jemand sagt, „den Artikel hast du gut geschrieben oder  
42 der Aspekt hat mir sehr gut gefallen (.) weil verdienen tut man nicht so viel, da braucht man  
43 schon noch ein bisschen andere Motivation auch für den Job (I: Hm). #00:02:21-9#  
44  
45 I: Was sind so die Motivationen für Sie als Journalist tätig zu sein? #00:02:24-6#  
46  
47 J4: Die Motivation? (I: Hm) Anderen Leuten etwas zu vermitteln, ein Wissen zur vermitteln  
48 was für die anderen Leute nützlich sein könnte, dass ich habe und die nicht haben.  
49 #00:02:37-6 #00:02:39-3#  
50  
51 I: und wo sehen Sie (.) die (.) Grenzen dieses Roboterjournalismus? Also wo=wo denken  
52 Sie, dass kann er einfach nicht oder das sollte er gar nicht übernehmen. #00:02:48-6#  
53  
54 J4: Das ist eine schwere Frage. (lacht) (I: lacht) (3) Also eher was eher übernehmen könnte,  
55 das wäre so typische Unternehmensaussendungen, Pressekonferenzen wo der Journalist  
56 selber eh (.) keine Einfluss auf den Inhalt hat (I: Hm) dort kann ohne Weiteres finde ich  
57 einmal der Roboter das übernehmen. Weil die Frage ist, ist das notwendig, dass es dann  
58 noch in einer Zeitung steht, weil das findet man dann (.) auf hunderttausend Webseiten den  
59 Content auch. (I: Hm) #00:03:24-9#  
60  
61 I: Ahm. Wie sehen Sie diesen (.) ahm. diese Grenzen dieses Einsatzes. Gibt es etwas,  
62 ahm. wo Sie sagen, auch wenn es technisch möglich wäre sollte das immer ein Mensch  
63 machen. #00:03:39-0#  
64  
65 J4: Ja auf jeden Fall Kommentare und Bewertungen, das sollte man nicht den Computer  
66 überlassen. #00:03:45-0#  
67  
68 I: Warum nicht? #00:03:45-0#  
69  
70 J4: Weil, dass dann keine menschliche Meinung mehr ist, sondern (.) eine (.) von einem  
71 Algorithmus konstruierte Meinung, (.) die vielleicht dann irgendwie nur den Durchschnitt der  
72 Allgemeinheit entspricht, mit dem er gefüttert worden ist. Sprich der Computer schreibt

73 eigentlich das was die Leute lesen wollen und nicht das was ich Ihnen eigentlich erzählen  
74 möchte (I: Hm). #00:04:09-1#

75

76 I: Und das ist so da, das geht so in die Richtung auch wie Sie vorher erwähnt haben, Ihre  
77 gesellschaftlich oder Ihre Rolle als Journalist, was Sie denn (J4: Ja) der Gesellschaft geben  
78 wollen. (3) Ja (3) Ahm. Wie sehen Sie den Umgang mit Daten ahm. der Algorithmus muss  
79 ja von=von Daten leben, er verarbeitet auch Daten; wo sehen sie da diese Problematik oder  
80 Chance. #00:04:32-1#

81

82 J4: Also aus gesetzlicher Sicht sehe ich es problematisch, weil jetzt mit der  
83 Datenschutzgrundverordnung die demnächst kommt (I: Hm) ( ) ist der Umgang mit  
84 Daten hochsensibel ist (I: Ja) in Wirklichkeit füttern wir das ganze Internet mit unseren  
85 persönlichen Daten rund um die Uhr und kein Mensch hat einen Überblick drüber, was  
86 wirklich damit geschieht (I: Hm) daher ist in der Praxis egal. #00:04:56-2#

87

88 I: Okay? (5) Ahm. Aber gibt es auch, ist es auch wichtig, dass= dass die Leute wissen woher  
89 es kommt, also wenn sie eine Meldung sehen ahm. (.) wer es geschrieben hat oder=oder  
90 ob ein Algorithmus dabei war oder. #00:05:14-8#

91

92 J4: Also mir persönliches ist es wichtig, aber als Journalist sehe ich das natürlich aus einer  
93 anderen Perspektive. Ich schaue bei jeden Artikel auf die Namenszeilen, „ah das hat der  
94 Kollege sowieso geschrieben“ oder „ah den kenne ich“ der ist politisch eh in die Richtung  
95 einzuschätzen, ahm. „den nehme ich mit Vorsicht“ (I: Hm). Bei einem Roboter kann ich das  
96 alles nicht machen. (I: Hm) Also ich würde mich schon auch wünschen, dass steht „von  
97 einem Roboter geschrieben“? (I: Ja) Was man mit der Information dann anfangt dann weiß  
98 ich nicht. (I: Hm) Ich glaube nicht, dass es dann glaubwürdiger oder weniger glaubwürdiger  
99 einstuft (.) weil irgendwo muss der Roboter seinen Grundtenor haben, in welche Richtung  
100 er schreibt. (I: Hm) #00:05:55-7#

101

102 I: Das heißt es gibt eine Menschen trotzdem dahinter? Ja? Oder es gibt auch -

103

L

104

J4: Es muss einen

105 geben, weil irgendwer muss ihn ja füttern (.) (I: Hm) oder erst einmal gefüttert haben. (I:

106 Hm) Wenn er nachher selber dazu weiterlernt, okay aber irgendwo muss einmal ein

107 Grundimpuls gekommen sein. (I: Hm) #00:06:10-5#

108

109 I: Das heißt wie er schreibt und was er schreibt ist abhängig von einer Person die im  
110 Hintergrund (.) steht oder eine Gruppe oder wie auch immer. #00:06:19-4#  
111  
112 J4: Muss wohl so sein, sonst könnte der Computer ja nicht für eine Zeitung schreiben, die  
113 eine Blattlinie vertritt. (I: Hm) #00:06:27-6#  
114  
115 I: Ahm. Das nächste ist ja diese Entscheidungsmacht oder Entscheidungen zu treffen. Ahm.  
116 Die Verantwortung welche Artikel wie ahm. ahm. formuliert wird. Wie sehe Sie diese  
117 Entscheidungsposition. So die Entscheidung, wer entscheidet was. Entscheidet der Mensch,  
118 entscheidet der Algorithmus? #00:06:48-3#  
119  
120 J4: Nach dem momentanen Prinzip wie eine Zeitung entsteht, gibt es schon noch  
121 Chefredakteure, (I: Hm) Chef vom Dienst, (.) die entscheiden was mir reinkommt ins Blatt?  
122 (I: Hm) Wenn die auch einmal durch einen Roboter ersetzt werden, (.) dann entscheidet das  
123 Skynet (lacht). #00:07:07-0#  
124  
125 I: Ja okay. Und das = das Skynet entscheidet? #00:07:04-4#  
126  
127 J4: Ahm. Vom Terminator (lacht) ( ) #00:07:08-2#  
128  
129 I: Achso. Okay. (lacht) Gut das kenne ich gar nicht, dass muss ich (lacht) (3) ahm. das heißt  
130 die Entscheidungsmacht (.) Sie haben ja vorher etwas gesagt ahm. (.) der macht dann das  
131 was die Leute lesen wollen (*Information aus dem Vorgespräch*) (3) könnte das #00:07:23-1#  
132 L  
133 J4:  
134 Ich würde sagen, je mehr (.) der Algorithmus sich von Außen holt und dazu lernt (I: Hm)  
135 lernt er natürlich, arbeitet er sicher auf einen perfekten Durchschnitt zu. (I: Hm)  
136 Denke ich mir. (I: Hm) und der perfekte Durchschnitt natürlich das was der  
137 Durchschnittsmensch auch haben will. #00:07:42-2#  
138  
139 I: (I: Hm) Und was könnte das (.) so ein Risiko dabei sein oder Nachteil? #00:07:48-4#  
140  
141 J4: Dass der Roboter ein Populist ist. (.) Wie weit die Populisten kommen sieht man jetzt eh  
142 (lacht). (I: Okay, Ja?) #00:07:59-0#  
143  
144 I: Das heißt es besteht die Gefahr, dass er in irgendeine Richtung abdriftet. #00:08:04-8#  
145

146 J4: Wahrscheinlich. Es kommt immer darauf an, wie selbst, wie viel er lernfähig ist der  
147 Algorithmus (.). Was er dann selber entscheiden kann (.) bis hin, ich meine das ist sehr  
148 weit hergeholt, vielleicht doch nicht so weit, dass er eigentlich den Leser als überflüssig und  
149 unnötig empfindet (.) was ja auch irgendwie möglich wäre. #00:08:23-3#

150

151 I: Und für wen anderen schreibt. Na? (lacht) J4: Ja. (lacht) oder für sich selbst. I: Oder für  
152 etwas anderes. J4: Oder für etwas anderes. Ja. (lacht). I: Oder für sich selbst. #00:08:30-6#

153

154 I: Das ist auch, das wäre auch eine Möglichkeit. #00:08:32-7#

155

156 J4: Ja es gab erst vor Kurzem, ich weiß nicht welcher Firma das war, aber irgendwie, ich  
157 glaube [ \_\_\_\_\_ ] (I: Hm) die auch mit künstlicher Intelligenz zwei Maschinen aufeinander  
158 loslassen und auf einmal haben die in einer Sprache kommuniziert, die die Menschen nicht  
159 mehr verstanden haben (I: Hm) und dann haben sie den Stecker gezogen, weil das  
160 Experiment damit nicht mehr weiter nachvollziehbar war. I: (lacht), das könnte (lacht)

161 durchaus auch rauskommen. #00:08:54-1#

162

163 I: Das heißt ahm. (3) geht es dann auch ein Stück um diese Kontrolle über diese Maschinen  
164 zu erh- #00:09:02-6#

165

L

166

J4:

167 Das ist wichtig, dass wir auf jeden Fall haltet. #00:08:59-1#

168

169 I: Ja. Die Kontrolle ja, also der Faktor Mensch. #00:09:07-3#

170

L

171

J4: Und auch als ethischen Sicht, dass man die

172 Kontrolle darüber behaltet, (.) weil wenn, jetzt nicht, ein Mensch ermordet wird, der sagen

173 wir mal so für die Gesellschaft nicht besonders wertvoll war und (.) (I: Hm), dass wird dann

174 entsprechend dann formuliert; (I: Hm), dann ist das vielleicht nicht so gut. (lacht) (I: Hm)

175 #00:09:23-5#

176

177 I: Das heißt also diese Verantwortung journalistischer Tätigkeit gegenüber der Gesellschaft?

178 Ahm. Auf der anderen Seite, der Algorithmus als etwas (.) was kontrolliert werden sollte von

179 einem Menschen, wenn überhaupt. #00:09:36-4#

180

181 J4: Ja. #00:09:38-0#

182

183 I: Wenn er in Einsatz kommt. (3) Ja. (.) Ahm. Was noch von mir, für mich von Interesse ist,  
184 ist einfach diese (.) diese Arbeitspraxis journalistischer ahm. journalistischer Alltag. Ahm.  
185 Wenn wir uns jetzt anschauen, was Algorithmen bis jetzt können; Sie haben vorher schon  
186 ein bisschen so angesprochen, es könnte schon ein Vorteil geben, aber es gibt halt auch  
187 Nachteile. Sie haben das Thema angesprochen, „naja (.) Unternehmensaussendungen  
188 beispielsweise (.) könnte vielleicht ein Algorithmus übernehmen. Gibt es für Sie noch so ein  
189 Bereich, wo Sie vielleicht eventuelle Vorteile sehen.

190 #00:10:14-3#

191

192 J4: Ja wo es wirklich nur um reine Fakteninformation geht, (I: Hm) bei Sport z.B. irgendwer  
193 der schnell (.) das Endresultat darstellt, der hat so und so viele Tore geschossen, in der und  
194 der Zeit; (3) Ja da könnte ich mir es auch noch vorstellen, aber sobald dann irgendwie das  
195 Ganze einen persönlichen Touch kriegen soll, (I: Ja) ist er schon wieder disqualifiziert finde  
196 ich. (I: Hm)

197 #00:10:43-9#

198

199 I: Das heißt diese menschliche Komponente ist da so wichtig. #00:10:46-4#

200

201 J4: Ja. (I: Hm) #00:10:47-1#

202

203 I: Ahm. (.) Gibt es da auch so den Faktor Zeitdruck - Zeitersparnis der da vielleicht irgendwie  
204 einen Vorteil oder vielleicht sogar einen Nachteil bringen könnte. #00:10:58-5#

205

206 J4: Ja Zeitersparnis und so, wäre eben, so sind wir wieder bei diesen  
207 Unternehmensberichten und so sind (I: Hm). Eben Bilanzberichte oder so. Dass der den halt  
208 schnell irgendwie einwirft damit das Fleckerl auf der Seite gefüllt ist. (I: Hm) Das Inserat  
209 auch abgedeckt ist damit (lacht). #00:11:27-0#

210

211 I: (lacht) Okay. Das heißt vielleicht auch Inserate möglicherweise oder? #00:11:19-8#

212

213 J4: Nein. Zu einem Inserat, sagen wir. #00:11:22-4#

214

215 I: Also so einen begleitenden Text der #00:11:24-7#

216

217 J4: [ \_\_\_\_\_ ] (Unternehmen) inseriert eine Seite, so jetzt wissen wir auch, dass wir über die  
218 Bilanz schreiben. (.) Das mag keiner machen die Geschichte weil es eigentlich furchtbar  
219 fad ist, also (I: Hm), lass ma den Roboter ran. #00:11:33-6#

220

221 I: Okay. (3) Das mit dem furchtbar fad, interessiert mich (.) für sich jetzt. #00:11:44-4#

222

223 J4: Für mich persönlich sind Bilanzgeschichten furchtbar langweilig (.). Finde ich persönlich.

224 Andere gibts, für die sind halt (.) die Zahlen und wer das wieviel irgendwie verteilt hat, (

225 ) mich langweilt es einfach nur. (.) Mich interessiert mehr was die Firma gemacht hat, was

226 die für Produkte hat oder (I: Hm) für Dienstleistungen aber nicht für Zahlen. (lacht). I: (lacht)

227 okay. J4: Aber das bin ich persönlich. #00:12:05-3#

228

229 I: Ja? (3) Na aber das ist, natürlich klar, dass ahm., dass ist ja auch spannend (.) was,

230 was=was man, was einem selber interessiert und auch mit welchen Tools man dann

231 arbeiten will eigentlich überhaupt. Ja? Ahm. (3) Was auch noch ahm. ein sehr spannendes

232 Thema ist, bei diesen Algorithmen, die sich natürlich, sie werden in irgendeiner Art und

233 Weise im Einsatz sein oder sind sie auch schon teilweise. Und ahm. (3) Thema ist natürlich

234 wie sie bereits gesagt haben diese= diese Zeithematik ist natürlich etwas, dass immer

235 wieder auftaucht; jetzt ist auch die Frage (.) ob es durch diese Texte die da automatisch

236 gener= generiert werden, auf vielleicht finanzielle Vorteile? Oder sogar Nachteile entstehen

237 könnten. #00:12:52-6#

238

239 J4: Ich finde (für) Journalisten selbst sind sicher Nachteile nur (I: Hm) weil dann Arbeit ihm

240 weggenommen wird. (I: Hm) Das wo jetzt vielleicht ein Praktikant oder Volontär sich ein paar

241 Euro dazuverdient, indem er solche (.) Sachen macht, macht dann der Roboter, (.) der

242 vielleicht einmal viel gekostet hat; ( ) weil sich das Unternehmen sich damit was

243 spart, sie dahingestellt (I: Hm). (.) Aber einzelne Personen werden auf jeden Fall Nachteile

244 dadurch haben, denke ich. #00:13:18-7# #00:13:18-7#

245

246 I: Hm. (3) Sie haben jetzt gerade angesprochen, so Praktikanten, Praktikantinnen, die sich

247 da ein bisschen was dazuverdienen. Das sind ja jene, die eigentlich so (.) ihre ersten

248 Erfahrungen im Journalismus machen, bzw. einsteigen in diesen (J4: hm (bejahend) )

249 Bereich. Ahm. Wie sehen Sie das wenn= wenn diese Tätigkeit plötzlich wegfällt. #00:13:35-

250 7#

251

252 J4: Ja es wird (.) der Beruf der Journalisten in Zukunft dann generell wegfallen, (.) weil ich

253 glaube eben sowieso durch diese ganzen Blogs und wo jeder sich selber als Journalist fühlt

254 und darstellen kann (.), wird der Job keine Zukunft mehr haben. Wird (.) die Printmedien

255 werden früher oder später verschwinden; ich merke es selber bei denen für die ich schreibe,

256 die Hefte werden immer dünner. Es ist immer (.) (I: Hm) weniger Nachfrage an Stories (.)  
257 Ja. #00:14:04-2#  
258  
259 I: Das heißt, ahm. (3) der Journalismus in Zukunft, dass es ihn nicht mehr geben wird; aber  
260 also nicht mehr in der Form wie wir ihn heute kennen wahrscheinlich ja? #00:14:16-3#  
261  
262 J4: Ja. #00:14:16-3#  
263  
264 I: Ahm. Wenn wir uns jetzt in die Richtung denken, diesen klassischen Roboterjournalismus  
265 oder Algorithmischen Journalismus, wie schätzen Sie das ein, wird sich das etablieren.  
266 #00:14:28-5#  
267  
268 J4: Es wird einen Hype geben; (I: Hm) Vielleicht für eine Zeit lang werden alle Stolz darauf  
269 sein; dann werden sie merken, dass es nichts gebracht hat; dass man viel viel Geld in die  
270 Sachen investiert hat die es eigentlich nicht wert war. I #00:14:42-1#  
271  
272 I: Ahm. Wie meinen Sie, dass es nicht wert war? Was könnte da vielleicht? #00:14:45-7#  
273  
274 J4: Ja. Wenn eben die eben wie sie heute sind, dann gar nicht mehr existieren. (I: Hm) in 20  
275 Jahren oder 30 Jahren. (3) Dass man dann jetzt noch investiert, in der Hoffnung, dass man  
276 (.), dass ganze System am Leben erhaltet, aber wenn es doch scheitert, dass haben ich  
277 damit gemeint. #00:15:00-8#  
278  
279 I: Das heißt, ahm. die Investition in solchen Algorithmischen Journalismus wäre für vielleicht  
280 eher, geht in die Richtung eher den Journalismus vielleicht sogar zu erhalten in der Form in  
281 der er jetzt ist oder? (3) Oder Grundzüge davon zu erhalten? #00:15:18-6#  
282  
283 J4: Ja, dass man halt weiterhin irgendwie einen Zeitung produzieren will (I: Hm) kann, aber  
284 mit weniger Leuten, mit weniger Geld? Und ich glaube es wird vom Publikum nicht so  
285 wirklich angenommen werden, weil sobald die Leute begreifen, dass es nur eine Maschine  
286 mehr schreibt, (.) (I: Hm) wird es für den Leser uninteressant. (.) (I: Hm). #00:15:40-8#  
287  
288 I: Wenn man sich jetzt überlegt, dass JournalistInnen in Zukunft, oder ich weiß nicht ob Sie,  
289 ob Sie das noch für sich aufgreifen möchten. Ja. Ahm. Welche Skills denken, Sie oder  
290 welche Fähigkeiten werden wichtig, wenn man mit so einer Software arbeitet, also wenn  
291 man Texte automatisiert, generiert? Welche Dinge glauben Sie sind wichtig für die  
292 Menschen zu wissen wenn Sie damit aktiv arbeiten. #00:16:06-2#



293

294 J4: Ich weiß ehrlich gesagt nicht, wie das aktive Arbeiten damit überhaupt (I: Hm)  
295 ausschauen soll. Kriege ich als Redakteur dann noch eine Geschichte hingelegt und ich  
296 muss die gemeinsam mit dem Roboter (.) fertig machen; oder füttert eh der Chefredakteur  
297 die Themen, die eines=ein Thema mir und 5 dem Roboter zum Schreiben (I: Hm). ich weißt  
298 nicht wie diese Verteilung dann ist, ob (.) ich als normaler Journalist, dann überhaupt mit  
299 Roboter zu tun haben, außer, dass ich mir am Anfang vielleicht (.) irgendwas beibringen  
300 muss, (I: Hm) korrigieren die erste Zeit, bis er selber gelernt hat. #00:16:41-0#

301

302 I: Hm, das heißt #00:16:44-8#

303 L

304 J4: Ich nehme an der ersten Monate wird man wahrscheinlich sehr gründlich  
305 über jeden Artikel urüberlesen müssen (I: Hm?), den verbessern? Je nach Algorithmus  
306 sagen warum er es verbessert hat oder (.) er ist geschieht genug, dass er es selber anhand  
307 vieler Korrekturen erkennt, aja, „in die Richtung gehts, so muss ich mich verbessern“. (3)  
308 Kann man nicht sagen, kommt darauf an, was die einzelne Software halt wirklich kann.  
309 #00:17:09-9#

310

311 I: Ja. Das heißt es ist abhängig davon welche Software, welcher Typ, wie die Redaktion  
312 ausschaut, wie die Arbeitsteilung ausschaut, alles diese Faktoren #00:17:16-3#

313 L

314 J4: Na klar. Weil ich im Grund genommen wenn der Roboter gut genug ist und das  
315 alles gelernt hat (I: Hm) , dann braucht es nur mehr einen Chefredakteur, der irgendwie  
316 bestimmt, welchen Content er transportieren will und überlasst das andere alles dem  
317 Roboter. (I: Hm) #00:17:33-6#

318

319 I: Wenn man sich so Redaktion überlegt ahm. wenn man diesen Gedanken weiterspinnen,  
320 dass der Chefredakteur jetzt mit seinem Roboter (lacht) quasi den Laden rockt, so ahm.  
321 dann würde, was würde da noch ahm. (3) wenn jetzt, würde er jetzt noch jemanden  
322 brauchen, der spezialisiert ist die Software oder jemand beides irgendwie kann, der ihm da  
323 vielleicht unterstützt. #00:18:06-2#

324

325 J4: Ja wahrscheinlich wird er einen Techniker brauchen, der - #00:18:09-0#

326

327 I: Der sich darum kümmert, oder? #00:18:10-5#

328

329 J4: Ja. (3) Der weiß wie man das Ding wieder ausschaltet, wenn es zuviel (lacht) (I: (lacht)  
330 ) wenn es zu viel Eigendynamik entwickelt. #00:18:16-2#

331

332 I: Also (3) Ahm. Zu viel Eigendynamik bedeutet? (.) Wenn es= wenn es? #00:18:21-5#

333

334 J4: Wenn es irgendwie eigene Texte produziert, die (.) der Chefredakteur eigentlich gar  
335 nicht mehr haben will und er (I: Hm) da keine Möglichkeit hat das irgendwie zu bremsen. (I:  
336 Hm) #00:18:30-8#

337

338 I: Können Sie sich vorstellen, dass es ahm. tatsächliche ahm. Koexistenz geben kann  
339 zwischen einen Algorithmus und =und journalistischer Tätigkeit? #00:18:41-8#

340

341 J4: Wenn man es vernünftig macht ja, da sind wir eben wieder bei dem Beispielen von  
342 vorher (.) mit irgendwelchen langweiligen (.) Firmenaussendungen (I: Hm) oder solchen  
343 Sachen. Das ja. Politik zum Beispiel ist absolut unvorstellbar (I: Hm) für mich. #00:18:58-8#

344

345 I: Hm? Warum? (3) Warum ist das politische Thema etwas was in menschlicher Hand sein  
346 muss? #00:19:02-7#

347

348 J4: Weill jede Zeitung eine politische Linie verfolgt in irgendeine Richtung (.) und ich glaube  
349 nicht, dass man einen Algorithmus so darauf trainieren kann, auf die ganzen

350 Ungereimtheiten (.) und Fehler die so jedes politische System hat, dass er über die  
351 hinwegsieht. (.) (I: Hm?) (.) Weil wenn ich jetzt ein Verfechter des [ \_\_\_\_\_ ] (politische  
352 Orientierung), muss ich zugeben, es gibt viele Schwachstellen drinnen, aber es ist trotzdem

353 noch das Beste, oder umgekehrt, (I: Hm) (.) ist auch im [ \_\_\_\_\_ ] (politische Orientierung) -

354 Eck wahrscheinlich genug geben die sagen, dass gefällt man eigentlich nicht, aber

355 insgesamt (I: Hm) ist es doch vertretbar. Und ich glaube dieses (.) Abwägen kann ein

356 Computer nicht. #00:19:41-1#

357

358 I: Da sind wir ein Stück weit bei Entscheidungen treffen. Wer trifft welche Entscheidungen?

359 Ahm. Wie man etwas formuliert, schreibt? #00:19:52-8#

360

361 J4: Ja der wird das selber lernen halt irgendwie (I: Hm) anhand von dem was ihm

362 vorgefüttert wird. (I: Hm)

363 #00:20:00-6#

364

365 I: So. (8) Hm. (5) Ja ich bin für meinen Teil, habe ich eigentlich alles schon abgefragt, (.)  
366 was in irgendeiner Art und Weise jetzt für mich relevant ist, jetzt ist es eher so diese offene  
367 (.) ah Teil wo Sie wenn Sie wollen nochmal die Möglichkeit haben, nochmal etwas zu  
368 formulieren wo Sie sagen, des ist mich jetzt noch wichtig, das kam jetzt gar nicht vor, oder  
369 das ist mir jetzt noch eingefallen, das möchte ich noch gerne loswerden. #00:20:40-4#  
370  
371 J4: Ja -Nein ich glaube schon, dass Situationen gibt, wo ein Roboter Journalismus gut und  
372 sogar sehr gut sein könnte, nämlich dort wo (.) der menschliche Journalist persönliche  
373 gefährdet ist. (I: Hm). Also in Kriegsgebieten, dass irgendwie eine Drohne aufnimmt, und  
374 daraus Berichte schneidet oder Roh-Berichte macht (I: Hm) die dann der Journalist  
375 irgendwo in seinem sicheren Kämmerchen bearbeitet, (.) (I: Hm) oder irgendwie bei  
376 Tatorten, wo irgendwas passiert ist, wo du als Mensch nicht unbedingt hingehen möchtest.  
377 (.) (I: Hm) (.) Aber das wäre halt dann eben nicht der Algorithmus so, sondern ( )  
378 irgendwie mit etwas physischen verbunden. (I: Hm- So Roboter) Also oder eben ein richtiger  
379 Roboter, der man halt hinschickt (I: Hm) (.) (I: Hm?) (.) Das sind Sachen, die würde ich  
380 positiv empfinden. #00:21:31-5#  
381  
382 I: Ja? Also diesen Sicherheitsaspekt #00:21:33-4#  
383  
384 J4: Ja, ich denke viele Journalisten die irgendwo bei Kriegsberichterstattung ums Lebens  
385 kommen, und so (I: Hm. Ja.), wenn man das dadurch verhindern könnte, (.) wäre das ein  
386 Vorteil. (I: Hm?) (6) Ja ansonsten (.) ahm. Aber wahrscheinlich wird es kommen, weil die  
387 ganze Welt momentan digitalisiert wird, (I: Hm) (3) viele Leute sagen der Umbruch jetzt, ist  
388 Vergleichbar mit der industriellen Revolution? Glaube ich; stimmt irgendwo. (.) Viele werden  
389 auf der Strecke bleiben (.) (I: Hm) viele werden neue Chancen ergreifen können, (.) auf  
390 welcher Seite man ist, wird man halt (.) irgendwann sehen, wenn es zu spät ist (lacht).  
391 #00:22:17-7#  
392  
393 I: (lacht) (3) Sie haben noch ahm. Sie haben gerade gemeint, (.) neue Chancen ergreifen,  
394 also auch für JournalistInnen, was (3) wo denken Sie welche= welche Möglichkeiten gäbe  
395 es da, welche Chancen gäbe es da vielleicht auch beruflich. #00:22:33-9#  
396  
397 J4: Weiß ich nicht, vielleicht irgendwie (.) eine Contentfilterung von den Ganzen  
398 maschinengenerierten (I: Hm) Content, der einem dann überschwemmt (I: Hm). Dass man  
399 den durchfiltert und dann sagt, „ja das ist human-generated“ (I: Hm) und das der dann  
400 vielleicht einen besonderen Stellenwert und mehr wert ist (.) (I: Hm) also es ist allgemein in  
401 der Hotelbranche (.) gibt es ja solche Trends schon, wo halt automatisches Check-In ist und

402 auch man mit keinem Menschen mehr in Berührung kommt? Und wenn man dann aber  
403 irgendwie einen Rezeptionist will, oder einem der Zimmerservice will (I: Hm), dann kostet  
404 halt das extra und das genießt man dann halt also als Luxus. (I: Hm). Und vielleicht geht es  
405 da mit der Information genauso in die Richtung. #00:23:19-2#

406  
407 I: Hm? Also könnte das vielleicht auch dieses (.) künftige Bild des Journalismus vielleicht  
408 auch (.) so in die Richtung gehen? #00:23:24-0#

409  
410 J4: Ja. Es wird halt, nur wahrscheinlich weniger Leute geben, (I: Hm) weil (.) so viele Leute  
411 die jetzt an einer Zeitungproduktion, an einer Zeitung arbeiten, werden dafür sicher nicht  
412 notwendig sein (I: Hm) weil es sehr viele Geschichten gibt, die es nicht wert sind, dass die  
413 da irgendwie dann noch großartig (.) überarbeitet menschlich und weiterverteilt werden (I:  
414 Hm). Für die ganze Unfallberichterstattung und irgendwie= irgendjemand umgebracht wird,  
415 oder die ganzen Sachen (I: Hm). Ich glaube nicht, dass jemand da einen Wert drauf legt,  
416 dass er das von einem Menschen geschrieben ist, weil in Wirklich will das eh keiner lesen.  
417 Ich meine (lacht) (I: (lacht) ) man freut sich am Grausligen irgendwie aber in Wirklichkeit will  
418 man nichts damit zu tun haben. (I: Ja) #00:24:08-1#

419  
420 I:Ja. #00:24:12-2#

421  
422 J4: Ja ich hoffe, dass da (.) irgendwas Brauchbares dabei war. #00:24:14-9#

423  
424 I: (lacht)

### A13.5. J5

2 I: Dann (.) Wunderbar. Gut, im Rahmen der Arbeit beschäftige ich mich ja mit  
3 algorithmischem Journalismus. Hauptsächlich geht es bei mir um automatisierte  
4 Textgenerierung (.) Wie sie eben schon in ah. (.) wie sie eben schon möglich ist wie  
5 beispielsweise (J5: (unverständlich) Finanznachrichten oder (.) (J5: Im Sport). Zum Beispiel.  
6 Ja (.) ahm. jetzt mal die erste Perspektive, Roboterjournalismus, algorithmischer  
7 Journalismus, inwieweit haben Sie sich damit schon beschäftigt? (2) #00:00:31-5

8

9 J5: Ich sag mal so, ich hab ihn wahrgenommen (I:Hm) also dass er existiert, weil (.) ich ja  
10 auch seh, dass bei den Medienhäusern, also übergeordnet ist, da gar nicht so sehr die  
11 Journalisten direkt, aber Medienhäuser, (.) eben auch nach Lösungen suchen, wie sich die  
12 Zukunft des Journalismus gestalten kann, in welcher Form, (.) (I:hm) sie sich da etablieren,  
13 positionieren können. Und zukunftsorientiert halt die Welt gestalten können (I:hm) Und da  
14 wird das dann auch (.) ähm. als Innovation halt auch gepriesen, dass sie (.) ähm. Im  
15 Roboterjournalismus, Experimente starten, Versuche, es ist noch ein bisschen eine Scheu  
16 davor, (.) zu sagen, wir verwenden das fix (I:Hm) Also,(.) es wird, es ist ein großes Bemühen  
17 dabei, zu sagen, da ist auch noch ein Mensch dabei, aber trotzdem ist es glaub ich noch so  
18 ein bisschen ein Aushängeschild: Schaut, wir sind innovativ, also, es ist, gehört schon so zur  
19 Markenpflege dazu, dass man auch äh. an innovativen Ideen dran ist. #00:01:35-7#

20

21 I: Hm. Dh. also, der (.) dieser algorithmische Journalismus eher aus diesem Innovations- ah.  
22 Aspekt. #00:01:43-6#

23 L

24 J5: so nehm ich´s zumindest wahr. Ansonsten, hätte ich nämlich, also, wir haben es gestaltet  
25 auch, wir haben den Algorithmus kreiert, wir haben ihn trainiert, das steht im Vordergrund zu  
26 (.) ahm. welche laborios haben wir verwendet (lacht) Mit was für Daten haben wir, ist das ein  
27 deep neural network, reden wir von machine learning, reden wir von deep learning (I:Hm)  
28 das wird alles weniger aufgeschlüsselt, als viel mehr, schaut einmal, wir machen das und  
29 diese Nachrichten sind schon, aber da fehlt es dann ja eigentlich an Transparenz und  
30 Erklärung, inwieweit das einen Unterschied macht, ob es besser oder schlechter ist, oder  
31 warum man verschließt, etwas in diesem oder jenem Feld einzusetzen, das ist eher so diese  
32 prinzipielle Begeisterung (I:hm) dass auch der (.) Sportjournalist sagt: Wow, wir haben das  
33 kreiert, wir haben hier einen Namen gegeben, mit Anthropomorphismus verbunden sehr  
34 (I:hm) und weniger (.) hat man dann auch bei den Journalisten dann natürlich die Angst, der  
35 nimmt mir das meinen Job weg. (.) Wenn die Maschine, Beispiel Sport, Fußballergebnisse  
36 (I:hm) (2) niederschreibt. #00:02:47-0#

37

38 I: Also spricht man auch schon ein Stück weit, vielleicht von Ersatz von menschlicher  
39 Tätigkeit in einem bestimmten Kontext? (2) #00:02:54-9#

40

41 J5: Es ist immer so Kaffeesud-Lesen (I:hm) ist immer schwierig, vor allem haben wir keinen  
42 Kaffee da (lacht) nein, aber ich glaub, ich sag (.) so wie ich die Welt betrachte und die  
43 Entwicklungen, wie ich sie sehe, wär es eigentlich fast ein, (.) natürlich. Natürlich wird (I:hm)  
44 der Journalist, dort wo er ersetzbar ist, durch Maschinen ersetzt werden. Die Frage ist,  
45 welche Bereiche sind es, wo ist es sinnvoll (I:Hm), wo entlastet es den Journalisten vielleicht  
46 sogar auch, weil es mühsame Tätigkeit sind, weil es redundante Tätigkeiten sind, das zeigt  
47 ja auch das Feld des Sports, wenn man rein auf die Fußballergebnisse geht und jetzt nichts,  
48 die Emotionalität eines (.) *Jemand kommt rein* #00:03:37-9#

49

50 I: Hallo! (J5: Unser Tisch? ) Nö, also gut. #00:03:41-2#

51

52 J5: Ahm. und nicht die Emotionalität des Spiels wiedergeben will, überspitzt ausgedrückt,  
53 warum nicht auch eine Maschine? (I:hm). Welchen Journalisten würde es eine Tätigkeit  
54 "fordern", für welchen Journalisten würde so eine Tätigkeit fordernd sein, Fußballergebnisse  
55 niederzuschreiben. Oder (I:Hm) Im Print gibt es die berühmten Ticker-Meldungen, die  
56 aufbereitet werden, also, das ist etwas, wo (.) ein Sinn gegeben ist, (I:hm) (.) wo, die  
57 Versuche durchaus (.) nachvollziehbar sind, wo es fast logisch ist, dass es passiert. Und wo  
58 (.) die Angst, also man muss immer zweiteilen, die Angst Arbeitsplätze zu verlieren (I:Hm)  
59 Ja. Ahm. Verlier ich einen Arbeitsplatz, den ich eh nicht wollte, so, dieses, das letzte  
60 Refugium, dass man geistig hat, wenn ich es nicht schaffe, dann mach ich halt, ja, es war  
61 (I:hm) zu meiner Jugend, war immer dieser, dieser Spruch als Phrase, ohne das  
62 herabwürdigen zu wollen, im schlimmsten Fall werd ich Billa-Verkäuferin. (I:hm) Weil das war  
63 so ein Synonym für einen Job, den jeder machen kann, egal was für eine Ausbildung er  
64 genossen hat, einen Monat Einschulung, und da verdient man zwar nicht viel, aber man  
65 kann überleben und man kann die Miete bezahlen. (I:hm) Dh. stellt, diese (.) dieser Bereich,  
66 in dem jetzt experimentiert wird, stellt der was dar, wo der Journalist sagt, im schlimmsten  
67 Fall schreib ich Ticker-Meldungen, weil das kann eh jeder, und daher wird mir eine geistige  
68 Flucht weggenommen. Und ich sage, oh, da muss ich ja kompetitiv werden und mit den  
69 Besten und den Besten konkurrieren und investigativ sein und oh mein Gott. Ja, wenn ich  
70 nicht mindestens [ \_\_\_\_\_ ] (österreichischer Journalist und Moderator) besiegt hab, werd  
71 ich nicht überleben. Es ist, dieses den Menschen zu ersetzen, ist jetzt grad in einer riesigen  
72 Kluft, weil soviel Angstmache betrieben wird, ahm. und weil wir gelernt haben, misstrauisch  
73 zu sein, wenn uns Chancen und Möglichkeiten versprochen werden, einfach weil das im

74 Narrativ mit dem Grundeinkommen dem unbedingten begonnen hatte (I:hm) dass Maschinen  
75 für uns ein unbedingtes Grundeinkommen erwirtschaften werden. Das war die große Utopie,  
76 die sich natürlich nicht bewahrheitet hat - wie es jetzt aussieht. Und aus dem heraus wird,  
77 werden viele aus dem Bauchgefühl heraus halt auch misstrauisch. (I:hm) Und (.) so,  
78 entweder, weil (unverständlich) ich weiß es nicht, aber die Angst hab ich nicht mitbekommen  
79 (I:hm) Ich kann jetzt aber auch, also ich komme aus dem Radio, ich kann jetzt nicht für den  
80 Print sprechen. Ob es da (.) jetzt wirklich, die gibt, die nur Ticker-Meldungen schreiben zB.  
81 So wie ich das wahrgenommen hab von Kolleginnen und Kollegen ist es eher so, dass das  
82 zum Job auch dazu gehört, quasi ein Schichtdienst, wo (.) ich noch keine  
83 überdurchschnittliche Freude wahrgenommen hätte, wenn jemand diesen Dienst hat. Dh. er  
84 wird als mühselig, mühsam wahrgenommen und (.) ich glaub die Angst, hält sich in diesem  
85 Bereich zumindest noch in Grenzen. (.)#00:06:49-5#  
86  
87 I: Das heißt also diese ah. (.) Bereiche, die Sie angesprochen haben, zB könnte der  
88 Algorithmus übernehmen und wären eine Entlastung für (.) JournalistInnen, die das vielleicht  
89 nicht machen (.) wollen. Oder #00:07:02-7#  
90  
91 J5: Ich seh das, ich seh das Thema immer leider größer. Dh. ja, also ganz klares ja, könnte  
92 er, wenn (.) Fragen davor geklärt sind. #00:07:13-6#  
93  
94 I: Welche Fragen? #00:07:14-3#  
95  
96 J5: Wie ist die Maschine trainiert. (I:Hm) Wie (.) hoch ist die Verlässlichkeit, dass das  
97 Ergebnis ahm. stimmt. Welche Bereiche ahm. betrifft das. Also, reden wir vom Sport, wo  
98 auch wenn ein Journalist sich verschreibt und aus einem 0:1 ein 1:0 macht, (I:hm) das zwar  
99 für den Fan ein Drama ist und er vielleicht weint, aber noch keine einschneidende  
100 Maßnahmen stattgefunden hat. Ich sag, ahm. oder es ist in der Wirtschaft, wo dann ein  
101 Irrtum, den man dann auf eine Maschine schieben müsste, also wo dann gleich sich ganz  
102 andere Fragen auftun, oh die Maschine hat sich geirrt, wäre was anderes als oh, der  
103 Journalist hat sich geirrt. Wenn ich als Journalist einen Text schreibe, liest ihn ein anderer  
104 durch. Mit dem diskutiere ich dann wie hast du etwas gemeint. Ahm. Deep Neural Networks  
105 zB haben nicht nach, die werfen eine Antwort aus, aber haben nicht nachvollziehbar wie sie  
106 zu einer Entscheidung gekommen sind. Dh. die Verführung des Predictive liegt natürlich im  
107 Raum, wenn wir journalistisch reden, ich bleib jetzt beim, weil wir schon mit Fußball  
108 begonnen haben (I:hm) die Krake (.) Kurt die Krake oder wie die hieß, die vorhersagen  
109 sollte, bei der Fußball, ich glaube Europa- oder Weltmeisterschaft, wie die Ergeb-, welche  
110 Mannschaft gewinnt. Wir lieben das, das Vorhersagen, was passiert, das ist auch der Reiz

111 der Algorithmen. Aber hier haben wir dann eine Verantwortung auch, also nicht nur als  
112 Journalisten sondern auch als Medienhäuser zu übernehmen, wo setzten wir das ein, wie  
113 transparent sind wir da und wer hat die Verantwortung, wenn etwas nicht so funktioniert, wie  
114 es funktioniert. Und da ist so das mahnende Beispiel, ach das kann nicht passieren, das war  
115 jetzt zwar ein menschlicher Eingriff, aber das hat so schön den Impact gezeigt, als der  
116 Twitter-Account vom Weißen Haus kurz übernommen worden war, ich weiß nicht, wie die  
117 sich genannt haben, von irgendeiner aktivistischen Gruppe und die dann verlautbart hatten  
118 über Twitter, äh. es hätte einen Bombenanschlag im Weißen Haus gegeben (I:hm) Und alle  
119 Börsenkurse sind runtergebrochen von jetzt auf jetzt. (I:hm) Es war die erste Reaktion und  
120 das zeigt auch, was für einen Einfluss scheinbar harmlose, (.) ahm. Social Media Plattformen  
121 eigentlich schon auf unseren direkten Lebens- und Arbeitsalltag haben. Wir können nicht  
122 mehr sagen, oh das ist das, treffen wir uns privat und diskutieren. Das ist ja nicht die echte  
123 Welt, sie haben einen Impact, weil auch auf Twitter sind wieder Algorithmen (I:hm) die  
124 Twitter-Meldungen fangen, die weiter verarbeiten und dann den Börsensturz, äh. Börsenkurs  
125 zum Stürzen (.) bringen können. Dh. (.) würd ich jetzt sagen, Algorithmus in der Wirtschaft,  
126 weil der besser oder verlässlicher ist als der Mensch, wär einfach meine spontane Antwort:  
127 Manchmal ist es ganz gut, dass wir Menschen sind, nicht so schnell funktionieren, uns auch  
128 zurücklehnen können und sagen, ok ich atme mal kurz durch und überlege, warum weshalb  
129 wieso, und genau das sollten wir im Punkt der Automatisierung auch tun uns zu überlegen,  
130 wofür, warum, und wenn worst case eintritt: Wie reagieren, was machen? Weil dann die  
131 Antwort, dass das halt der Algorithmus war und das tut uns Leid (I:hm) wird nicht  
132 ausreichend sein. Weil grad die Medien leben ja von dem Berühmten: Es menschtelt. (I:hm)  
133 Von Menschen für Menschen, wir wollen uns ja aufregen, wir wollen diskutieren, wir wollen  
134 inspiriert werden, im besten Fall, so positiv gesehen und (.) eine Maschine, die mir nüchtern  
135 Nachrichten liefert, wäre das so unumstößlich super und großartig, dann gäbe es außer [  
136 \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen Ö.) und [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen D.) nichts mehr, weil  
137 das ist das, was genau die Journalisten dort immer schon gemacht haben: Nüchtern, Fakten  
138 präsentieren. Das war die Basis für andere Medienhäuser um Recherche aufzubereiten,  
139 aber das war nicht das, was sich durchgesetzt hat, bei den Konsumentinnen und  
140 Konsumenten, dass sie gesagt haben, ich will das nur so lesen, ich will den, der dann  
141 weiterfragt, warum, weshalb, wieso und eben Zukunft, Vergangenheit und viele Faktoren, die  
142 das menschliche Denken bestimmen mit einbeziehen. (I:hm) #00:11:23-5#  
143  
144 I: Das sind, habe ich jetzt ein paar Dinge rausgehört und würd da gerne einhaken, nämlich  
145 gleich einmal bei dieser Verlässlichkeit, wie verlässlich ist der Algorithmus und was tun bei  
146 Fehler, Fehlern beispielsweise? Wer ist verantwortlich? Wo sehen Sie da so dieses Risiko?  
147 Gerade so in dieser automatisierten Textgenerierung? #00:11:46-2#



148

149 J5: Es gibt einige, also das erste ist eben, dass die Leute, die verstehen, wie es funktioniert,  
150 sprich, wie das System lernt, das sind einige Spezialistinnen und Spezialisten (I:hm) aber  
151 nicht der (.) Journalist, der es als Tool benutzt. Dh. es beginnt quasi schon, wie wird der  
152 Algorithmus trainiert (I:hm) Was will ich vom Algorithmus und wo ist das Ziel? (.) Ah. am  
153 Ende des Tages wird es wahrscheinlich so ausschauen, dass es als Tool benutzt werden  
154 wird, also, dass das quasi einfließen soll, dass es vielleicht auch kooperativ ist (.) dass die  
155 Maschine mir in Echtzeit übersetzt, etwas aus einer anderen Sprache, wenn etwas  
156 stattgefunden hat und ich kann das in meinen Artikel oder (I:hm) in meinen Beitrag mit  
157 einarbeiten und da ist dann aber eben die Frage, in welchen Bereich, wie abgesichert.  
158 Inwieweit entlastet das den Journalisten wirklich, wenn wir jetzt von Qualitätsmedien  
159 sprechen (I:hm) (.) Weil (.) ahm. ich sag vereinfacht ausgedrückt, wenn ein Interviewpartner  
160 mir sagt, etwas ist so und so. Nehm ich das auf, (.) und dann überprüfe ich, wenn es um  
161 Fakten geht, die er präsentiert, stimmt das denn wirklich? So ich es nicht, quasi vor Ort weiß  
162 und schaue, hat er Recht, gibt es da Quellen? Und wenn ja, etc. etc. Jetzt ist die Maschine  
163 quasi mein Arbeitskollege und das sagt heißt übersetzt aus dem Chinesischen dieses und  
164 jenes, jetzt ist es für mich als Journalist schwer das direkt zu überprüfen. Ahm. und da stellt  
165 sich dann eben die Fragen. Es ist schön, dass ich das Chinesische jetzt, der ich kein  
166 Chinesisch spreche, miteinbeziehen kann in meine Recherche. (I:hm) Dh es gibt unfassbar  
167 viele Möglichkeiten. Auf der anderen Seite, wie soll ich es überprüfbar machen, dass das  
168 stimmt. Sind das dann 5 Maschinen, wo ich alle 5 Ergebnisse vergleiche, oder eine sechste  
169 Maschine die Ergebnisse der 5 Maschinen miteinander vergleicht und mir einen Mittelwert  
170 liefert. In welchen Bereichen ist das so? Und inwieweit beeinflusst es mich und meine  
171 Geschichte? Weil da sind wir beim nächsten. Was ist, rein gesetzt den Fall, es gibt genug  
172 Forschung, die sich auch im Verbreiten von Malware mithilfe künstlicher Intelligenz  
173 beschäftigt. Jetzt sind wir beim Thema Fake News (I:hm) Was ist, wenn ein staatlicher  
174 Akteur, dem es das wert ist, es schafft, den Algorithmus so zu verändern, dass er mir  
175 vermeintliche Meldungen, die falsch sind, als echte, oder als die "Wahrheit" (.) vermittelt. Wo  
176 hab ich da dann quasi ahm. dass das Korrektiv dann noch (I:hm) Wir sind jetzt noch sehr,  
177 sehr technikgläubig, und (.) nehmen immer die Maschine, die etwas generiert für uns als das  
178 (.) ultimativ Richtige an und hinterfragen es ganz, ganz selten. Und das ist ja das, was sich  
179 Angreifer dann wieder zunutze machen, weil die können über unsere Technikgläubigkeit  
180 dann unter Umständen sehr, sehr viel manipulieren. Man kann es korrigieren, wenn man  
181 drauf kommt, aber ist der Schaden erstmal angerichtet, hat man schon Schaden produziert.  
182 Dh. wie sichere ich den Algorithmus vor fremdem Zugriff (I:hm) wo er sich doch aktueller  
183 Nachrichten etc. bedient. Greift der Algorithmus zB auf, bleiben wir in der Politik, zB auf  
184 Propaganda ahm. Blätter wie [\_\_\_\_\_] (Russische Nachrichtenplattform) zB zu und beginnt

185 sich immer öfter bei [\_\_\_\_\_] (Russische Nachrichtenplattform) zu bedienen, weil das halt  
186 gewisse (.) Kriterien abdeckt. Würde meine Maschine auf einmal Fake News produzieren.  
187 Einfach weil (.) die Maschine nicht differenziert. Ist es [\_\_\_\_\_] (Amerikanischer TV-Sender)  
188 ist es [\_\_\_\_\_] (Russische Nachrichtenplattform) oder ist das (.)[\_\_\_\_\_]. (Britischer TV-  
189 Sender) Und (.) ahm. aus dem heraus ist es jetzt noch, ich sag pittoresk, weil man darf sich  
190 spielen, man soll sich spielen, es ist ein Experiment. Ein bisschen in der geschützten  
191 Werkstätte, der Mensch kontrolliert noch drüber, beim Sport, kann man das noch  
192 nachvollziehen, da gibt es ein gutes journalistisches Netzwerk, weil es so viele interessiert.  
193 Dass man dann Überprüfbarkeit hat. Aber die großen Fragen werden kommen, wenn wir  
194 solche Maschinen auch im Politischen einsetzen wollen, wo sie vielleicht auch im Nationalrat  
195 die Sitzungen wiederholen und man sagt, super, automatisiert aufgearbeitet, oder wie auch  
196 immer (I:hm) und da wird es dann spannend. Also (.) #00:16:23-7#

197

198 I: Hm. Ich würd da gern bei etwas einhaken, nämlich diese Kontrolle oder dieses Korrektiv,  
199 ahm. könnte das so auch (.) ein Thema sein, (.) wo man sagt, da müssten Journalisten,  
200 Journalistinnen, die damit arbeiten, auch über bestimmte Kenntnisse verfügen oder  
201 bestimmte Skills verfügen? #00:16:43-2#

202

203 I: Ein großes Jein (lacht) Weil es, wie bei so viel davon abhängt, wo im Journalismus man  
204 unterwegs ist (I:hm) Ahm. es, ein beliebtes Beispiel, eine beliebte Geschichte, die gerne  
205 erzählt wird: Das war das (unverständlich) die Snowden Dokumente bekam und davor nicht  
206 einmal wusste, wie man Emails verschlüsselt. Und Snowden musste etwas beibringen. Er ist  
207 so quasi on the fly hat er Internetsicherheit gelernt, weil es notwendig war. Und jetzt ist er ein  
208 großer Verfechter natürlich, (I:hm) wenn man ein Netzwerk im investigativen Bereich,  
209 Netzwerke, wer mit wem, was man wo wie, oder Tweets analysieren will etc. wird man nicht  
210 umhin kommen, gewisse Tools, die als Hacking Tools bekannt sind, aber legale Hacking  
211 Tools zu verwenden, die aber natürlich einer gewissen Expertise bedürfen, um quasi im, Ist  
212 schon ohne automatisierten Nachrichten Beispiele zu bringen, wo es im Journalismus schon  
213 stattfindet. Ist es jemand, der einen Event, einen Society Event abdeckt im Journalismus.  
214 Dann wird der das weniger brauchen solche Hilfsmittel. Und es wird ihm eher egal sein, was  
215 ich, auf der Seite der Technik eigentlich so tut. Dh. mit jeder Entwicklung, die sich (.)  
216 darbietet, mit der wir uns am Anfang ja auch spielen, homo ludens-mäßig, kommen dann in  
217 nächster Folge auch die (.) unhöflich ausgedrückt, die Start-Ups die eine Idee liefern, etwas  
218 so einfach wie möglich, für jeden handhabbar zu konstruieren. Und ich glaub, dass es auch  
219 im Journalismus so sein wird, dass es dann so nette Werkzeuge gibt, wo man kein  
220 technisches Verständnis braucht und das Ding tut trotzdem was man von ihm erwartet, auf  
221 der anderen Seite, je sensibler etwas ist, oder je genauer man eigentlich eine

222 Aufschlüsselung haben will, oder wie sehr man auch drauf erpicht ist, zu, eine Transparenz  
223 zu wahren, so und so und so ist etwas entstanden und dann quasi ich hab das als Mensch  
224 nochmal nachüberprüft, umso mehr technische Expertise wird erforderlich sein. (I:hm) Das  
225 wird sich aber, wie auch im investigativen Journalismus auf eine eher kleine Gruppe (.) eben  
226 spezialisieren. Es gibt auch jetzt nicht viele investigative Journalisten im Vergleich zum  
227 Journalisten, die den Rest abdecken. Aber ich glaub je fachspezifischer und je investigativer,  
228 desto mehr technisches Verständnis. Aber ja natürlich (I:hm) #00:19:18-2#

229

230 I: Ah, ich denk da auch so an diesen Arbeitsalltag von Journalistinnen weil Sie vorher auch  
231 das Thema erwähnt haben, vielleicht gibt es auch eine Koop- könnte da auch eine  
232 Koexistenz oder Kooperation vielleicht möglich sein, in Zukunft, wenn man sich den  
233 journalistischen Alltag anschaut (.) in welchen Bereichen jetzt abseits von ahm. (.) jetzt  
234 Sportnachrichten beispielsweise oder alles, was Immobilienkurse, oder Immobiliendaten  
235 oder Börsen ah. ja, Börsenkurse usw. (.) was könnte so eine Koexistenz, wie könnte so eine  
236 Koexistenz vielleicht aussehen? (.) #00:20:01-3#

237

238 J5: Ich denk, wenn wir das Bild beibehalten wollen, dass es eine Redaktion gibt, in der  
239 Menschen sitzen, die da jetzt hauptberuflich (.) ahm. sich über das Büro über den Büroraum  
240 ihre Geschichten finden, und beispielsweise jetzt auf die [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen)  
241 und Internet und gar nicht so wichtig, Tagesnachrichten zugreifen und das nicht outsourcen,  
242 dass quasi der Newsroom selbst ein virtueller sein wird und die Leute von außen quasi  
243 schon vor Ort zuliefern, was, wie ich finde, die charmantere Idee der Nachrichten der Zukunft  
244 ist, aber das jetzt mal weg. Bleiben wir bei diesen (.) Raum, physisch, wo sich Menschen  
245 treffen und ihre Nachrichten produzieren. (I:hm) Ahm. (.) in dem glaub ich wird die erste (.)  
246 Form der Kooperation relativ unspektakulär passieren, in dem dass das ein Stück Software  
247 ist, das am Computer ist, dass die als Programm, oder App wie wir es inzwischen nennen  
248 (I:hm) aufrufen und benutzen für ihre Suchen, dass, ich sag in der Juristerei heißt das  
249 Programm [\_\_\_\_\_] (Programmname) und da geht es darum dass das  
250 [\_\_\_\_\_] (Programmname) Daten gerne durchforstet (I:hm) und nach Schlagworten sucht,  
251 damit die Unternehmensbewertung schneller, einfacher und leichter geht. Und ich denk mir  
252 dasselbe wird es im Journalismus sein. Das Tool wird einen Namen bekommen, das wird  
253 dann xy heißen und wird den Journalisten bei der Recherche von riesigen Datenmengen  
254 ahm. unter die Arme greifen. Das kann (.) sein, also ich denk jetzt an die Panama-Papers  
255 zum Beispiel. (I:hm) Wenn die wo (.) gehortet sind, dass man Suchbegriffe eingibt und die  
256 künstliche Intelligenz aber nicht nur sagt, oh auf Seite 5900 in diesem Dokument kommt dein  
257 Suchbegriff vor, sondern, dass kontextualisiert (I:hm) Dinge erfassen kann, mir quasi den  
258 berühmten Tweet in 280 Seiten als Zusammenfassung, worum geht es etc. liefern kann, wo

259 es dann natürlich noch an mir wäre, nachzuschauen, stimmt das denn so, oder (I:hm) oder  
260 hat das die Maschine richtig interpretiert, oder ist da noch was zwischen den Zeilen oder  
261 vielleicht wird das dann auch maschinell sein, dass ich sag, auf was genau schau ich diesem  
262 Text? Geht es mir um die Interpretation, wie das gemeint ist, geht's mir darum, wo kommt  
263 das Wort im Wortlaut juristisch gesehen vor, usw. und so fort. Also da (.) ist ein großer  
264 Spielraum, wie ich das dann eben verstehen (.) können will. Ich glaub, dass das so die erste  
265 Annäherung sein wird, also, weniger in diesem Bewusstsein, ich hab es mit einer künstlichen  
266 Intelligenz oder mit einem Algorithmus zu tun, (.) sondern ich öffne ein Programm und das  
267 hilft mir. Es gibt natürlich diese Visionen, (.) die das mit einem Sprachprogramm sein (I:hm)  
268 dem ich Spracheingabe gebe, über die Sprache, weiß dass dann auch, dass ich der befugte  
269 Journalist bin. Ich sag, das ist ein (.) so, von dem Arbeitsalltag, wie ich ihn wahrnehme (.)  
270 wahnsinnig nett und wird vielleicht sicher viele Filmemacher inspirieren. Coole Ideen im  
271 Science Fiction zu entwickeln, für Dinge, die wir uns jetzt schon fragen sollten. (I:hm) Sind  
272 aber nicht die ersten Dinge, die ich eigentlich seh, außer bei Medienhäusern, die  
273 Vorzeigeprojekte, oder ich sag mit Universitäten gemeinsam Forschung betreiben. Wo man  
274 dann gern diese fancy Sachen herzeigt. (I:hm) Im Alltag wird's ein Programm sein, weil jeder  
275 traut sich ein Programm doppelt anzuklicken, (.) und das soll mich bei den Recherchen  
276 unterstützen und im 2. (.) Anlauf quasi wird dann natürlich (2) ich kann den zeitlichen  
277 Rahmen beim besten Willen nicht sagen, manche früher, manche später, aber auf jeden Fall  
278 auch bei redundanten Ticker-Meldungen halt, eine gewisse Form der Automatisierung  
279 stattfinden. Die 3. Schiene, die ich ganz, ganz groß sehe, ist natürlich Übersetzung. (I:hm)  
280 Also (.) jetzt (.) Korrespondenten sind teuer, Korrespondenten können auch nicht alles  
281 greifen, was sich in einem Land tut, und da quasi die Maschine zu haben, die automatisiert  
282 Open Source Nachrichten aus dem chinesischen Twitter aus dem arabischen Twitter aus  
283 dem (I:hm) wo auch immer, Twitter äh. Facebook und wie die Netzwerke dort heißen, oder  
284 Nachrichten, natürlich, also Newsportale zusammensammelt, übersetzt und nach einer  
285 Relevanz beurteilt, für eine Redaktion intern. (I:Hm) Also das (.) ist eigentlich etwas, wo ich  
286 sag, das wundert mich, dass es das noch nicht gibt (lacht) (.)#00:24:45-1#

287

288 I: Naja (.) (J5: Vielleicht gibt es das eh, ich weiß es nicht) (lacht) #00:24:49-2#

289

290 I: Ja, das wär so eine Chance, so aus Ihrer Sicht, wie sehen Sie so diese ethischen  
291 Perspektiven im Umgang auch mit Automatisierung auch von Arbeitsprozessen, vor allem,  
292 wo ist der Faktor Mensch wichtig? Wir sprechen hier von Journalismus, journalistische  
293 Tätigkeit, ah, wie sehen Sie diesen Faktor Mensch? Wo soll er bleiben, auch wenn vielleicht  
294 die Technologie so weit wär vielleicht, die vollautomatisch...(J5:L Intelligenz) genau, eine  
295 Super-Intelligenz zu haben oder so? #00:25:23-2#

296

297 J5. Ahm (2) das Lustige ist, gäbe es eine Super-Intelligenz würde sie sich wahrscheinlich  
298 damit beschäftigen, wer sie ist, und woher sie kommt. Und was sie tut (I:hm) und wieso ein  
299 biologisches Wesen sie geschaffen hat. Das wär dann ganz (.) schrecklich, Nachrichten zu  
300 lesen, wo eine SuperIntelligenz sich mit sich selbst auseinander setzt und vielleicht grad  
301 dabei ist, eine Methodologie aufzubauen den Menschen schöner zu reden, weil das  
302 demütigend sein muss, weil dann so ein abbaubares Wesen, das 90 Jahre alt wird und dann  
303 ist es weg, so was tolles wie die Maschine dann vielleicht, die sich so sieht, gestaltet hat. Dh.  
304 die hat dann andere Probleme und schreibt vielleicht Bücher (I: (lacht) und hilft der  
305 Forschung, dass wir sie besser verstehen. Im Journalismus wär es, solange er für die  
306 Menschen gestaltet ist zumindest äh. kontraproduktiv 40 Seiten zu lesen oder zu hören, wie  
307 eine Maschine sich mit sich selbst auseinander setzt. (I:Hm) Und daneben wüste Gedanken  
308 hat, wie es bei, bei, Odyssee im Weltraum wie der saloppe Titel da 2001 ist. Ähm. (.) aber (.)  
309 das wo sie, ich sag (.) dort, wo die Herausforderung beginnt für uns als Menschen, und das  
310 ist jetzt sogar gesamtgesellschaftliche, weil da gibt der Journalismus ja auch nur eine  
311 gesellschaftliche Wahrnehmung wieder (I:hm) ist der Anthropomorphismus. (I:hm) Also auch  
312 in den Newsrooms wo das eingesetzt und programmiert wird, wird sehr viel Wert drauf  
313 gelegt, dass es einen Namen bekommt, das heißt jetzt (I:hm) und das ist ein (.)  
314 menschenähnlicher Name, also wenn, ich kenn viele Leute, die regen sich immer so auf,  
315 wenn Katzen oder Hunde so Bertram heißen, oder John oder Kurt und sagen Kurt ist kein  
316 Hundename, Kurt ist kein Katzenname, (.) dann, was wär ein Katzenname und dann ist man  
317 halt, bei weiß nicht, Mutzi, oder wie auch immer man Tiere dann halt nennt, aber gibt so eine  
318 (.) so eben, ich sag eine soziale Regel fast, so nennt man ein Tier, aber so nennt man einen  
319 Mensch, und (I:hm) da auch über den Namen dann Unterschiede zu machen. Und man wird  
320 hellhörig, wenn dieses unausgesprochene Tabu quasi gebrochen wird. (I:hm) Und bei  
321 Maschinen ist man da weniger sensibel, also die Roboter bekommen in den seltensten  
322 Fällen den Namen Robby oder so (I:hm) aber sondern die haben dann auch so, eben Kira,  
323 Kyra, (I:hm) also es ist (.) ein bisschen, ich sag, der exotischere Name, aber der  
324 Menschenname, (.) Romeo, der Roboter, der Amby and assisted living unterstützen soll (.)  
325 also sie haben sehr an den Menschen angelehnte Namen um die Scheu zu nehmen.  
326 Natürlich und zu sagen, keine Angst (*jemand kommt rein*) keine Angst, das ist eine  
327 Maschine, aber die tut dir nichts und quasi, sie kommen im Frieden. *Jemand geht raus:*  
328 *Tschüss, Ciao!* Das heißt, (.) (I: (lacht) J4: Ich traue mich jetzt nicht Tschüss sagen, weil dann  
329 wird das aufgenommen, sprich, das wird dann transkribiert, dass ich mich nicht tschüss  
330 sagen getraut hab und tschüss gesagt hab (I: genau) Nein, aber das heißt, wie weit wollen  
331 wir eigentlich gehen, in dem was wir Maschinen zugestehen (I:hm) Dh Super Intelligenz hin  
332 oder her, bringt es uns was, sie zu vermenschlichen oder täten wir nicht gut daran die

333 Maschine als das was sie ist, ein Werkzeug in um das zu erfüllen, wobei sie gut ist, viele  
334 Daten zu ordnen, zu kategorisieren, und zu priorisieren, oder vielleicht sogar Vorhersagen zu  
335 treffen und das ist es. (.) Ahm. Anstatt dass wir uns aufhalten, diese Frage, die Maschine,  
336 den Maschine menschenähnlicher zu gestalten und darüber, weil darüber ergeben sich dann  
337 einfach zwangsläufig über kurz oder lang dann ethische Fragen, von wem reden wir da.  
338 Wenn dann quasi die künstliche Intelligenz Monika heißt, weil Frauennamen aus  
339 irgendeinem Grund beliebter sind bei künstlichen Intelligenzen, vielleicht trainiert durch Siri  
340 und Cortane (I:hm) ahm. halst man sich mittel-langfristig (.) neue Fragen auf, die  
341 automatisch kommen. Es ist #00:29:35-3#

342 L

343 I: was könnten da so Fragen sein? #00:29:36-8#

344  
345 J: Je menschenähnlicher Maschinen gestaltet werden, desto mehr kommen die Fragen wie,  
346 (.) Wahlrecht für Roboter (lacht) Wenn sie das Leben beginnen zu imitieren, fällt es uns als  
347 emphatische Wesen sehr, sehr schwer, wo (.) quasi ich nicht der Maschine auf den "Leim  
348 gehe". Wenn ein Roboter weint, weil er sagt, weil du, und es ist ein Kind, ein 4-jähriges Kind  
349 dann würde es sich entschuldigen beim Roboter, weil ein Kind gelernt hat, wenn etwas  
350 weint, oder wenn etwas verdeutlicht, dass es Schmerzen hat, dann leidet es und dann ist es  
351 "menschlich" dem helfen zu wollen. Wenn eine Maschine das Leben so imitiert, wird es  
352 automatisch eine Diskussion auslösen in Folge und da ist es wichtig, immer zu sagen, nein,  
353 hier gibt es einen Unterschied, wir programmieren eine Maschine so. Wir können die  
354 Maschine so programmieren, dass sie weint, wir können, künstliche Intelligenz so  
355 trainieren, dass sie Schmerzen hat, wenn wir sie treten, oder (.) eben so tut, als hätte sie  
356 Schmerzen. (I:hm) Man kann sich da in der Technikphilosophie sehr, sehr reinsteigern, dass  
357 man sagt, tut sie dann auch so, als hätte sie auch Schmerzen? Oder ist, wenn ich sie trete,  
358 und ich sag ein Kabel wird leicht beschädigt oder wird zumindest, vibriert dann in Folge, (.)  
359 wäre das dann nicht dasselbe usw. Und da kann man sich dann sehr leicht reinsteigern, aber  
360 hat die Maschine dann nicht auch Schmerzen, sollten wir diese Schmerzen nicht auch  
361 zugestehen? Brauchen wir nicht Rechte für Maschinen? Dass es nicht ok sein darf, wenn wir  
362 und da gilt es auch den Riegel vorzuschieben und zu sagen, halt, das ist das Imitieren von  
363 Emotionen ist richtig und wichtig in bestimmten Bereichen. ZB Amby and Assistant Living  
364 (I:hm) wo es Katzen gibt, also Roboterkatzen, plüschige, die eine echte Katze imitieren, und  
365 so Alzheimer-Patientinnen und Patienten helfen, und sie unterstützen und eben das Tier  
366 imitieren, das dann schnurrt, wenn sie es streicheln, oder das dann lieb gehabt werden will.  
367 Sollten wir das ungeschaut, unhinterfragt und intransparent als Konsumgut an die  
368 Öffentlichkeit geben (I:hm) Nein, sollten wir als Journalisten "mitspielen" ähm. beim  
369 Vermenschlichen und sagen, das ist unser Kollege, das ist ein Mensch (I:hm) Kann man.

370 Und wenn man es macht, hat man auch die Konsequenzen zu tragen, weil dann (.) kommt  
371 auch automatisch die Bewertung des Publikums. Die Maschine xy, die ja jetzt einen Namen  
372 hat, und bleiben wir, wurscht, Lisa, die Lisa schreibt besser als du, die Lisa schreibt nicht so.  
373 Hm. schreibt objektiver als du, also das heißt, auf einmal tritt dann etwas, dh. der Journalist  
374 wird in Konkurrenz zur Maschine gesetzt werden (I:Hm) Und das wird den Leser oder den  
375 Hörer ganz egal sein, ob die Maschine nur eingesetzt worden ist, für zB Ticker-Nachrichten,  
376 die immer schon objektiv, oder (.) objektiver waren, weil es nicht um Meinung, Reportage  
377 oder Feature oder ähnliches geht, es wird automatisch zum Vergleich kommen, jetzt wo ich  
378 weiß, dass das eine Maschine ist und die heißt Lisa, bewerte ich Lisa nach menschlichen  
379 Maßstäben und sag super oder nicht super. Und meistens oder in sehr, sehr vielen Fällen  
380 wird das dann so ausschauen, dass die Menschen, die Konsumentinnen und Konsumenten  
381 sagen werden: Ha, ha, da hat ihnen Lisa, da war Lisa ja besser als der Mensch. Weil es  
382 letztendlich sehr, sehr oft um das Kompetitive geht (I:hm) Dh. mit der Vermenschlichung der  
383 Maschine lässt man sich auf den menschlichen Vergleich ein. Will ich als Journalist in  
384 Konkurrenz mit einer Maschine treten? Ich ganz sicher nicht! (I:Hm) Weil es keinen Sinn  
385 ergibt (.) Maschine kann Dinge besser als ich und dort, wo sie mich unterstützen kann, sollte  
386 ich es annehmen und sollte mich freuen, weil ich dadurch bessere Dinge gestalten kann für  
387 andere Menschen. Behandle ich die Maschine als eigenständiges, handelndes (.)  
388 journalistisches, als eben nicht mehr Tool, sondern als Journalisten, als Kollegin, als  
389 Kollegen, dann handle ich mir einen Kollegen ein. (.) Und dann gelten andere Maßstäbe, vor  
390 denen sind wir ja auch nicht gefeit. (I:Hm) Dh. (.) da gibt es dann sehr, sehr viele  
391 Wahrnehmungen. #00:33:59-0#

392

393 I: Aber hat das dann auch mit den Fähigkeiten des Algorithmus zu tun? Wenn wir jetzt mit  
394 einer Artificial Intelligence arbeiten, die sich Dinge dann selbst beibringt, die lernt, die immer  
395 besser wird, ah. wär das #00:34:12-7#

396

L

397

J5: Ah, das (.) hab ich

398 gemeint, von wegen das Programm, das ich doppelt anklick zB (I:Hm) ab da ist es für uns  
399 noch sehr, sehr quasi transparent, dass es sich nicht, um Lebewesen, oder eine Imitation  
400 des Lebens handelt usw. Ah. Ähm. wie das Teil aussieht ist aber den Lesern und Hörern  
401 oder Sehern nicht klar. Also beginnen wir zum Spaß in der Redaktion das Programm  
402 irgendwie zu nennen, und das hat dann das Kürzel auch unter Beiträgen, (.) ähm. dass es  
403 eben mit einem Journalisten verwechselbar machen ist es eigentlich ganz egal, wie wir es  
404 wahrnehmen, es geht darum, wie es die Außenwirkung, wie wird es von außen  
405 wahrgenommen (I:Hm) und (.) da (.) kann sich dann durchaus quasi ein Mythos aufbauen,  
406 wer denn dieser Redakteur (.) sei (I:hm) sei, vor allem, wenn das quasi von intern gefeatured

407 wird, wenn man sagt, das ist ja lustig und dann zeigen wir, wie innovativ wir sind zB (I:hm)Ja.  
408 Also, das ist das Eine und das Andere ist, wir nähern uns ja als Menschen generell Dingen  
409 gern spielerisch an. Dh. eben das Spielen, mit dem die Maschine als Lebewesen ist ja  
410 nichts, was uns fremd wäre und es ist ja auch gut, weil es uns Angst nimmt (I:hm) und (.) aus  
411 dem heraus sag ich ähm. ist nur quasi achtsam zu sein, dass man den Bogen nicht  
412 überspannt und sich auch der Folgen bewusst ist, eben wie kommt etwas tatsächlich beim  
413 Publikum an (I:hm) wenn ich was tu. Wie nehmen die das wahr? Wissen die, das ist einfach  
414 nur ein Programm, (.) wie furchtbar wäre das, wenn ich dann sagen müsst, nein, wir wollen  
415 das nur kurz aufklären, wir haben keinen Roboter, der im Raum auf und ab fährt und (.)  
416 quasi klug Einwürfe macht und daneben Artikel schreibt, sondern das ist ein Programm, das  
417 wir doppelt anklicken. Dann wird es wieder entmystifiziert, wahnsinnig enttäuschend und  
418 dann kling ich nicht mehr innovativ als Unternehmen, eigentlich wie ich es wollte. Man kann  
419 es bei [\_\_\_\_\_] (IT-Unternehmen) mit [\_\_\_\_\_] (Name Computer) sehr schön sehen  
420 (.) die Geister, die sie riefen, dass sie [\_\_\_\_\_] (Name Computer) als Super-Computer  
421 verkauft haben, und dann war die Vorstellung, dass wirklich ein Computer, also die  
422 Hardware von A nach B gebracht wird um die (lacht) Welt zu retten und in der Medizin zu  
423 helfen, und daneben noch (unverständlich) zu spielen und wahtever (I:hm) und (.) dann so  
424 die Erklärung, dass [\_\_\_\_\_] (Name Computer) einfach eine Software ist, die nach dem  
425 Baukastenprinzip, oder halt künstliche Intelligenz, aber eben Software, die nach dem  
426 Baukastenprinzip, je nachdem, was man will, trainiert wird und angeordnet wird und  
427 jemandem gegeben wird und dass es nicht ein (.) Computer ist (.) Das war auch bei  
428 Journalisten selbst, also bei manchen Artikeln, die man gelesen hat, also seit es  
429 [\_\_\_\_\_] (Name Computer) quasi gibt, sehr, sehr schwierig nachzuvollziehen. Und da  
430 wurde wirklich quasi ausgegangen von einem Desktop, der halt (lacht) das Wissen der Welt  
431 in sich birgt, keine Ahnung. Aber eben aus dem heraus ahm. ist es (.) glaub ich, grad was  
432 künstliche Intelligenz und eben die, die Schwierigkeit auch, die wir haben werden, jetzt ist  
433 der Turing Test ja noch nicht bestanden in dem Sinn, aber es wird schwieriger. Es wird, wenn  
434 man gutgläubig ist (.) immer herausfordernder, auch wenn man auf Twitter geht, mit dem  
435 [\_\_\_\_\_] (User Twitter)) zu erkennen 100%ig würde es eine Zeit dauern. Dh. dieses  
436 (unverständlich) nicht erkennt, aber (.) auf den ersten Blick zu erkennen, ist bei Tweets  
437 ganz, ganz schwer (I:Hm) Weil einfach wir als Menschen auch gern blödsinnige Tweets  
438 schreiben. Dh. nur weil (.) [\_\_\_\_\_] (User auf Twitter) Blödsinn schreibt, heißt das  
439 noch nicht (lacht) dass es kein Mensch ist. Und aus dem heraus, was will ich, was will ich  
440 vermitteln. Was will ich dem Publikum (.) sagen, warum ich das wo im Einsatz hab, ist nicht  
441 nur (.) für, also für die Konsumentinnen und Konsumenten wichtig, sondern auch für intern,  
442 wo (.) welchen Stellenwert (I:hm) hat dieses Teil den eigentlich? Ist es (.) mit, vielleicht eh,  
443 soll das ein Kollegen sein? Vielleicht wollen wir das? Features, das ist eine künstliche



444 Intelligenz, das ist ein Kollege, tritt in Konkurrenz mit einer künstlichen Intelligenz. Kann  
445 genauso sein, ja. (I:hm) Ist nicht an mir, ähm. (.) zu bestimmen, wie wir's dann wahrnehmen  
446 wollten. Ich würde warnen davor, diese ethische Grenze eigentlich zu überschreiten, weil es  
447 (.) nicht nur Fragen sondern auch Probleme nach sich zieht. (I:Hm) Jetzt auch im  
448 Konkurrenz, der zweite Bereich, jetzt auch wo die Risiken sind, und das war jetzt rein der  
449 Anthropomorphismus jetzt erst einmal, so, angeschnitten, ist natürlich an sich die  
450 Programmierung selbst. Wie ist der Algorithmus programmiert. Wo wird er genau eingesetzt?  
451 Sind sich alle bewusst im Unternehmen, dass der nur hier und dafür eingesetzt wird? (I:hm)  
452 Ahm. Was passiert mit den Daten? Europäisches Datenschutzgesetz jetzt da, die Daten, mit  
453 denen wir diesen Algorithmus füttern, gibt es da eigentlich, sind die Autoren und Autorinnen  
454 der Werke, mit denen der Algorithmus gefüttert wird, die fürs Unternehmen weiterverwendet  
455 wird, damit einverstanden? Was kommt dann eigentlich raus (I:hm) als Artikel, (.) und jetzt da  
456 denk ich schon an die Zukunft und nicht mehr rein an Sportnachrichten oder Ähnliches (I:hm,  
457 ja) (.) Ist es ein Sammelsurium an Informationen, die irgendwo wahrscheinlich auch einen  
458 Urheber haben werden (I:Hm) Dh. will [\_\_\_\_\_] (Online-Magazin), erlaubt [\_\_\_\_\_] (Online-  
459 Magazin) das, dass ich das als Nachrichten, zwar nicht als Konsument auf Twitter, sondern  
460 als Nachrichtenagentur übernehme ohne sie zu zitieren? (I:hm) Bis jetzt ist die Lösung, (.)  
461 wie in Zeitung xy gemeldet, ist dieses und jenes passiert. Dh. da ist die Welt in Ordnung, weil  
462 wir haben credits gegeben und die andere Zeitung wird in meiner erwähnt und das ist dann  
463 Ruhm und Ehre genug, weil dann hat man ja quasi auch "Werbung" für die wieder gemacht,  
464 die waren die Tollen, die waren die Ersten. Wenn jetzt aber mein Algorithmus sich die  
465 Zeitung xy nimmt, hat man Lösung 1, dass alles, woraus es besteht auch zitiert werden  
466 muss, dh. unten die Quellenangabe, wie bei einer Doktorarbeit quasi, die ewig lang ist. Bin  
467 ich dann noch damit zufrieden als Urheberin, Urheber? Dass ich einer in der Liste von ein  
468 paar (,) Tausend bin, wenn wir (I:hm) alles miteinbeziehen, womit der Algorithmus jemals  
469 trainiert wurde? Ist es dann die spezifische Meldung, was für Nachrichten er (.) oder es, die  
470 Maschine, daraus generiert hat? (.) Ist es das was es insgesamt gelernt hat? Und da sind wir  
471 wieder bei der Frage: Gesteh ich ihr in ihrer Lernfähigkeit eine Eigenständigkeit zu, (I:Hm),  
472 dass das Gelernte quasi etwas Neues bildet, weil die neuronalen Netze auf  
473 Schwellenwertlogik basieren und dadurch die Maschine sich ja in sich selbst weiter  
474 entwickelt, wie das auch das menschliche Gehirn tut? (I:Hm). Das sind Fragen, auf die wir  
475 noch keine Antworten haben. Wo es aber dann, wenn wir beim Urheberrecht sind,zB, (.)  
476 sicher tragend würde, weil da sind wir beim investigativen Journalismus. Und die sich das  
477 auch sehr, sehr hart verdient haben, wenn sie eine Geschichte groß machen und denen das  
478 dann wahnsinnig egal ist, ob das eine künstliche Intelligenz ist,oder ob das ein Mensch ist.  
479 Das ist dann eine geklaute Geschichte, oder geklaute wesentliche Aspekte einer Geschichte.  
480 Und da müssen sie genannt werden, und das ist das, wovon die auch sehr, sehr oft leben

481 diese Reputation eben auch. (I:hm) Ahm. das Nächste ist eben, was ich schon vorher gesagt  
482 hab. Womit füttert sich die Maschine selbst? Es ist am Anfang trainier ich sie mit einer  
483 Library, irgendwann quasi setz ich sie auf Freece und sag (I:hm) von hier aus arbeite. Aber  
484 grad im Journalismus gibt es kein "Freece". Dh die tägliche Entwicklung in der Welt gestaltet  
485 unsere Nachrichten und die Entwicklungen. (I:hm) Wenn ich einen Facebook hernehme, der  
486 Facebook-Skandal ist jetzt eigentlich schon ein paar Jahre her, das war als wir gelernt  
487 haben, ok, es gibt [\_\_\_\_\_] (Consulting-Firma) und die Trump-Wahlen. Jetzt koch er wieder  
488 auf. Jetzt kommen auf einmal super viele neue Aspekte. Und noch diese Woche wird Herr  
489 Zuckerberg vorm Senat aussagen. Was wird das bedeuten und wie? Das ist ein ewiger  
490 Prozess und Max Schrems ist seit 2011 an der ganzen Geschichte ohnehin dran. Und das  
491 zeigt, wie viel allein wenn wir sagen würden, hallo, künstliche Intelligenz, gibt mir Facebook,  
492 welche Komponenten da eigentlich zu berücksichtigen wären. Jetzt da rein technisch  
493 gesehen, wo, wann, was, wie? Und ich las Journalist les mir dann natürlich auch die  
494 Facebook-Pressemeldungen durch. Aber ich gewichte anders. Wie gewichtet eine künstliche  
495 Intelligenz dann eigentlich? (I:hm) Erkennt sie PR? Weiß sie, wann etwas lobbyiert ist und  
496 wann etwas "versuchter Journalismus" ist? Inwieweit (.) hat und das ist bei  
497 Schwellenwertlogik aber auch bei Fuzzy Logic eben nicht so einfach. Inwieweit hat dann  
498 diese eine Meldung einen Einfluss darauf, wie die Geschichte, die sie gestalten wird (I:hm)  
499 aussehen wird? Und das sind Fragen, die (2) die besser davor als danach gestellt werden  
500 sollten. Und die andere Sache eben auch (I:hm) wie sicher ist das Instrument? (I:Hm) Also,  
501 ich kann Menschen, das Hacken von Menschen wird als Social Engineering bezeichnet, (.)  
502 ahm. ich sag Social Engineering in der weitesten Form ist das, was [\_\_\_\_\_] (Consulting-  
503 Firma) versucht hat mit Micro-Targeting und der gezielten Werbung, die mich dann zum  
504 Nicht-Wählen animieren sollte, falls ich Hillary-Clinton-Fan bin? Und natürlich zum Wählen,  
505 weil ich die richtigen Nachrichten bekomme, was Trump will (I:hm) und das entspricht dann  
506 meiner Meinung. Bloß, 10.000 andere, die Facebook aus sich heraus, aus eigenem Antrieb  
507 ja versucht hat um zu schauen, wie reagieren Menschen, wie reagiert jemand, wenn er  
508 eigentlich nur negative Nachrichten in der Timeline hat. Oh, super, wir haben eine Studie  
509 rausgebracht, die Menschen waren dann ziemlich depressiv (lacht) Und. Verkaufen das  
510 dann so, ohne aber jemals den gesellschaftlichen Konsens bekommen zu haben, dass ich (.)  
511 ich sag, wie eine enttäuschte Beziehung. Ich habe vertraut, ich habe Facebook vertraut, ich  
512 hätte mir nie gedacht, dass die mir nur negative Sachen in meine Timeline geben. Haben die  
513 die Leute informiert, wo sie dieses Studiending gemacht haben? Haben die ihre Zustimmung  
514 gegeben, dass sie (.) jetzt Teil eines riesigen Versuchsexperiments sind? Oder waren das  
515 die Leute, die gesagt haben, he, ich möchte meine Freunde, Bekannte, Verwandte auf  
516 Facebook treffen und mich austauschen über Sachen, die mir gefallen und die den anderen  
517 gefallen. Ein Bild von der Welt wurde generiert und bis jetzt heißt es soziologische

518 Legitimation, weil wir alle mitmachen. Aber es heißt nicht, dass Facebook deswegen alles  
519 machen darf. Schon gar nicht Menschen manipulieren. Das ist das, was soziologisch jetzt  
520 eigentlich grad wieder zurück kommt. Ihr habt mir nicht gesagt, dass ihr meine Timeline  
521 manipuliert, weil (.) ihr rausfinden wollt, ob ich dann besser oder schlechter gelaunt bin?  
522 Island hat das nachher mit den Wahlen gehabt und dem Facebook-Button "Geh wählen". Wo  
523 sie drauf gekommen sind, sie sind neben ihren Wahlen, was eh schon heiß hergegangen  
524 sind, Teil eines Sozial-Experiments, weil Facebook forscht halt gern mit Menschen (I:(lacht)  
525 Und Emotionen auch wenn es kein [\_\_\_\_\_] (Consulting Firma) gibt. Ja. (I:hm) Das ist das,  
526 was sie machen, das ist ihr Geschäftsmodell. Das ist das, worüber sie dann wieder mehr  
527 Werbung verkaufen. Darf man es ihnen übel nehmen? Nein. Ist es ok? Für mich wär es nicht  
528 ok. (I:hm) Also, Menschen werden nicht gern gespielt. Ich würde nicht, (I:ja), also ich wär  
529 nicht gern, wir werden nicht gern social engineered. Jetzt wie beim Punkt künstliche  
530 Intelligenz. Der vertrauen wir dann, weil die sitzt ja "bei uns" im Redaktionsraum. Aber  
531 wieder: Wer ist im Hintergrund? Ist das Facebook, das sagt, wir schauen jetzt eigentlich mal,  
532 wie sehr wir die künstliche Intelligenz mit unseren Nachrichten manipulieren können, wenn  
533 50. Millionen Pods, die wir Facebook-Pods da auch noch reinstellen, damit wir cooler und  
534 größer wirken. Alle irgendwann sagen lassen, Meinung A inwieweit beeinflusst das dann  
535 eigentlich den Algorithmus der Nachrichtenabteilungen, die diese Nachrichten generieren. Ist  
536 ja für Facebook ein weiteres spannendes Experiment. AI beeinflusst. AI. (I:hm) Ahm. Und  
537 #00:46:13-1#

538 I: Versteh schon, weil es gibt ja mehrere davon. Ja. (J5: Genau!) Was passiert, wenn die sich  
539 treffen? Oder (J5: ja, ja) Oder miteinander Kontakt aufnehmen. #00:46:20-4#

540

541 J5: Dh. natürlich würd eine künstliche Intelligenz Soical Media miteinbeziehen. Das ist ihre  
542 Stärke, dass sie alle Nachrichten quasi sammeln kann. Wie kann man dann aber wieder  
543 verhindern, auf Fake-News reinzufallen (I:hm) oder auf jemanden, der sagt, ich will das  
544 beeinflussen. Der dann letztendlich die Journalisten beeinflusst hat. Wie steht es überhaupt  
545 um Security, ja? (I:hm) Ahm. (.) das ist wie, wie sehr schütze ich den Algorithmus auch  
546 davor, Opfer zu werden, von Leuten, die keine ehrbaren Absichten haben, und (.) ja, einfach  
547 quasi Nachrichten verlauten lassen, weil ich die künstliche Intelligenz in Geiselhaft oder in  
548 meiner Gewalt habe, oder das manipulieren kann. Das sind (.) Fragen, wo ich sag, jetzt tun  
549 wir gut daran, dass wir uns spielen und Spaß und Freude daran haben und sagen, uh,  
550 schau, was möglich ist. Gehen wir es ernsthaft an in Bereichen, die kritischer und sensibler  
551 sind, ich sag, mitunter auch Existenzen dran hängen (I.Hm) weil, (.) eine Nachricht über  
552 Menschen hat Konsequenzen für die Menschen, im Guten, wie auch im Schlechten. (I.Hm)  
553 Hat es, ja, zB vorhin ein Tweet wo das (I:hm) Weiße Haus übernommen worden ist und ein  
554 Börsenkurs crasht und sehr, sehr viele Leute hatten Angst zu dem Zeitpunkt. Ja. Es konnte

555 schnell aufgeklärt werden, trotzdem es war ein Impact vorhanden und der war messbar. Dh.  
556 (.) da gibt es sehr, sehr viel, ich find auch interdisziplinäre Forschung, die notwendig ist um  
557 das Spiel, weil jetzt sind wir noch verspielt, ernsthaft angehen zu können und zu sagen, hier  
558 ergibt es Sinn und hier ergibt es aber keinen Sinn. Man muss auch Nein sagen können, auch  
559 wenn (.) (I:hm) eine Topfengolatsche super ausschaut, und super schmeckt, nach der 3.  
560 übergibt man sich sonst und das waren zu viele. Und das ist auch bei künstlicher Intelligenz,  
561 es ist ein geliebtes Wort, weil es für Innovation steht, weil es sehr emotional gebrandet ist für  
562 Fortschritt, es ist (I:hm) fast so ein bisschen vergleichbar mit Blog Chain, wo man sehr schön  
563 beobachten konnte, dass Blog Chain sogar von Unternehmen den Börsenkurs in die Höhe  
564 getrieben hat, einfach nur weil das Wort vorhanden war, auf einmal im Firmen-Titel ahm. es  
565 sei auch jedem zugestanden dadurch, ein Lebensgefühl vermitteln zu wollen. Sprich, wenn  
566 wir schon keine Antworten haben, was die Zukunft betrifft. Und wenn die Wenigsten visionär  
567 denken können, dann nehmen wir wenigstens künstliche Intelligenz um zu zeigen, es  
568 interessiert uns (I:hm) Hey! Kein Problem. Aber dann auch mit der  
569 Technikfolgenabschätzung. Und das geht nur interdisziplinär und ist (.) man wäre schlecht  
570 beraten, dass als One-Man-Show zu sehen (I:hm) ach, nur wir das Medienunternehmen  
571 wissen wie´s geht. Sondern ich glaub, das wär eher der Zeitpunkt, wo Medienhäuser gut  
572 beraten wären, sich zusammen zu tun. Sich auf eine Lösung zu einigen, wie die  
573 [\_\_\_\_](Presseagentur) eben auch das Nachrichtenportal ist, aus dem sie Nachrichten  
574 generieren. Oder die [\_\_\_\_] (Presseagentur) in Deutschland. Das auch im Bereich  
575 künstliche Intelligenz als medienübergreifendes Großprojekt zu sehen, auf dem man  
576 aufbauen kann. Weil das ist dann etwas, wo ich sagen würde, das ist Zukunft gestalten. Und  
577 nicht jeder kocht sein Süppchen. weil die Zeiten, sind, was den Journalismus betrifft, glaub  
578 ich sehr im Abklingen.

579 #00:49:42-5#

580

581 I: Ja, ahm. ich hab jetzt, das war jetzt total praktisch für mich, ich musste kaum nachfragen,  
582 weil es wurde alles automatisch (lacht) im, im abgedeckt. #00:49:53-3#

583

584 J5. Journalistenkrankheit (lacht) wir stellen uns immer die Fragen dann selber. #00:49:57-5#  
585

586 I: Ahm. Also ich für meinen Teil, hab wirklich sehr, sehr viel Input auch bekommen jetzt, also  
587 ich will trotzdem noch kurz ahm. nochmal die Möglichkeit geben, wenn es noch was gibt für  
588 Sie, wo sie sagen, ok, das kam nicht vor, oder das hab ich jetzt nicht gesagt, oder das möcht  
589 ich noch gern los bringen, oder so ein abschließende Worte zur Thematik. #00:50:18-9#

590

591 J5: Es war etwas, was wir im Vorgespräch am Telefon hatten, (I:hm) wo ich glaub, also, weil

592 Sie damals begeistert waren, ich hab nur vergessen, was ich gesagt hab, ahm. also ich bin  
593 die Einzige, die das so sieht. Und da ging es glaub ich um Urheberrecht, oder irgendwas.  
594 #00:50:32-5#

595

596 I: Ja, ich glaub, das war in die Richtung so. #00:50:34-5#

597

598 J5: Ja, weil da haben Sie nämlich gesagt, dass ich das genau quasi von einer anderen  
599 Warte aus sehe, wo ich mir gedacht habe, ha, das könnt bereichernd sein. Aber ich glaub,  
600 das ging es um die (zögernd) Abgeltung von Urheberrecht? Ich weiß nicht mehr, was ich  
601 gesagt habe. #00:50:44-9#

602

603 I: Das weiß ich auch nicht mehr genau. #00:50:46-6#

604

605 J5: Ja, weil (.) da haben Sie gesagt, alle anderen Interviewpartner haben das nämlich  
606 anders, ges, gesehen, ja, der Hund schleimt. (.) (I:hm) Timo, Entschuldigung. (I:Nein, aber  
607 wie, wie gesagt. das) #00:50:59-4#

608

609 J5: Aber an sich, also ich sag, ahm. wenn man es positiv sehen will, so quasi abschließend,  
610 dann ist es ja auch, das ist das, was Journalismus schön macht, wir haben wenig, also  
611 zumeist wenig Scheu vor Neuem (I.Hm) Dh. ich find das schön, dass sich Journalisten auch  
612 eben spielen mit der Programmierung von AI und mit dem was können wir machen usw. Ah.  
613 Nur wenn es bedeutet: Let's get serious und die ersten Schritte sieht man ja schon, dass  
614 man sagt, wir haben hier und da und schaut mal unsere künstliche Intelligenz, ist eigentlich  
615 das, wo ich sag, jetzt bräucht es eigentlich diesen Trigger, diesen einen roten Knopf, den  
616 man drücken kann, wo alle Medienhäuser stehen bleiben und sagen, gut, wollen wir uns  
617 nicht alle treffen zum Erfahrungsaustausch, zum Sagen, wo würden wir's eigentlich gern  
618 einsetzen und wo würde es Sinn ergeben, dadada, weil Ticker-Meldungen sind ja auch  
619 gleich, ja. (I:hm) Das ist, der einzige Unterschied, an dem man erkennt ob [\_\_\_\_\_] (Name  
620 Presseagentur) in Klammer drunter steht oder nicht. (I:hm) Dh. da kann man sich schon  
621 zusammentun und wär eigentlich ein wahnsinnig schöner Anfang, da auch mal was  
622 Größeres zu machen und über den Tellerrand hinwegzusehen. Was Arbeitsplätze betrifft, (.)  
623 das ist das, wo ich sag ähm. ich möchte es eigentlich fast positiv sehen. Ja, künstliche  
624 Intelligenz wird Arbeitsplätze wegnehmen (I.Hm) Journalisten, ziemlich sicher. Und dadurch  
625 sind auch Journalisten gefordert sich selbst (.) neu zu erfinden. Wir haben davor, ich hab  
626 davor das Bild gezeichnet gehabt, wenn die Super-Intelligenz Geschichten schreiben würde  
627 (I:hm) ich sag einmal, ähm. was ist, wenn der Journalist Geschichte schreibt. Wo. Wo dürfen  
628 wir denn eigentlich auch ansetzen, wenn wir sagen, (.) wir schreiben Geschichten von

629 Menschen für Menschen. Das ist ein Luxusgut vielleicht sogar, wenn die Maschinen alles  
630 andere abgedeckt haben, was die Redundanz betrifft, kriegen wir dann vielleicht also in der  
631 optimierten Welt, apropos Utopie, vielleicht mehr Zeit, uns mit Geschichten auseinander zu  
632 setzen, Wahrnehmungen neu zu beleuchten, intensiver, vielleicht kriegen wir dadurch auch  
633 mehr Platz, um uns auch wieder die Zeit zu nehmen, durchzuatmen und zu sagen, ich darf  
634 länger an einem Thema sein. Und deswegen aber nicht unspannender. (I:Hm) Und ich kann  
635 eine Geschichte aus 7 Positionen mal portraituren oder darlegen. Ich kann (.) durch dass mir  
636 die redundanten Arbeiten abgenommen werden, Journalismus und das, wo, und die Frage,  
637 wofür wir eigentlich in Zeiten wie diesen noch gut sind, und was unsere Rolle ist, definieren  
638 und auch visionär aufzubereiten (I:hm) Das wär irgendwie so, weil einen Punkt zieht man im  
639 Journalismus. Schauen, dass wir Demokratie auch sehr damit gleichzusetzen beginnen in  
640 Zeiten von Fakenews. Dass man sagt man braucht verlässliche Medienhäuser, wo man  
641 etwas lesen kann und (.) quasi Fehler macht jeder, aber Fehler sollten eine Ausnahme  
642 bleiben und wenn macht man sie transparent. Entschuldigt sich und sagt (I:hm) ok, hier ist  
643 eine Korrektur. Etc. Aber eben verlässlich und keine absichtlichen Falschmeldungen  
644 gestreut, zB. Wie garantiert man diese Verlässlichkeit und wie garantiert man auf der Meta-  
645 Ebene die beste Absicht? Die man hatte, wo einem die Konsumentinnen und Konsumenten  
646 auch vertrauen, dass man die auf jeden Fall mal hatte, als Grundvoraussetzung, und dann  
647 noch "gute Recherche" Wie gestaltet sich so ein Journalismus dann, wo man sagt, eigentlich  
648 ist die Rolle größer, als wir gedacht haben, weil die Vielfalt so groß ist, dass guter  
649 Journalismus, gut aufbereitet und vertrauenswürdig, Vertrauen muss man sich immer noch  
650 erarbeiten (I:hm) Ähm. diese Technik glaub ich kann, das wird sich sowieso früher oder  
651 später aufhören, weil es so nicht geht, aber es wär ganz gut, wenn man die Technik glaub  
652 ich gleich von Vornherein in Frage stellen könnten und da Aufklärung betreiben, dann sparen  
653 wir uns ein paar Jahrzehnte von Dummheiten. Aber (.) da auch zu sagen, wo bin ich als  
654 Journalist gefragt, oder wo, wo ist das Medienhaus auch gefragt. Weil eine Grundfrage  
655 bleibt: Und das ist die Angst, die ich hab, ich war mal so utopisch, dass muss ich die  
656 Dystopie auch noch machen, Medienhäuser klagen alle, dass sie kein Geld haben, und  
657 natürlich sind, maschinelles Lernen, artificial intelligence, künstliche Intelligenz praktisch um  
658 Geld zu sparen (I:Hm) Um Mitarbeiter zu sparen. Ähm. (.) Journalisten, die super, super viel  
659 verdienen, und (.) im Bett aus Geld sitzen, gibt's nicht. Es ist, ich weiß jetzt nicht,  
660 Qualitätsjournalismus, sieht, ich nehme mal an, es wird überall gleich sein. Es ist kein Beruf,  
661 wo man wahnsinnig reich werden kann. Und (.) diese Angst, dass immer neue  
662 Kollektivverträge kommen, die (.) logischerweise für die Mitarbeiterin, für den Mitarbeiter  
663 immer schlechter sind, ist ja auch so ein bisschen führt zu der Dystopie dass hier ein  
664 Trugschluss existiert, von wegen, hey, Leute, ihr seid verfechtbar für uns, wir haben jetzt  
665 Maschinen, die können das alles machen. Und wenn du noch Journalist bleiben willst, äh.

666 bitte gern, aber natürlich nur noch zu meinen Konditionen. Ich glaube hier wird ein Druck auf-  
667 , ausgeübt (l:ok) sehr wohl, ich glaub, dass er im Print beginnen wird, wie immer, ähm. der,  
668 wie ich find, ja, disruptiv ist eigentlich. Also, kann man machen, aber das, was man sich  
669 nimmt, ist eigentlich eine Reihe von Expertinnen und Experten, die man in der Zukunft, die  
670 danach kommt, nach diesem kurzfristigen Denken, sehr vermissen wird. Nämlich dann,  
671 wenn es darum geht (.) ahm. nicht nur zu sagen, wie kann ich besser überlegen oder  
672 schwarze Zahlen machen, und huh, eine Maschine ist ja billiger, die brauche keinen Urlaub  
673 (l:hm) und die braucht keine Kranken- und Unfallversicherung, etc. Dh. kurzfristig ist es ja  
674 auch für den Arbeitgeber praktisch. Ich kann Leute entlassen, die anderen sind noch  
675 ängstlicher und arbeiten vielleicht mehr oder (.) was auch immer. Aber das geht es ja auch  
676 um Geld sparen, also ganz rein wirtschaftliche gedacht. Und hier ist natürlich eine Angst  
677 gegeben, was wird aus dem Journalisten dann. Und die Dystopie ist, dass jedes  
678 Unternehmen nur so kurzfristig denkt, wie das Jahresbudget ansteht und Hauptsache  
679 schwarze Zahlen und keine roten und aus dem heraus die langfristige Planung vergisst und  
680 das wär nicht die, wie bau ich die künstliche Intelligenz in den Journalisten- äh. in den  
681 Journalismus ein, das wird sich sowieso, lass die Wirtschaft nur machen. Sondern (.) wie  
682 gestalte ich den Journalismus der Zukunft und wo spielt was wie eine Rolle? Wir machen  
683 uns sehr, sehr viel Gedanken, wo wir die künstliche Intelligenz wie einbauen wollen usw. wie  
684 sieht es aus mit der Ethik des Menschen? Wo soll der Journalist eigentlich sein? In 10  
685 Jahren? (l:hm) Wie sollten wir da berichten? Ist es das ganze Trimediale Gschichti-  
686 Gaschasti? (.) Ist es das wirklich? Oder ist es die andere Form des (.) Online-Print wo  
687 Bewegtbilder auf einmal eine Szenerie untermalen? (l:hm) Die im Hintergrund des  
688 Geschriebenen, je nachdem, wo meine Augen stehen, bewegt sich dann irgendwas. Was  
689 auch immer, keine Ahnung. Was für Hybridlösungen es gibt. Aber es gibt niemanden, der  
690 sich über die Hybridlösungen Gedanken macht. Es gibt niemand, der sie ausprobieren will.  
691 Weil wir grad mit den falschen Themen beschäftigt sind. Nämlich was macht künstliche  
692 Intelligenz mit mir? Und nicht: Was macht sie mit der Gesellschaft. Und nicht (.) die Frage  
693 stellt: Was mache ich mit der künstlichen Intelligenz? Und solange wir nicht  
694 anfangen, umzudenken und ein bisschen altruistischer werden im kapitalistischen  
695 Gesamtdenken des gewinnorientierten Existierens von Unternehmen. Ahm. wird es uns auch  
696 schwer fallen echte Zukunftsvisionen zu entwickeln. Und das ist das, was ich halt bei der  
697 ganzen Journalismusdiskussion vermisse ein bisschen. Und da ist künstliche Intelligenz (.)  
698 momentan auch nur ein weiteres Schlagwort um die eigene Marke im Branding ein bisschen  
699 (l:hm) hübscher zu gestalten. Ein Mascherl wenn man es so will (lacht) (l:hm) #00:59:40-3#  
700  
701 I: Eine abschließende Frage hab ich noch, weil ich da noch gern einhaken möchte: Sie  
702 haben das erwähnt (.) den Zukunft denken, den Journalismus neu denken. Zukunft. Visionär

703 oder Visionärin zu sein. Ah. (.) Gibt es von Ihrer Seite eine Idee, (.) wo, oder wo wünschen  
704 Sie sich...

705 #01:00:00-5#

706 L

707 J5: Na, ich sag die

708 (.) ich sag lustigerweise, es gibt Ideen, die zB Google auch hat (I:hm) ja, also Google hätte  
709 sehr, sehr gern das Journalisten-Netzwerk. Sie laden alle Journalisten ein, ihre Plattformen  
710 zu benutzen, ah. ich hoff, tatsächlich, dass in den Zeiten wo Medienhäuser gerne  
711 Kooperationen eingehen, weil es billiger ist, wo wir wieder beim Thema wären, da nicht  
712 schon wieder zu viele ihrer Daten oder des Wissens verschenken. (I:hm) Weil auf Google  
713 oder Facebook ist es mir jetzt dann auch schon wurscht. Es geht um eine Autonomie im  
714 Sinne der Demokratie, die sehr, sehr wichtig ist, was Medienhäuser betrifft, was öffentlich-  
715 rechtliche betrifft. Weil das sind Firmen in den USA. Das sind (.) Zentren der Datenmacht.  
716 (I:hm) Wenn die das Zentrum der Journalistenmacht auch noch bekommen, weil alles, was  
717 wir mit ihren Tools erarbeiten quasi dann in Wahrheit einem großen Silicon-Valley-Giganten  
718 gehört, dann haben wir kein Demokratieproblem mehr, weil dann haben wir keine  
719 Demokratie mehr. In dem Sinne, wie wir Demokratie kennen. Also, hier schon mal das erste,  
720 (.) Ding, von wegen, nicht jedem Herrn der Ringe dann gleich (.) äh. verfallen, bloß, weil er  
721 eine vermeintliche Lösung hat, die das Leben des Journalisten einfach gestalten kann.  
722 Sondern ein Bewusstsein für den Wert des Journalismus entwickeln. Also brav im Jetzt  
723 anfangen. Was die Zukunft betrifft, sag ich (.) mittelfristig gedacht, oder vielleicht ist das eh  
724 kurzfristig gedacht, ahm. ist es eine Wahrnehmung, eine andere Wahrnehmung von dem  
725 was Soziale Medien sind. Und ein anderes Einbauen. Dh. es ist nichts langweiliger als  
726 dieses: Leute haben auf Twitter gesagt, hier war ein, ein Shitstorm auf Twitter und das wird  
727 dann die Nachrichtenmeldung, ohne dass der Redakteur oder die Redakteurin sich selber  
728 Gedanken gemacht hat, was ist Twitter und Facebook und der Shitstorm. Was sagt das jetzt  
729 wirklich? Ist es die repräsentative Mehrheit, wir greifen, wir bedienen uns momentan sozialer  
730 Netzwerke und setzen etwas voraus, was das bedeuten würde, was einfach nicht ist. Das ist  
731 keine Petition, das ist eine Momentaufnahme von Leuten, die sich im Moment ärgern oder  
732 eine Agenda haben, eine Meinung in diese oder jeden Richtung. Und wir nehmen das so wie  
733 früher, dieser (.) Ungeist bestanden hat, dass sobald ein Crowdfunding-Projekt war, ähm. wir  
734 gesagt haben, das ist ein fertiges Projekt, so als wär das fertig gesponsert und da wär quasi  
735 schon ein Produkt, das die Welt verbessern will, bloß weil ein Wastl irgendwo auf Reddit  
736 geschrieben hat, mach jetzt Crowdfunding für wahnsinnig gute nachhaltige Idee. Das heißt  
737 aber nicht, dass die realisiert worden ist. Das heißt nur, es gibt Menschen mit wahnsinnig  
738 guten Ideen, die gern von der Gesellschaft finanziert werden würden Was schön ist, aber (.)  
739 wir gleich, zum (.) übernächsten Sprung, da gibt es ein fertiges Produkt, das quasi kurz vor



740 der Auslieferung steht. Also, da waren Medien auch immer schon zu schnell. Und jetzt bei  
741 den Sozialen Medien, ich find die ein (.) super Tool, um vielleicht eine (.) Stimmung zu  
742 messen, und Wahrnehmung (I:hm) also, quasi uns mit einzubeziehen, aber ich glaub, dass  
743 es (.) eher eine Relevanz besitzt um (.) sich Gehör zu verschaffen, als dauernd nur  
744 zuzuhören. Ich glaub, das Ziel müsste sein, dass man soziale Medien dafür benutzt, um (.)  
745 jene zu erreichen, die darüber, also über das Facebook, Twitter usw. auf die berühmte  
746 Europäische Plattform, nach europäischen Datenschutzrichtlinien mit allen Daten in Europa  
747 von den Medien zusammen etabliert, sagen: Hey, alle auf Twitter, die (.) ähm. mit uns  
748 ernsthaft diskutieren wollen zum Thema x,y,z, quasi Real Life, aber eben nicht vor Ort. Wir  
749 wollen eure Stimmung abfragen. Wir wollen es da ernsthaft wissen, weil wir sehen, da gibt  
750 es eine Eskalation. Und eben aber auch, wir wollen ernsthaft wissen (I:hm). Social Media ist  
751 verschwommen. Das ist (.) mir ist langweilig, (.) ich freu mich grad, Momentaufnahme. Und  
752 ich bin jetzt aber auch ernst und möchte ernsthaft diskutieren. Und ich sag: Das einfangen (.)  
753 und woanders hingeben. Und dadurch auch wieder meine Position als Medium zu stärken.  
754 Und nicht wie der letzte Hinterwäldler durch die Sozialen Medien zu stürmen, einen  
755 Shitstorm zu suchen, damit ich die Nachrichtenmeldung für morgen habe. Das ist extrem  
756 unwürdig den Leuten gegenüber, dem Konsumenten, den Usern und den Medien selbst  
757 gegenüber. Und sie untergräbt eigentlich (.) eine (.) ich sag, eine Vielfalt, die Medien  
758 abbilden könnten. Und genauso, wie man als normaler Nutzer nicht jedem Troll antwortet,  
759 der keine Follower hat und irgendwas automatisiert antwortet, jetzt hier klicken (I:hm)  
760 versucht, zählt man auch nicht als Medium, egal welches eigentlich drauf reinfallen. Dass nur  
761 weil (.) ein paar sehr, sehr laut schreien auf Sozialen Medien, deswegen gleich (.) einen  
762 Shitstorm bedeuten, eine Mehrheit abbilden oder irgendwas. Aber weil wir's nicht messen  
763 können, weil wir oft nicht wissen, wer hinter den Pseudonymen steckt und Pseudonyme sind  
764 sehr, sehr wichtig, da dann auch eine Einladung aussprechen und sagen: Wenn ihr mit uns,  
765 für uns Meinung wichtig und weg von diesen (.) oh wir haben dann eh ein Forum, wo die  
766 User diskutieren dürfen und hin und her sondern proaktiv Leute einfangen, irgendwo  
767 hinheben, dem ganzen einen Wert verleihen. Aus dieser ganzen Wertlosigkeit des schnell  
768 geschriebenen grammatikalisch Inkorrekten heraus. Das wär so eine Vision, die ich mir  
769 vorstellen könnt, nämlich die Infrastruktur für Medien neu aufzubereiten, dass es wieder ein  
770 bisschen mehr Würde hat. Die Gestaltung selbst, auch die Zukunft gedacht, ich sag mehr  
771 zum Oralen hin. Das gesprochene Wort, wird an sich, sei es, dass man ähm. Transkripte  
772 macht mit Stimmerkennung, dh. man muss nicht mehr selber schreiben, dass man Artikel  
773 vielleicht ansagt, im ersten, dass es wieder mehr zum gesprochenen Wort an sich in der  
774 Kommunikation hingeht, ohne dass das Geschriebene verloren geht. Und eine Aufteilung  
775 des Kuchens natürlich. Nämlich: Wer ist verlässlich, wem kann ich vertrauen (I:hm) Und (.)  
776 das Vertrauen eben auch im Sinn, im demokratischen Sinn, dass man zulassen muss, dass

777 nicht jeder meiner Meinung ist und das Zitat zu strapazieren, aber wir alle nochmals alles tun  
778 sollte, damit der Andere seine gegenteilige Meinung noch sagen darf (I:hm) Also  
779 gesprochenes Wort und wie, das ist, ich weiß nur, wie nicht. Es wird nicht der eine sein, der  
780 mit der Fernsehkamera als One-Man-Show herumläuft durch die Straße Leute interviewt und  
781 dann Printradio und Online macht (I:hm) Also, und wenn dann äh. noch nicht äh. in den  
782 nächsten Jahren. Sondern, ich glaub, es wird eher in die Richtung gehen, dass wir im  
783 Bereich der selbstfahrenden Autos; Timo, das ist sehr unhöflich, Entschuldigung (I: (lacht)  
784 Ähm. dass, dass wir unter dem Schlagwort Internet der Dinge eigentlich, dass das Internet  
785 der Dinge uns Bilder, Daten und Wissen zur Verfügung stellen wird, das Medien dann für  
786 sich benutzen. Dh. sie werden den Menschen dann auch von dieser Aufgabe befreien, mit  
787 der Kamera rauszugehen, sondern was wir jetzt haben, habt ihr dieses Youtube-Video schon  
788 gesehen, wo (.) weiß ich nicht, eine Katze total lieb dreinschaut ähm. das was Schweden  
789 schon versucht hat mit Citizen Journalism haben sie es genannt (I:hm). Schickt unsere  
790 Videos, im Boulevard findet man das. Ich glaub, dass hier noch ein riesengroßer Spielraum  
791 ist, wie man das noch zu einer Perfektion bringen kann und der Journalist hier  
792 wahrscheinlich eher die Rolle haben soll, also, das ist mal nicht bewertet, ob das gut oder  
793 schlecht ist, Dinge wieder zusammen zu führen eigentlich. Die Vision, die ich hab, was den  
794 Journalismus betrifft, das ist tatsächlich eine Kooperation, dass die künstliche Intelligenz mir  
795 auf meine sprachliche Eingabe oder Frage hin Datenbanken durchforstet, entweder, je  
796 nachdem, wie mein Befehl lautet (I:Hm) eben abgesicherte Datenbanken, also sprich, was  
797 wir jetzt als [\_\_\_\_\_] (Presseagentur) kennen, oder aber eben das World Wide Web (I:hm)  
798 wo ich sag, bitte durchsuche alles was du in den chinesischen Medien außer dieser und  
799 jener (weil das muss ich dann wissen) Propaganda zB oder so. So ein bisschen wie, na, (.)  
800 wie heißt dieser (.) Film, dieser Marvel-Film, jetzt hab ich einen Hänger, jetzt will ich immer  
801 Avengers sagen (I:hm). Kennen Sie zufällig die Avengers? Ah, ok. (I: Ja, irgendwie schon,  
802 aber ich weiß nicht.) Es fällt mir wieder ein, also Tony Stark ist der Typ und der Film heißt, ich  
803 reich es nach wie der Film heißt (I: (lacht) Aber dort redet er eben auch mit seiner  
804 künstlichen Intelligenz, die dann fast sogar ein bisschen schnippisch wird. Also, wissend,  
805 dass künstliche Intelligenzen auch keinen Humor besitzen. Aber trotzdem ist es eine  
806 interessante Idee der Zukunft, wie er mit ihr kooperiert, wissend, dass es eine künstliche  
807 Intelligenz ist, die unterstützt und eben sein Outfit optimiert. Auch einen Namen, einen  
808 Menschnamen hat, also das war der berühmte Butler-Name in diesem Fall, aber so, (.)  
809 stell ich mir die idealisierte Zukunft vor, dass ich (.) bei grundlegenden Recherche-Arbeiten,  
810 wenn ich ein Thema angehe, eine künstliche Intelligenz dafür benutzen kann, mir mal ein,  
811 das berühmte too long (unverständlich) eine Zusammenfassung zu geben (I:hm) mir dann  
812 hilft mich auf ein Gebiet in dieser Vielschichtigkeit quasi zu einigen, aus dieser riesigen  
813 Daten, diesen Datenaspekten, mir dann ähm. zB auch gleich die Namen von Experten

814 nennt, die renommiert sind in dem Gebiet, wo ich mich dann einlesen kann, ja oder nein und  
815 mich bei meinem Kreativprozess, von welcher Geschichtenseite geh ich die Geschichte an,  
816 was will ich hier abbilden, was ist für mich eigentlich interessant? Was für andere Artikel gab  
817 es schon? (I:hm) Was haben die anderen gemacht usw. Mir eigentlich alles gibt, was  
818 relevant ist bei meinem kreativen Prozess. Und da sind wir wieder beim Journalisten als  
819 Kreativen, was schon verloren gegangen ist, dieses, dass man sich Gedanken machen darf,  
820 dass man anders ist (I:hm) was Neues macht. Dass da mich eine künstliche Intelligenz auf  
821 allen Ebenen unterstützt was eigentlich aufhält zeitlich quasi (.) in einem Korsett zu sein, da  
822 unterstützt, das wär super. (Ihm)

## A13.6. J5 Reaktion (F)

2

3 Ad feedback: Die Folien fassen die verschiedenen Zugänge und Wahrnehmungen  
4 entsprechend der Berufsfelder der Interviewpartnerinnen und Interviewpartner zusammen.  
5 Interessant finde ich dabei vor allem jene Bereiche, in welchen eine Übereinstimmung  
6 stattzufinden scheint.

7 Nicht zuletzt durch die andauernde Wertediskussion im Journalismus (fake news, vertrauen  
8 etc. ) denke ich, dass der Journalismus, bei allem Interesse an neuen Einsatzmethoden,  
9 eine prinzipielle Frage vorab klären muss, nämlich, welche Bedeutung er, beziehungsweise  
10 Journalistinnen und Journalisten im Zeitalter der Digitalisierung einnehmen. Es ist als Punkt  
11 auch in der Folie angeführt, die "Kontextualisierung". Ein Algo kann mir Fußball-Ergebnisse  
12 schreiben, kontextualisieren kann er aber nicht. Der Journalismus bemüht zur Zeit das Wort  
13 "Haltung", welches ihn ausmachte. Eben jene Haltung, die Kontextualisierung, sowie die  
14 konkrete Rolle weg von einer Technikgläubigkeit, in welcher man einem Algorithmus Schuld  
15 geben würde, gehören meiner Meinung nach zu den Grundfragen, die es zu klären gilt. Erst  
16 dann ist es möglich, technische Innovationen, egal welcher Art auch sinnvoll einzusetzen.  
17 Hier kommt man automatisch zum Punkt "Transparenz", die nicht nur den Konsumentinnen  
18 und Konsumenten gelten sollte, sondern auch den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, um  
19 Algorithmen als das zu verstehen was sie sind: Ein Werkzeug, um das Arbeiten effizienter  
20 gestalten zu können.

21

22 Zu den Zukunftsszenarien:

23 Nach einer ersten Euphorie, die man zum Beispiel auch bei "Quo Vadis Veritas" beobachten  
24 kann, wird sich über kurz oder lang das Missverständnis, dass Daten automatisch eine  
25 unumstössliche Wahrheit beinhalten würden, besonders bei Online-Medien wieder  
26 relativieren zugunsten der eigentlichen Journalistischen Tätigkeit, nämlich dem Erfassen  
27 und erklären der größeren Zusammenhänge. Ich rede hier explizit von Qualitätsmedien und  
28 werde hier nicht auf den Boulevard eingehen. Derart automatisierte Nachrichten könnten  
29 eine Renaissance von Expertinnen und Experten (entgegen dem Trend zum Allrounder) zur  
30 Folge haben, da nicht mehr die Meldung zählt, sondern eine Einordnung ihrer Bedeutung im  
31 gesamtgesellschaftlichen Kontext. Modelle wie "die Meldung (aka Recherchegrundlage)  
32 kostenlos, die erweiterte Geschichte gegen Bezahlung" sind als Modell genauso vorstellbar,  
33 wie eine Art "öffentliche APA der automatisch generierten Meldungen" mit allen  
34 Kinderkrankheiten, die die neue Entwicklung mit sich bringt und die teilweise in den Folien  
35 thematisiert wurde. Es gibt keinen "perfekten objektiven Algorithmus", was ist also das Ziel;  
36 Würde er zum Beispiel den Titel verändern, je nach Klick-Erfolgrate? Welche Libraries

37 würden verwendet? Sprich: Irgendwo auf der Welt werden wir sicherlich einen Einsatz ohne  
38 Maß und Ziel sehen, letztendlich erfolgsversprechend werden jene Modelle sein,  
39 die derartige Innovationen in ein Gesamtkonzept einbetten, welches ein ehrliches  
40 Hinterfragen der Rolle des Mediums und seiner Zielsetzung bedingt, sprich, langfristige  
41 Projekte welche nicht nur eine Automatisierung in gewissen Bereichen, sondern auch ein  
42 neues Selbstverständnis der Rolle und Bedeutung von Journalistinnen und Journalisten,  
43 aber auch von Medienhäusern beinhalten werden.

44

45 ad notwendige Kenntnisse zur Arbeit: Es ist ein Missverständnis, dass Journalisten eine  
46 notwendige Kenntnis mitbringen müssten. Wenn man im Flugzeug als Passagier mitfliegt,  
47 braucht man auch keinen Pilotenschein. Die Technik muss so gestaltet werden, dass sie  
48 jede und jeder bedienen kann, aber sich sowohl bewusst ist, dass kein Mensch seine Hand  
49 im Spiel hatte, als auch Einsatz, Ziel und Verwendung der Tools. Für Design, Wartung,  
50 Implementierung oder Adaptierung braucht es, wie bei Datenbanken/Netzwerken/Security  
51 usw. eigene Expertinnen und Experten. Nur so erfüllen diese Tools ihre Aufgabe, nämlich die  
52 eines Werkzeuges. (und nicht einer Wissenschaft)

53

54

55 Die Ethische Grenzziehung wird sich von Medium zu Medium unterschiedlich gestalten. Wie  
56 eingangs erwähnt, befinden wir uns derzeit in einer Phase der Technikgläubigkeit und  
57 schreiben Algorithmen mehr zu, als sie tatsächlich können und verfallen zunehmend mehr  
58 dem Glauben, ihr Output wäre "wahrer" oder "objektiver". Wenn wir diese Phase  
59 überwunden haben werden, was ich doch hoffe, können wir die Kirche auch wieder im Dorf  
60 lassen und ethische Herausforderungen haben sich automatisch (sic!) erledigt. Denn wenn  
61 es am Ende am Menschen (Journalistinnen und Journalisten) ist, ihren ethischen  
62 Grundsätzen entsprechend zu berichten, tritt das ethische Dilemma gar nicht erst ein.  
63 Sprich: Wenn die Rolle von automatisierten Artikeln auf Bereiche beschränkt wird, in  
64 denen sie a) kontrollierbar b) als maschinell generierter Content ausgewiesen und c) nicht  
65 bei kritischen (z.B. politischen) Themen ungebremst zum Einsatz kommen, spart man  
66 sich jegliches weiteres Kopfzerbrechen.

### A13.7. C1

2 I: von meiner Seite (2) also, das ist jetzt mein Aufnahmegerät (lacht). Ja, vielen Dank, dass  
3 du dir die Zeit nimmst. Ahm. Nochmal ganz kurz zum (.) zur Einführung, um was geht es  
4 nochmal. Es geht bei mir in der Arbeit um algorithmischen Journalismus, es geht auch um  
5 Automatisierungsprozesse (.) in journalistischer Arbeit und dafür sind eben drei ahm.  
6 bestimmte Fokusgruppen in dieser Befragung halt, äh. Ja. So deine persönlichen  
7 Perspektiven oder auch deine Arbeit, also dein Zugang zu der Thematik, ähm. was jetzt  
8 dieser klassische Roboterjournalismus angeht, oder diese Algorithmen, ähm. Inwieweit hast  
9 du dich damit jetzt schon beschäftigt oder inwieweit beschäftigt dich das im Alltag?

10 #00:00:54-0#

11

12 C1: Hm, also wir ah. arbeiten schon mit Algorithmen aber nicht im äh. in der Texterstellung  
13 sondern in der Distribution der Inhalte. Ah. Manche von unseren Websites werden  
14 algorithmisch bespielt (I:hm) und ah. algorithmisch bespielt heißt, dass hier Algorithmen, die  
15 äh. Positionierung auf Übersichtsseiten übernehmen. (I:Ok) Dh. äh. auf der Startseite, auf  
16 Channelübersichtsseiten ah. (.) und in anderen Kanälen, da komm ich gleich dazu. (I:hm)  
17 Auf den Übersichtsseiten ist es so, dass wir ständig experimentieren, wie wir das beste  
18 Ergebnis hinbekommen. Das bedeutet ah. das beste Ergebnis heißt, äh, (2) wie ist die, äh.  
19 (.) bestes Ergebnis bedeutet, keine quantifizierbare Maßnahme, sondern eine Mischung aus  
20 ah. Quantifizierbarkeit und qualitativen Faktoren, (I:hm) die halt dann irgendwie  
21 journalistische Relevanz ah. lauten. Das heißt bei uns, es fließen verschiedene Algorithmen,  
22 äh. verschiedene Parameter, in den Algorithmus oder in die Algorithmen ein und äh. ja, da  
23 schauen wir dann immer, wie gut ist jetzt das, was wir da haben wollen. Das ist das eine,  
24 das andere ist, auf unserer [ \_\_\_\_\_ ] (Social Media Plattform) z.B. (I:hm) entscheidet ein  
25 Algorithmus, welche Artikel wann gepostet werden, ah. basierend auf äh., das machen wir  
26 nicht selber, da arbeiten wir mit einem Anbieter zusammen und ah. diese Firma behauptet  
27 von sich selbst, ein (.) mehr Traffic zu bringen (I:hm) für die Publisher. Ob das so ist oder  
28 nicht, äh. ist schwierig herauszufinden, weil man ja nicht sagen kann irgendwie, wir machen  
29 das 2 Tage so und 2 Tage so und dann schauen wir, was besser funktioniert, weil es halt  
30 irgendwie inhaltebezogen ganz oft ist. (I:hm) Dh. es ist schwierig, einen äh. N  
31 herauszuführen, also den Normalwert (I:hm) quasi. Und ähm. da ist es eher so, dass für uns  
32 die freie Zeit oder die frei gewordene Ressource der Social Media-Managerinnen, Manager  
33 ah. relevanter ist, also ob wir da jetzt äh. 10.000 Zugriffe mehr oder weniger haben. (I:hm).  
34 Und äh. (5) das sind (2) und wir arbeiten mit Algorithmen in unserer Community zusammen,  
35 (I:hm) wo wir äh. wo wir dabei sind mit ah. Partnern aus der Wissenschaft einen Algorithmus  
36 zu (.) zu entwickeln, der uns hilft ah. Brennpunkte in den Foren zu identifizieren. Dh. wo wir

37 halt einerseits, wo die semantische Information gepaart mit anderen Parametern wie äh. wie  
38 Bewertungen oder so (I:hm) dann einfließt, damit für uns das Ganze effizienter ist, damit wir  
39 nicht jedes Posting anschauen müssen, sondern ah. damit wir sehen, ah. ok, da müssen wir  
40 sehr, sehr stark reingehen oder nicht. Und wir haben auch in der Fornewartung einen  
41 zweiten Algorithm- oder ein zweites Werkzeug, das auch mit Hilfe von Algorithmen arbeitet,  
42 ah. wo wir und das ist relativ rudimentär, da verläuft das schon seit 15, 20 Jahren, ah. der  
43 uns hilft irgendwie ah. einen Wert für, Poster und Posterinnen (I:hm) zu errechnen, damit  
44 wir sehen, diese Postings sind kritisch oder nicht kritisch und das ist dann so, dass wir, ah.  
45 also das ist, weit weniger intelligent, als es sein sollte, weil das irgendwie auf Schlagworten  
46 zum Teil basiert und dann halt irgendwie die Postinghistorie reinfließt und dann am Ende  
47 hat man irgendwie einen Kennwert für jedes Posting, (I:hm) der sagt irgendwie, ah. ich, der  
48 Computer, ich glaube, es ist zu 70 Prozent problematisch. Was denkst du, Mensch? (I:hm)  
49 So, so hilft uns das. #00:05:36-1#

50

51 I: Also dh. es geht schon ein Stück in diese Artificial Intelligence hinein wo der Algorithmus  
52 mit Feedback arbeitet? (C1: Genau). Und das Feedback interpretiert und darauf aufbaut.  
53 (C1: Genau und das) Eigenständig entwickelt. (C1: Und wird dann jedes Mal besser).

54 #00:05:46-3#

55

56 I: Ok, dh. er wird dann,(C1: Genau) er kann sich das selbst lernen. Also das geht in (C1:  
57 Genau) (unverständlich) Ok. #00:05:54-3#

58

59 I: Ahm. Möchte auf das Thema (.) Algorithmen nämlich diese inhaltliche Platzierung also,  
60 (C1: hm) dass es jetzt eher, würd ich verstehen, dieser Bereich Absatz jetzt von Social  
61 Media, (C1: Hm, genau) Also wirklich dieser redaktionelle Teil, (C1: Genau) dh. es ist die  
62 Startseite, die man ah. vom Onlineauftritt kennt? #00:06:14-4#

63

64 C1: Genau, nein, nicht die zentrale (.) Startseite, sondern äh. sondern ah. die mobile  
65 Website (I:ok) und äh. (unverständlich) das können wir dann nachher schwärzen. #00:06:29-  
66 4#

67

68 I: Ok, ahm. es heißt, man sieht, die Übersicht, wie, welche Themen wo platziert sind, (C1:  
69 Genau) auch mit welchem Bild? Oder? (C1: Genau) Ja. Das Bild äh, die Schlag, also die  
70 Headline (C1: Genau) ist aber (.) noch menschlich bestimmt, oder? #00:06:46-2#

71

L

72

C1: Ja, ja, ja, das ist alles

73 und da haben wir gar keine (I: ja) Einflussmöglichkeiten. Der Grund weshalb das passiert ist,

74 äh. war eher, ah. eine effiziente Gestaltung unserer Website, ist in, am Desktop ist sie in  
75 mehrere Spalten aufgeteilt (I:hm) und die ist relativ alt und ah. es ist flexibel, jeder Teaser  
76 kann da unterschiedlich ausschauen. (I:hm) Der Mensch kann das irgendwie gestalten, wie  
77 er möchte. Das ist gut, weil es viel Freiheit bringt und es ist schlecht, weil es viel Freiheit  
78 bringt. (I:hm) Äh. Dh. da können Dinge passieren, die man nicht möchte, wenn man  
79 irgendwie ah. in einem Objekt was ändert hat das Auswirkungen auf das nächste, das man  
80 aber gar nicht zwingend so haben wollte und vielleicht, auch gar nicht mitkriegt dass man  
81 erst wo was kaputt gemacht hat. (I: Ah ok). Und äh. (.) das zieht sich halt dann auf den  
82 Übersichtsseiten durch. Man verändert das muss man sich so vorstellen, man verändert  
83 einen Artikel, der jetzt seit irgendwie seit 20 Stunden auf der Startseite war, (I:hm)  
84 verkleinert den, oder so und gleichzeitig wird der auf allen anderen Übersichtsseiten, wo der  
85 Artikel aufpoppt, das können irgendwie zwischen (.) 4 und (.) 25 Übersichtsseiten sein, ah.  
86 schaut der dann je nachdem unterschiedlich aus, und wenn ich hier eine Schraube  
87 verändere, hat das auch Auswirkungen auf die Unterübersichtsseiten. Und es ist total  
88 ineffizient und passiert auch nicht, dass man erst sich anschaut, wie das aussieht. (I:hm)  
89 Und da, damals war ich in anderer Position in der Firma, da hab ich nicht mitgesprochen, da  
90 hat man sich überlegt, ok, wie kann man diese komplexe Desktoplogik auf ah. mobil  
91 übertragen. (I:hm) Und dann hat man irgendwie gesagt, ah. die ersten Versuche waren  
92 dann, man nimmt aus der linken Spalte einen Artikel, aus der mittleren und aus der rechten  
93 Spalte. (I:hm) Und das heißt, 1,2,3, Nummer 4 kommt dann wieder aus der linken Spalte,  
94 Nummer 5 aus der Mitte, das funktioniert nicht, (I:hm) weil das schlecht ist. Weil wenn der  
95 Mensch nämlich am Desktop sagt, ok, ich möchte hier zwei sehr große Artikel mit sehr  
96 großen Fotos, ah. kann es sein, dass nach dieser Logik, die quasi ein, (.) Algorithmus ist,  
97 obwohl das nur eine serielle Verarbeitung von diesen Informationen ist, ah. haben wir, ah.  
98 wird dieser Artikel dann erst ab Nummer 4 oder 6 oder 8 oder wo auch immer, obwohl das  
99 eigentlich der zweitwichtigste ist. (I:hm) Dh. das To Do war eine Abwandlung der  
100 Desktopseite zu schaffen, ohne dass man ah. und diese journalistische Gewichtung zu  
101 übernehmen. (I:hm) Da hat es dann verschiedene Tests gegeben und da ist man dann zu  
102 dem Weg gekommen, dass man (.) ah. verschiedene Faktoren reinfließen lässt, die dann  
103 helfen, das besser zu gewichten, weil es halt ah. am Montag in der Früh so sein kann (I:hm)  
104 und am Montag zu Mittag schon wieder ganz anderes. Dh. man muss dann irgendwie mehr  
105 Log-, mehr Intelligenz reinbringen. Und das ist dann so versucht worden, dass waren die  
106 Anfänge, und daraus ist das dann immer komplexer geworden. #00:10:29-0#  
107  
108 I: Du hast ja vorher auch von qualitativen Faktoren gesprochen, bzw. jetzt auch von wieder  
109 von Parametern oder Faktoren, die das entscheiden. Also. Gerade, wenn es um diese  
110 journalistische Gewichtung geht. (C1: Ja) Was wären das für Faktoren, die jetzt der



111 Algorithmus jetzt wissen muss, damit er zB die richtige Auswahl trifft, damit der es richtig  
112 einordnet? #00:10:49-5#  
113  
114 C1: Das kann ich sagen, weil äh. wir nicht wissen, welche Firma das ist, (I: (lacht) aber ich  
115 muss sagen, (.) ah. derweil ist es, sind es Trafficfaktoren (I:hm) und ah. die leiten sich aber  
116 ab von der journalistischen Gewichtung. Dh. (.) ah. ein Artikel hat bei uns sehr hohen Traffic,  
117 wenn er sehr weit oben am Desktop platziert ist, weil wir eine sehr hohe Desktop-Nutzerzahl  
118 haben. (I:hm) Dh. wenn wir eine Geschichte weit oben hinstellen, hat sie sehr viel Traffic.  
119 Und daraus leitet sich dann das, ah. die (I: ahm.) mobile Positionierung ab. (I:hm) Und  
120 manche Geschichten haben jetzt sogar mehr Traffic, wenn sie weiter unten stehen, weil das  
121 Thema so einen Zug hat. Weil das irgendwie ein leichteres Thema ist, ah. und lieber  
122 gelesen wird wie die 16. Meldung aus dem Parlament, (I:hm) die vielleicht wichtiger ist, als  
123 das Rezept für Cheesecake-Torte oder so, und ah. da versuchen wir halt einzugreifen. Und  
124 wir sind gerade in der (.) dabei, in der, also im nächsten Schritt, weil das halt irgendwie, (.)  
125 also es ist im Wesentlichen jetzt ah. Traffic und Verweilzeit, (I:hm) Verweilzeit deshalb, weil  
126 das ein eher qualitativer Faktor ist, also wir haben keine stumpfen Page Impression, ah. weil  
127 wir halt irgendwie, also und grundsätzlich die Vision und die Mission unseres Hauses ist es  
128 irgendwie qualitativen, hochqualitativen Journalismus zu betreiben und den Leuten eine  
129 Diskursplattform (.) zu bieten. (I:hm) Und ah. uns ist Qualität wichtig. Uns ist wichtiger, wir  
130 haben 10 Leute, die sich sehr lange mit einem Artikel beschäftigen, sind uns wichtiger, als  
131 100 Leute, sie sich sehr kurz damit beschäftigen. (I:hm) Dh wir müssen versuchen, die  
132 Leute mit dem Inhalt zu bekommen und nicht mit dem Teaser. (I:hm) Dh. dass diese  
133 qualitative Verweilzeit-Metrik ist es, innerhalb von einer ah. gewissen Zeit (.) und also  
134 innerhalb eines gewissen Zeitrahmens, Zeitraum (I:hm) und äh. (5) Kurz nachdenken. (3)  
135 Und äh, es fließen andere weiche Faktoren ein, dh. wir haben, wir können, und das ist auch  
136 plattform-(I:hm) unterschiedlich, aber auf manche Seiten sagen wir, Objekte aus diesem  
137 Container, Container heißt, aus diesem Ressort (I:hm) oder Channel, können bis zu einem  
138 gewissen Punkt nach oben steigen, aber nicht weiter. Also, es gibt Qualifizierungsgründe für  
139 den Aufmacherbereich zB, (I:hm) die sich auch gegenseitig bedingen. Wo wir sagen, ok, die  
140 Mischung aus dem gewünschten, Aufmacherbereich, ist jetzt nicht 25 Geschichten aus dem  
141 Lifestyle-Ressort, und 25 Geschichten aus dem Web. Sondern, äh. das sind normalerweise  
142 die zwei (.) Ausreißer, weil irgendwie ein Youtube-Video besonders gut beklickt wird, das  
143 schaut dann jeder an und das hat dann irgendwie einen kurzen Zeitraum 3 Mal so viele  
144 Zugriffe wie alle anderen, ah (.) und weil, wenn ein Video drinnen ist, das die Verweilzeit pro  
145 Nutzer in die Länge zieht, (I:hm) genau, das heißt, da müssen wir versuchen, diese Dinge  
146 ah. neutral zu unseren Zielen zu gestalten. Und, ah. ja, das ist das, wo wir jetzt stehen. Und  
147 wir sind gerade dabei, ah. da einen nächsten größeren Schritt zu machen, wo wir jedes

148 Objekt, das wir publizieren ah. mit verschiedenen Kriterien, inhaltlichen Kriterien ah.  
149 aufrüsten wollen. Und da sind wir noch dabei, die zu definieren. Und der nächste Schritt wird  
150 sein, die dann zu testen und dann eben zu intaurieren und dann ah. (.) eben, weil vielleicht  
151 sind die 5,6,7 Faktoren, die wir jetzt gut finden in der Theorie, sind die in der Praxis aber  
152 nicht gut. (I:hm) Und das werden wir uns dann anschauen müssen, im Trockentraining und  
153 schauen, was passiert, wenn wir hier eine Schraube verdrehen, was ändert sich da (I:hm)  
154 am Ende. #00:15:46-1#

155  
156 I: Diese inhaltlichen Kriterien, also in Bezug auf diese automatisierte Textgenerierung,(C1:  
157 hm) könnte das ein Stück weit in diese Richtung auch gehen? Also nicht vollautomatisierte  
158 Texte, aber Bereiche zu automatisieren? #00:16:03-5#

159  
160 C1: Nein, das hängt bei uns da überhaupt nicht zusammen, (I:hm) in der automatisierten  
161 Textgenerierung. Da sprechen wir manchmal drüber in Sitzungen, weil es gibt kein Projekt,  
162 (I:hm) oder kein, da planen wir derweil nichts. (I:hm) Ein Projekt, das uns sehr begeistert  
163 hat, intern, war, das ist ein, in Schweden gibt es ein, ein recht großes Regionalverlagshaus,  
164 das heißt [\_\_\_\_\_] (Medienunternehmen) (I:hm) Die machen, die haben eine Firma, die  
165 heißen, (.) irgendwas mit Robotern, whatever. (I (lacht) #00:16:45-2#

166  
167 C1: Ah. Und in Schweden gibt es sehr viele Daten auch personenbezogene, (I:hm) frei  
168 zugänglich, so wie Gehaltsdaten, oder jeder Grundstücks- oder Immobilien An- und Verkauf  
169 ist dort öffentlich. Und die haben einen Roboter geschrieben, der daraus Texte liefert und  
170 das funktioniert sehr gut auch hinter einer Paywall, weil dann so die Nachbarn sehen, oder  
171 benachrichtigt werden, hallo, 3 Häuser weiter hat jemand das Grundstück gekauft mit dem  
172 Haus drauf um so und so viele 100.000 Kronen, ah. das interessiert die Menschen. (I:hm)  
173 Also, das interessiert die Menschen ist, aber es interessiert grundsätzlich Leute, was halt in  
174 der Nähe so passiert. Niemand würde so eine Geschichte schreiben, so niemand in der weil  
175 es einfach zu viele sind, (I:hm) und das ist ein guter Weg, wie man das machen kann. Diese  
176 Geschichte würde es sonst nicht geben, niemand würd diese Geschichte schreiben über ah.  
177 einen Immobilienverkauf in Hintertupfing. (I:hm) #00:17:46-8#

178  
179 I: Das ist ganz was Spannendes, weil das geht ja auch in diese Richtung, das wär jetzt auch  
180 dieser algorithmischer Journalismus. (C1:hm) Es ist halt die Frage, ab wann sprechen wir  
181 von Journalismus und ab wann nicht. (C1: Genau). Derzeit sind, ist die Technologie eben in  
182 Einsatz für Immobiliennachrichten, Wirtschaftsnachrichten, Sportnachrichten und (.) beim  
183 Rest bin ich da eher noch vorsichtig. Ja, aber das sind jetzt die ah. Möglichkeiten, die  
184 Bereiche, wo es eingesetzt werden kann, weil es aktuell einfach stilistisch (C1: L die Daten,

185 genau). noch nicht so besonders entwickelt ist. (C1: Und weil halt strukturierte Daten  
186 vorliegen). #00:18:22-3#

187

188 I: Genau. Das ist der Hauptgrund ah. , warum es funktioniert. Ähm. (.) Jetzt ist halt natürlich  
189 die Frage, in welche Richtung könnte sich sowas entwickeln. (C1: hm) Was wären so die  
190 nächsten Steps, was wär jetzt die Zukunftsmusik dazu. Ahm. Wenn du jetzt daran denkst,  
191 dass jetzt in (.) dieser Redaktion beispielsweise, (C1: hm) man das ausprobieren könnte.  
192 (C1:hm) Also, wo wär es für euch in Ordnung, wo ihr sagt, das ist sicher interessant,  
193 (C1:hm) sich das anzuschauen, ja. #00:18:57-1#

194

195 C1: As wären, ah. (3) der Umweltbereich (I:hm) ist ein großes Thema, wo wir auch schon  
196 überlegt haben, was wir da machen können. Wenn man mit Sensoren arbeitet, weil es ist  
197 immer so, man kann (3) dieses schwedische Immobilienbeispiel ist ein gutes, weil es zeigt,  
198 dass man Daten, die es schon gibt, anders aufbereiten kann und mit dieser anderen  
199 Aufbereitung gibt, (.) ist die Qualität trotzdem oder ist das journalistische Produkt, trotzdem  
200 gibt es eine Nachfrage danach, (I:hm) obwohl das Angebot schon da ist. Aber ein anderes  
201 Angebot, also ein anderes, in der Medienökonomie geht es immer ums Bundling und Un-  
202 Bundling (I:hm) und wenn man hier die Informationen anders bundelt ist es wieder so, dass  
203 man dafür bezahlen würde. Diese Daten hat jeder. Interessant ist es dort, wo man sagen  
204 kann, welche Daten haben nur wir? Oder welche Daten können wir sammeln oder  
205 erschaffen, die nur wir haben damit wir einen Wettbewerbsvorteil haben. (I:hm) So ähnlich ist  
206 es auch im Datenjournalismus. Ah. Wenn man ein großes, interaktives Projekt macht, das  
207 kann man nicht einfach kopieren. Wenn wir jetzt eine Exklusivmeldung haben, dass  
208 irgendjemand ah. zurück tritt, oder nicht zurück tritt, dann dauert das ungefähr 10min bis das  
209 über die Agentur (.) rausgegangen ist und manche Leute haben das schon vorher  
210 abgeschrieben und manche nehmen halt die Agenturmeldung. Aber bei so einem  
211 interaktiven Stück, bei was, wo man entwickelt hat, also programmiert hat, das kann man  
212 nicht kopieren. Und so ähnlich ist es auch, wenn man eigene Daten sammelt. Ah. Ich kann  
213 mir sehr gut vorstellen, dass man irgendwie, ah. Sensoren in Wien platziert, Sensoren in  
214 Österreich platziert und dann ein Dashboard hat und ok, die Luftverschmutzung ist so und so  
215 hoch, (I:hm) messen unsere Sensoren. Wir wissen was, weil wir haben wir wissen genau, wie  
216 wir die Sensoren platziert haben. Wir haben mit Wissenschaftlern zusammen gearbeitet um,  
217 da halt irgendwie saubere Daten zu fabrizieren. Und ah. (.) dann gibt es verschiedene Wege.  
218 Man kann einen automatisierten Artikel haben, luftverschmutzung.at. (I:hm) Keine Ahnung,  
219 man stellt sein Dorf rein oder seine Adresse und sagt, bei dir ist die Luftverschmutzung so  
220 und so. Ah. Oder man, das ist automatisiert. Ein anderer Automatismus wär ok, man triggert  
221 einen ah. Inh- ah. Content-Creation-Prozess wenn gewisse Werte überschritten sind (I:hm)

222 oder unterschritten sind. Im Journalismus interessieren uns immer die obersten 10 Prozent  
223 oder die untersten 10 Prozent. Die mittleren 80 Prozent das ist wenig interessant. Aber es  
224 sind immer die Extreme. Das heißt, da wäre denkbar, dass man da irgendwie einen Artikel  
225 schreibt, den man dann automatisiert laufen lässt. Wo man die dann platziert (I:hm) ist ja  
226 egal, weil in Zukunft wird es noch viel stärker so sein, dass (.) die Inhalte halt wandern  
227 können. Dh. jetzt ist es noch immer bei den allermeisten Medien so, dass die Inhalte nur  
228 beim Medium selbst zu konsumieren sind. (I:hm) Aber das geht immer stärker(.) in die  
229 Richtung, dass das irgendwie, dass man das Medium als Plattform hat, aber dass die Inhalte  
230 auch woanders hinwandern können. Dh. (I:ok) man muss keinen Artikel mehr machen, man  
231 muss den Artikel nicht mehr auf der Startseite platzieren, es finden sie Leute trotzdem diesen  
232 Artikel. Durch Aggregatoren, über Social Media, (I:hm) über Suchmaschinen. #00:22:48-6#  
233

234 I: Das heißt, sie werden, rein vom Algorithmus werden sie schon da hingeleitet. (C1:  
235 Genau.) Automatisch. (C1: Genau, genau). Ok. #00:22:56-8#  
236

237 C1: Und ah. (.) man muss da auch sehr viel stärker in Nischen denken, in Nischen, die man  
238 jetzt nicht bedient. (I:hm) Und die größten Nachrichtenseiten in Österreich sind alles ah.  
239 General Interest-Portale. Dh. man wird immer eine Mischung haben aus Politik, Wirtschaft,  
240 Sport, Kultur, Lifestyle, (I:hm) und dann je nachdem wo man halt stark ist. Und das war ja  
241 früher immer getriggert davon, ah. wo gibt es Anzeigenkunden. Deswegen gibt es überall  
242 Autobeilagen, deswegen gibt es überall eine Reiseseite, weil man dort dann die Anzeigen  
243 platzieren kann von (I:hm) Automarken oder von Reiseanbietern oder Fluglinien oder so.  
244 Und ah. Die Inhalte sind natürlich unabhängig erstellt (.) worden, zumindest bei uns war das  
245 so. Und das wird auch so bleiben. Aber das waren so die Nischen, wo man da versucht hat  
246 zu wachsen. Und dann entwickelt sich das anderes hin. In für Qualitätsmedien wie unseres  
247 (I:ja?) ist es so, dass der globale Trend dorthin geht, dass ah. (.) wir uns immer weniger von  
248 Anzeigenkunden finanzieren werden, und stärker ah. (.) von Lesern, Leserinnen, Usern,  
249 Userinnen. #00:24:19-2#

250 L  
251 I: Aha, das ist eigentlich ein recht, eine,  
252 eigentlich erwartet man das Gegenteil. (C1: ja) So rein von den ökonomischen  
253 Zukunftsvisionen, dass es (C1: genau) noch stärkere Ökonomisierungs- Konkurrenzdruck,  
254 Ökonomisierungsdruck, Finanzielles...(C1: Genau). #00:24:35-1#  
255

256 C1: Das merken wir besonders stark, weil im Internet (.) halt einfach mit Werbung (I:hm)  
257 sehr, man muss sehr viel mehr Inhalte haben um das Gleiche, oder man muss sehr viel  
258 mehr an Reichweite haben, um das Gleiche im Internet zu verdienen, als ah. analog als

259 gedruckt. (I:hm) Weil die Werbepreise im Digitalen einfach um so vieles niedriger sind.  
260 Deswegen erstellen viele, deswegen sieht man jetzt überall Videos, (I:ja) nicht weil plötzlich  
261 irgendwie die Verlage draufgekommen sind, hey, die Leute wollen Videos, sondern weil die  
262 Anzeigenverkäufer (.) sagen, die Video-TKPs sind um das 10-fache höher oder das 15, oder  
263 20-fache höher als die für normale Display-Banner. Dh. wenn wir jetzt, das ist jetzt relativ  
264 ökonomisch und nochmal wahnsinnig strikt getrennt bei uns. Wir machen das nicht,  
265 deswegen sind wir in Video auch so schlecht. (I: (lacht) Ah. die (.) Frage die dann auf der  
266 ökonomischen Seite ist, wie viel muss man in die Kreation des Inhalts stecken ah. um auf  
267 Betrag x durch ah. Werbung zu kommen? (I:hm) Und da ist die Rechnung einfach total viel  
268 besser für Video. (I:hm) Weil man da trotzdem irgendwie 8 Stunden arbeitet und da kommt  
269 das raus, das wird x-Tausend Mal angeschaut, und dann kommt der Betrag raus. Die Zeit, in  
270 der man, wenn man 8 Stunden in Texte steckt (I: ja?) muss man ungefähr 4,5,6,7-Mal so  
271 viel Zeit, also der Output muss 6,7,8 Mal so hoch sein, damit man auf das Gleiche  
272 kommt.Dh. es ist klar, wenn ich die Wahl hab zwischen 8 Textredakteuren (I:hm) und einem  
273 Videoredakteur, dann würd ich aus ökonomischer Sicht natürlich den Videoredakteur  
274 nehmen. (I:hm) Und das ist auch ein Grund warum verschiedene österreichische  
275 Medienhäuser plötzlich Fernsehen machen. (2) Und der einzige Grund. Und ah. (.) das 1 zu  
276 8 Verhältnis das war jetzt irgendwie eine Hausnummer. Aber ungefähr würde das  
277 wahrscheinlich so hinkommen von den TKPs (?) (I:hm) Und deswegen ah. ist es umso  
278 interessanter, wenn man jetzt sagt, man kann mithilfe von Algorithmen Dinge erstellen, die  
279 uns helfen, Reichweite zu gewinnen. (I:hm. Und das wäre zB?) #00:27:09-4#

280

281 C1: Weil (.) Das schwedische Verlagshaus zB da macht ein Artikel von diesen  
282 Immobiliengeschichten ah. macht nur 10 Prozent, 5 Prozent der PageImpressions, von dem  
283 Artikel, den ein Mensch schreibt. (I:hm) Aber, dieser, der Computer schreibt halt einfach (.)  
284 um den Faktor, weiß nicht, 100.000 Mal mehr Artikel als dieser Mensch. Dh. in Summe wird  
285 das einzelne (.) Objekt weniger wertvoll, aber unterm Strich bleibt, weil es da so viel mehr an  
286 Masse gibt, bleibt da mehr übrig. #00:27:51-6#

287

288 I: Dh. das ist quantitativ ah. (C1: genau) quasi sinnvoll, jetzt von der ökonomischen  
289 Perspektive. #00:27:57-1#

290 L

291 C1: Genau,und dadurch kann man dann eben so die Nischen und das ist jetzt  
292 der Bogen, dadurch kann man Nischen sehr viel stärker bedienen, ah. (I: hm) für... ich  
293 komm auch dem Südburgenland und mein Papa schaut sich immer an, ah. über, bei  
294 verschiedenen Plattformen, wie jetzt unser Heimatverein gerade spielt. Und da gibt es  
295 irgendeine Plattform, da tut dann irgendjemand Live-Tickern und verändert das Ergebnis in

296 Echtzeit. Ah. (.) Das ist ein total spannendes äh. (.) neues Medium. Weil es genau mit  
297 solchen Nischen arbeitet. Wenn man da nur ein einziges (.) so eines hätte, wär das  
298 unfinanzierbar. In dem Moment,wo man die Plattform erstellt (I:hm) und sehr viele kleine  
299 Einheiten hat, die dann wieder die Nischen bedienen, wird das in Summe wieder eine sehr  
300 hohe Reichweite. (I:hm) Das ist was, wo man denken muss. Und da ist dann der zentrale  
301 Unterschied: Bekomm ich das Geld von Werbetreibenden, dann werd ich versuchen, ah.  
302 sehr viel mehr an Masse zu machen. Oder bekomm ich das Geld von Menschen, denen der  
303 Inhalt wichtig ist, weil sie das brauchen, ah. dann wird man natürlich in Qualität investieren.  
304 Und bei beiden Sachen können Algorithmen helfen, weil sie Nischen bedienen. (I:hm) Wir  
305 können mit Algorithmen Geschichten machen,die es sonst nicht geben würde. #00:29:29-9#  
306  
307 I: Was wär das zB. ? Also jetzt abgesehen von Umweltbeispielen und Datenjournalismus?  
308 #00:29:33-0#  
309  
310 C1: Da ist, hm, (2) die, da sind, (3), Wirtschaftsdaten sind sehr interessant, weil, wenn man  
311 sie (.) international anschaut, wo Paywalls funktionieren, (I:hm) dann sind das auch dort,  
312 sind das Service-Geschichten. Die Leute zahlen dafür, weil sie einen Vorteil haben. (I:hm)  
313 Die Leute zahlen nur sehr bedingt dafür, weil dort der Journalismus besser oder schlechter  
314 ist, das passiert, aber das passiert in der Regel nicht so sehr, dass man damit so viel Geld  
315 verdienen kann wie früher. Ah. Die Paywall der Financial Times funktioniert wahnsinnig gut.  
316 Die Paywall des Wallstreet Journals funktioniert wahnsinnig gut. (I: aha) Warum ist das so?  
317 Weil die Leute das lesen müssen weil das Auswirkungen auf ihren Job hat, auf das eigene  
318 Aktienportfolio, das ist jetzt aus meiner persönlichen Lebenswelt, gibt (I:hm) es nur wenig  
319 Sachen, die weiter weg sind. Aber das ist was, ah. das die Leute haben müssen. Die wissen,  
320 wenn ich das hier lese, kann ich davon Ableitungen treffen. Und ich hab dann am Ende des  
321 Tages ah. mehr Geld, oder der Firma, für die ich arbeite, der geht es besser.Oder so. Und  
322 was anderes sind dann so, (.) ah. (.) hochspezialisierte Bereiche, wo man sehr viel Geld für  
323 (.) Sachen verlangen kann, die es sonst nirgendwo gibt. Die Funktionsweise dahinter ist so  
324 wie wissenschaftliche Verlage funktioniert haben. (I:hm) Gewisse Journals waren wahnsinnig  
325 teuer. Sehr wenige Leute haben das gelesen, dafür für die, die das gelesen haben, die  
326 mussten das lesen, weil da der aktuelle Forschungsstand (I:hm) stand. Und ah. so ähnlich ist  
327 es auch bei anderen Paywall-Modellen wie (.) ah. Business Insider zb. Das heißt Insider, die  
328 verlangen irgendwie ein paar Tausend Dollar für die Teilnahme an diesem Programm. Und  
329 dort gibt es nur diese Information für verschiedene Branchen. (I:hm) Wenn man das jetzt  
330 ableitet was das für algorithmische Content-Erstellung hieße. Wobei, [ \_\_\_\_\_ ] (Startup) ist  
331 ein Hamburger Startup, das ist ziemlich groß. Die machen ihre Hausaufgaben sehr, sehr gut.  
332 Hausaufgaben heißt, die sind Top SEO-optimiert, wenn man irgendwie sucht, VW-

333 Umsatzzahlen, sind die ersten 45 Einträge auf Google [ \_\_\_\_\_ ] (Startup). (.) Die haben auch  
334 einen Teil kann man gratis (.) lesen. (I: Genau, ich kenn das. (lacht) Genau. #00:32:34-0#  
335

336 C1: Den kann man gratis lesen. Und alles was dann tiefer rein geht, was man braucht für  
337 den Job für was auch immer, da muss man dann bezahlen. (I:hm) Die sammeln sehr viele  
338 Daten. Mit den Daten, die die haben, wird es nicht mehr lang dauern, bis die dann eigene  
339 Portfolios für Industrien erstellen. Derweil ist es so, (.) dass das Menschen machen, da gibt  
340 es Analysten, die sich diese Zahlen anschauen und die dann sagen, ok, für die Consumer-  
341 Electronics und Rooter bis Whatever wird 2018 so ungefähr werden. Warum macht man das  
342 so? Warum kann man das nicht mit diesen Daten füllen? Und warum haben wir da keinen  
343 Report für Flatscreens oder für 52-Zoll-Flatscreens oder 52-Zoll-Medienintegrierten WLAN-  
344 Rooter-Flatscreens. Man kann da sehr viel tiefer reingehen. Und je tiefer man reingeht,  
345 desto weniger Leute interessiert das. Aber die, die das interessiert, wollen genau das lesen.  
346 Und die sind dann auch bereit dafür sehr, sehr viel zu bezahlen. (I: Zu bezahlen). Genau.  
347 #00:33:43-6#

348

349 I: Kann man sich auch vorstellen, dass man zB jetzt wenn man diese automatisierte Content-  
350 Erstellung sich anschaut, dass auch ah. Personen anfragen können, bestimmte Daten, die  
351 dann letztendlich sofort als Text sofort zur Verfügung gestellt werden innerhalb von Minuten.  
352 Oder 20min oder so was, weil ich kenn das von statistischen Daten, ist es relativ aufwändig  
353 sich da durchzuackern und zu sehen welcher Wert was bedeutet, das ist ja.

354 #00:34:13-7#

355

356 C1: Ich glaub eher nicht, dass das so on demand sein (I:hm) wird sondern erst kurzfristig  
357 eigentlich auch nicht langfristig, weil ah. (5) was würd passieren in diesen Minuten, weil man  
358 schon einen Weg hat um diesen Text zu erstellen und Weg heißt, äh. es gibt einen (I:hm)  
359 Algorithmus, der gefüttert ist, mit wenn dann, (I: ja) irgendwas : dann kann man das auch  
360 ohnehin erstellen, es dauert dann (.) ohnehin nur sehr kurze Zeit, dann kann man sagen, ok,  
361 ich bin jetzt die [ \_\_\_\_\_ ] (Statistikunternehmen) und wir denken uns das einmal durch und  
362 drücken dann auf den Knopf und dann hat man Artikel zu jedem statistischen Datensatz den  
363 wir haben.(I:ok) Und ah. (I: Das heißt, das kann man vorweg sowieso, macht es mehr Sinn.  
364 #00:35:05-8#

365 L

366 C1: Ja, wobei man schon, ja, (.) ja es stimmt schon, weil (.) ich kann mir schon  
367 vorstellen, dass es dann so eine Art von Generator gibt. (I:hm) Wenn man dann irgendwie  
368 sagt, ok, ich brauch jetzt aber nicht irgendwie den Text zu Bevölkerungszahlen von [ \_\_\_\_\_ ]  
369 (Name des Dorfes) im Lauf der letzten (.) 900 Jahre, sondern ich will jetzt aber (.) einen Text

370 haben der mir vergleicht Ortschaften a, b, c und d und dazu schauen wir uns an irgendwie  
371 ah. Bevölkerungswanderungen (I:hm) im Bundesland und wir schauen uns an, politische  
372 Sachen, keine Ahnung. (I:hm) Und im Hintergrund muss es eben dann die Systeme geben,  
373 die so schlau sind und das korrelieren, das kann schon sein, dass dann dieser einer Artikel,  
374 dass das dann noch irgendwie (.) dauert, ah. aber da werden die 10 Minuten eher die Zeit  
375 sein, in der man sich das zusammenklickt (I:hm) und sagt, pass auf, gib mir den Text und  
376 dann kommt irgendwie: Gib mir 100 Euro und dann macht man das so. So kann ich mir das  
377 vorstellen #00:36:14-4#

378

379 I: Dh. es geht da in dem Bereich noch sehr viel um Effizienz. Wie effizient ist die  
380 Technologie jetzt schon?

381 L

382 C1: (Genau. Ah. Also es geht eigentlich auch weniger um die Technologie sondern  
383 eher (.) um die Daten dahinter. (I:hm) Und wie strukturiert sind die vorhanden, (I:hm) (.) weil  
384 sehr viele Sachen kann ich mir vorstellen, dass die sehr interessant wären. Aber es gibt halt  
385 keine strukturierten Daten. Und man kann nicht (.) und solange es einfacher ist, ah. wenn  
386 der Mensch drauf schaut um einen Text zu schreiben ah. sondern es schneller geht als der  
387 Mensch sagt, ok, er schaut ah (I:hm) diese Geschichten oder, die, Entschuldigung, dieser  
388 Need ah. ah. (.) den brauch ich genau einmal, so dann ist es einfacher, solange das einfacher  
389 ist, das selber zu schreiben als den Computer zu trainieren, solange wird das so sein und  
390 das wird halt dann tatsächlich die ah. darum gehen, es gibt eine interessante ah.  
391 Diskussion, die jetzt ein bisschen eingeschlafen ist leider. In so im deutschsprachigen  
392 Journalismus, wo es ein paar Leute gibt, wo es schon ein paar Leute gibt, die irgendwie ah.  
393 structured journalism (I:hm) propagiert haben, structured journalism heißt, ah. wir haben in  
394 den Systemen, legen wir keine Texte mehr ab, sondern ah. wir zerlegen das noch weiter.  
395 (I:hm) Jeder Artikel, jetzt sind die allermeisten ah. Objekte die wir haben bei uns im System  
396 sind einfach Artikel. Und ah. (4) wir müssen da noch, sehr, wenn wir solche Sachen machen  
397 wollen, müssen wir noch sehr viel stärker reingehen und die Informationen zerlegen, (I:ja) es  
398 geht dann nicht mehr dorthin, dass irgendwie ein System erkennt, welche Personen gibt's  
399 da? Das machen wir schon. Ah. Sondern das ist dann so (.) was passiert da, wie war hier  
400 das Wetter? (I:hm) Oder gibt es Informationen in diesem Artikel, die sagen, ah. ah. ah. wie  
401 war das Wetter an diesem Tag? Und was für, was für Akteure gibt's da drinnen? Also da  
402 muss man noch sehr viel stärker rein und dann wenn diese Informationen da sind, dann ah.  
403 weiß man glaub ich, was man dann tatsächlich damit machen kann. Wir haben ungefähr, wir  
404 beziehen auf unserer Website 150, 180, 200 Artikel am Tag. Ah. Mal 365 (I:hm) dann kann  
405 man sich anschauen, was da für eine Datenmenge zusammenkommt. (I:hm) Ah. das ist



406 Pipifax dagegen, wenn man irgendwie mit Sensoren eigene Daten erhebt aber das ist  
407 trotzdem ganz schön, ganz schön viel. #00:38:58-3#

408

409 I: Hm. Ich hab nur eine Frage, was jetzt diese Datenaufbereitung betrifft, also wie könnte  
410 das in Zukunft ausschauen? Also wir denken da natürlich immer so, im Verhältnis zu dem,  
411 was wir jetzt schon haben und wo es hingehen kann. (C1: hm) Ah. was da vielleicht  
412 spannend ist, ist diese Rolle der Journalistinnen, also die damit dann tatsächlich arbeiten  
413 könnten (C1: hm) oder mit dem wir arbeiten sollten, ah. wenn wir jetzt in diese Richtung  
414 gehen diese Datenaufbereitung, und dass man vielleicht tatsächlich nur automatisierten  
415 Texten, also Textgenerierung arbeitet, was könnte, also welche Skills würde man da von  
416 JournalistInnen erwarten? Das wäre so (10) #00:40:07-0#

417

418 C1: Ich glaub, dass es schwierig wird, weil ah. (5) ich glaub es ist grundsätzlich so in der  
419 Gesellschaft, dass wir (.) dass es ein viel stärkeres äh. Bewusstsein über Daten, dass es  
420 das geben muss. Dass es Data Literacy brauchen wird. (I:hm) Ah. (.) das seh ich in der  
421 Gesellschaft nicht, wir haben Probleme jetzt schon, dass sehr viele Leute nicht erkennen, ob  
422 das jetzt irgendwie ah. eine echte Nachrichtenseite ist oder nicht, oder wo diese Nachrichten  
423 herkommen. Dh wir sind auch gar nicht dabei, ah. bei Daten zu lesen oder das soweit zu,  
424 im Kopf strukturieren zu können, was das jetzt bedeutet. (I:hm) Und ah. (5). Und da tu ich  
425 mir schwer damit zu sehen, wo da tatsächlich Journalisten dann (2) äh. wie wie die da  
426 helfen können. Es wird natürlich Journalisten, Journalistinnen geben werden, geben werden  
427 müssen, (I:hm) die sich darum kümmern, die mit dabei sind, wie man diese ah. Inhalte (.)  
428 erstellt, welche Regeln hier befolgt werden und so. (.) Gleichzeitig ist das schon sehr  
429 deutlich, was anderes, was jetzt passiert. Gerade. Das merk ich im Haus, wenn ich mit  
430 Leuten drüber sprech oder so, ah. (2) es gibt (.) nur ein sehr kleines Bewusstsein dafür. Es  
431 heißt immer, oder das Beispiel in der Digitalisierung ist, ah. wenn man dann sagt ja, es gibt  
432 Algorithmen, die bei Röntgenbildern oder bei MRT-Bildern sehr viel besser erkennen, wo  
433 jetzt Tumore sind und wo nicht als Mensch. (I:hm). Und da heißt es immer, ja, aber es muss  
434 ja auch Ärzte geben, die diesen Algorithmus, die diese Software programmieren. Dann ist  
435 die Antwort, ja, natürlich, aber halt nicht so viel wie jetzt. (I:hm) Und so ist es, so ähnlich ist  
436 es da auch. Glaub ich, es wird sehr wenige, ich glaub nur einen kleinen Teil der  
437 Journalisten, die jetzt Journalisten sind, werden in diesem Bereich tätig sein. Ich glaub nicht,  
438 dass ah. dass das den Journalismus ersetzen wird, auf gar keinen Fall. Ich glaub das  
439 einfach, dass das ein sehr kleiner, ein sehr neuer Teilbereich sein wird. (I:L Hm, was in  
440 Zukunft eigentlich?) Genau, genau, also es ist eher was, was oben draufkommt, und nicht  
441 wo man Dinge weg nimmt (I:hm). ich glaub dass Digitalisierung und Automatisierung wie in  
442 jeder Branche auch die Verlage treffen werden und zum Teil schon sehr deutlich getroffen

443 haben, ah. in allen Ausprägungen vom Ökonomischen bis zum ah.ah. eben bis zum Inhalte-  
444 Erstellen. Und das ist da einfach ah. auch halt genauso. Man wird sehr viel, der Mensch wird  
445 in Zukunft sehr viel mehr können müssen um bessere Arbeit zu leisten als ein Algorithmus.  
446 (I:hm) Das kann ich jetzt gut oder schlecht finden, ich weiß nicht genau, was ich darüber  
447 denke. Es ist halt so, dass es passieren wird und es passiert. Dh. man kann sich jetzt  
448 überlegen, wie man damit umgeht. Oder man kann eben wie die, ah.ah. ah. wie die 3 Affen  
449 sich hinsetzen und irgendwie nix sehen, nix hören wollen und nicht drüber reden wollen.  
450 (I:hm) Ah. das glaub ich ist, was sehr häufig passiert bei diesen ganzen Sachen. Ist halt eine  
451 Bedrohung oder es wird als Bedrohung wahrgenommen. Und ah. ich weiß nicht, wo in  
452 dieser Diskussion welche Seite auf wen zugehen muss. So. Und jetzt nicht passiert, ist auch  
453 egal, weil es ohnehin passiert. #00:44:40-0#

454  
455 I: Du hast vorher das Thema des fehlenden Bewusstseins angesprochen (C1: Ja) Also dass  
456 das aktuell eben auch so noch ist, ah. was könnten, wo findest du, wär dieses Problem  
457 dieses fehlenden Bewusstseins? Was könnte sich daraus als Problemstellung ergeben? (3)  
458 #00:45:02-6#

459  
460 C1: Also worauf ich vorher angesprochen hab, war ja so in der Redaktion im Newsroom  
461 (I:hm) wie da die Stimmungslage gegenüber automatisierter Texterstellung ist. Ich glaub,  
462 dass es einerseits um Angst geht, (I:hm) ah. da kommt jetzt der Computer, der mir den Job  
463 wegnimmt ah. und dass es ah (2) gleichzeitig sowas von verletztem Stolz hat, (I:hm) weil  
464 wenn jetzt der Computer kommt, der dann den Job macht, eigentlich bin ich ja besser (I:hm)  
465 ah. als ein Computer. So. ah. Und dass gleichzeitig dann irgendwie schon durchsickert, ja  
466 eigentlich bin ich nicht besser, oder das, was ich mache, kann auch ein Computer machen,  
467 das ist dann immer etwas, hey, ich bin nicht gut genug. (I:hm) Wenn man das jetzt eine  
468 gewisse Zeit lang gemacht hat, dann ist das schon glaub ich sehr heftig, ah. ah. einen  
469 treffen kann. Aber da sind wir jetzt schon im ah. Im gefühligen Bereich. (I: Im Emotionalen)  
470 Ja, genau, also das dass auf, auf, das sind redaktionsinterne, aus Lesersicht, glaub ich  
471 eigentlich nicht, dass es ein großes Problem sein wird. Wird halt immer darum gehen, ob  
472 man deutlich und klar sichtbar macht, wo der Text herkommt, was die Quellen sind, (I:  
473 Transparent Hm.) Genau. und da kann ich mir ehrlicherweise vorstellen, dass das sogar  
474 besser angenommen wird (I:hm) als gewisse Artikel jetzt, wo man dann irgendwelche Kreise  
475 zitiert oder wo man oft gar nicht zitiert, wo aus der Information herkommt. (I:hm) Oder wie  
476 man irgendwie versucht, das im Text zu verschleiern, oder so, ich glaub dass (.) dieser,  
477 dadurch dass das (.) sehr, sehr transparent ist, dass ah. diese Dinge, die dem Journalismus,  
478 vor allem, ah. die dem Qualitätsjournalismus vorgeworfen werden, ah. ah. dass man da  
479 dagegen arbeiten kann. Dh. das heißt wieder nicht, dass den Journalismus ersetzen wird,

480 oder dass das das Vertrauen in die Medien generell stärkt, nur in diesem kleinen Bereich,  
481 Teilbereich, glaub ich, dass das nicht so sein wird. #00:47:30-2#

482

483 I:Hm. (.) Beim, weil wir grad bei dem Thema waren,(.) der Journalist wird nicht ersetzt  
484 werden, der Beruf wird auch nicht verschwinden, ahm. wo siehst du jetzt in der  
485 automatisierten Textgenerierung auch wenn man die Quellen betrachtet, die Transparenz  
486 betrachtet, die Daten, die Aufbereitung, wo siehst du den Faktor Mensch noch als wichtige  
487 Instanz? Also wo sagst du, das muss, oder das sollte in menschlicher Hand bleiben? Oder  
488 in journalistischer Hand? Und das ist etwas, was man dem Algorithmus überlassen darf?(4)

489 #00:48:07-6#

490

491 C1: Das ist schwierig, so generell zu beantworten. Ich denk, dass überall dort, wo man  
492 Algorithmen schreibt, (I:hm) die, wo es um Menschen geht, dass es da sehr, sehr, dass man  
493 da aufpassen muss, was man da wie macht. Und dass man auch schauen muss, irgendwie,  
494 welche Dinge sind da möglich? (I:hm) So, also im, wieder im Extremfall, das Problem sind  
495 nie die 80% in der Mitte, sondern nur die, wo dann ein Mensch irgendwie, weil es  
496 besonderes positiv wahrgenommen, oder als besonders negativ und das sind eben immer  
497 die Sachen. Weil personenbezogene Daten, wo man dann verschiedene Datenbanken  
498 zusammen bringt. Also Data Mining oder so, (I:hm) wenn man und da kann ich mir  
499 vorstellen, wenn man eine sehr hohe Menge an Texten erstellt mit einer sehr hohen Menge  
500 an Beteiligten und sehr persönliche Sachen draus macht, dass da dann, dass es dann  
501 Möglichkeiten gibt, Texte zu schreiben mit Wissen über Leute, wovon die selbst nicht genau  
502 wissen, dass es das gibt (I: L Dass man das weiß von ihnen). #00:49:25-5#

503

504 C1: Weil, keine Ahnung, ah. ich hab hier eine Liste ah. mit 150 Kabinettsmitarbeitern (I:hm)  
505 in Österreich oder so alle Kabinettsmitarbeiter seit 1990. Dann haben wir wahrscheinlich  
506 zweieinhalbtausend Leute und daraus ah. ah. und wir meinen, Daten aus ah. Grundbuch,  
507 Firmenbuch, Meldeamt, (I:hm) ah. [ \_\_\_\_\_ ] (Social Media Plattform), Twitter und ah. wir  
508 schauen mal, was da rauskommt. Da muss man glaub ich sehr, sehr stark aufpassen. Vor  
509 allem weil es dann halt einerseits (.) weil man Gefahr läuft medienrechtliche Sachen  
510 irgendwie zu verletzen, also über wen kann man berichten, wann muss (I:hm) man ah. ah.  
511 die Personen anonymisieren. Gibt es überhaupt die Möglichkeit, das zu anonymisieren?  
512 Wenn es ja öffentliche Daten gibt, (I:hm) die dort, also warum soll jetzt eine Person  
513 anonymisieren die 6 Jahre lang Geschäftsführer von einer Firma war, das steht im  
514 Firmenbuch, das kann ein jeder nachschauen, der irgendwie zahlen möchte. Und die Firma  
515 muss man nicht anonymisieren? (I:hm) Warum ah, das wird dann auch rechtlich irgendwie  
516 ah. also das Gesetz, die Gesetze sind dazu nicht in der Lage abzuschätzen, (I:hm) weil man

517 ja gar nicht genau weiß, was passiert, aber es wird sehr schnell gehen. Also da werden wir  
518 irgendwie, sicher irgendwie verschiedenste Sachen halt irgendwie, ah. werden da Probleme  
519 machen. Ich kann mir auch vorstellen, dass immer dort, wo wir Inhalte ausspielen und  
520 gestalten, wo wir User und Inputs bitten, bitten (I:ja) , ah. das heißt dort kritisch wirken. ich  
521 kann mir Apps vorstellen, die mir Geschichten anzeigen die neben wir, also aufs Handy  
522 Geo-Location ah. die hierauf Einfluss haben. Oder die sagen, ah. mein Handy weiß, wo ich  
523 mich bewege den ganzen Tag. Bring mir Staunachrichten dorthin. Das gibt ´s schon. (I:hm)  
524 Und ah. wenn man diese Dinge so zusammen bringt. Die Daten gibt es schon, man weiß  
525 welches Gerät diesen Weg hat, wenn das dann uns freigegeben wird. Als Medienhaus ist  
526 das eine ungeheure Verantwortung. Und wir müssen dann halt mit sehr, sehr viel, ah. ah.  
527 Bewusstsein und Empathie versuchen, nützliche Wege zu,(I:hm) also nützliche Services und  
528 Medien zu schaffen, und ah. die halt aber gleichzeitig auch safe in der Benützung sind. Das  
529 Problem ist nur, je besser die Daten sind, desto besser ist auch das Ergebnis. (I:hm) Und  
530 das ist was, wo [\_\_\_\_\_] (Internet-Unternehmen) alle 2 Monat ah. ah eine Watschen  
531 kassiert, weil natürlich kann es sein, dass irgendwie, in dieser einen Nacht gibt es, 25 Leute,  
532 die von einem gewissen Punkt weg wollen irgendwo hin und es gibt nur 1  
533 [\_\_\_\_\_] (Internet-Unternehmen) ist der Preis dann natürlich sehr viel höher. (IHm) Ist  
534 dann [\_\_\_\_\_] (Internet-Unternehmen) Schuld dafür? Ist der Algorithmus dann Schuld?  
535 (lacht) Wenn dann die Fahrt 20.000 Euro kostet? (.) Ja, natürlich soll es irgendeine  
536 sinnvolle Obergrenze und irgendeine sinnvolle (I:hm) Regulierung geben. Aber, wo liegt  
537 dann da die Schuld (I:ja?), das ist immer eine sehr schwierige Sache. #00:53:28-8#  
538

539 I: Wie ist das eigentlich zB beim Algorithmus, weil du vorher das Thema angesprochen hast,  
540 ja, was ist wenn jetzt zB sensible Daten der Algorithmus jetzt verwendet, weil er nicht weiß,  
541 er kann jetzt nicht den Namen nennen einer Person, und verletzt da Persönlichkeitsrechte  
542 usw. Wer hat die Verantwortung? Also wer würde (.) wird zur Verantwortung gezogen? Also  
543 wer ist Schuld? #00:53:52-0#

544  
545 C1: Hm. Also in dem Fall wär das ah. also in dem Fall ist klar, dass beim Medium die  
546 Verantwortung (I:hm) liegt. Und die auch irgendwie voll haftbar sind dann dafür. Das ist dann  
547 das medienrechtliche die Frage, (I:hm) also was für verschiedene, also Tatbestände gibt ´s  
548 dann noch und welche werden dann erfunden, weil sie erfunden werden müssen, weil es sie  
549 jetzt noch nicht gibt und ah. das ist natürlich ah. sehr schwierig, sehr schwierige Sache. Wir  
550 sind da Gott sei Dank noch sehr weit weg davon, (I:hm) dass wir diese Probleme haben  
551 werden und dass wir uns mit Sachen beschäftigen, die solche Auswirkungen dann haben  
552 können. #00:54:41-1#  
553

554 I: Dh. man müsste sich eigentlich als Redaktion im Vorfeld, wenn man diesen AI-, wenn man  
555 so einen Algorithmus in Betrieb nimmt im Vorfeld genau gemeinschaftlich überlegen, welche  
556 Einsatzgebiete ok sind und wo die Grenze ist. #00:54:56-0#

557

558 C1: Genau. Genau, wenn wir um nochmal dieses Schweden-Beispiel zu bemühen. Wenn  
559 wir sowas machen würden und wir würden in dem Fall Namen von den Leuten nennen und  
560 da würd drinnen stehen, ah. die haben das Haus gekauft in der [\_\_\_\_\_] (Adressname) und  
561 Wohnung Nummer 17, um 425.000 Euro und die Wohnung hat 87,2 Quadratmeter und das  
562 ist der Huber Franz und die Mayer Sisi. Dann würd das in Österreich einen Aufschrei geben,  
563 der enorm wär. (I:hm) Obwohl das woanders geht und da ganz normal ist. Dh. das wird  
564 auch immer schwierig. Weil bei Algorithmen geht's auch immer darum, um Skalierbarkeit.  
565 Ah. Dh. nicht nur müssen die Algorithmen dann halt, und das ist dann auch eins dieser  
566 Probleme, die diese ganzen Tech-Unternehmen haben, die müssen die Algorithmen halt  
567 auch an die Länder anpassen. (I: L die nationalen Rahmenbedingungen.) Und tun sie jetzt  
568 nicht oder manchmal oder so und ah. das das wird auch noch sehr, sehr schwierig werden.  
569 (I:hm) #00:56:09-3#

570

571 I: Gibt es von deiner Seite noch etwas, ah. wo du sagst, (.) das würdest du noch gern zum  
572 Abschluss sagen, was jetzt in diesem Gespräch noch nicht vorkam, oder was du noch gern  
573 betonen möchtest am Ende? #00:56:38-5#

574

575 C1: (17) Ich glaub, dass generell in den österreichischen Medien und auch in den Verlagen  
576 das Thema Daten, Datensicherheit, Privacy ah. sehr gering (2) hm. also, dass man sich  
577 damit nur sehr sehr wenig beschäftigt. Jetzt durch die neue Datenschutzgrundverordnung  
578 (I:hm) werden die Firmen gezwungen, da Dinge zu machen. Ich hab heute eine Studie  
579 gelesen, dass nur 1/3 der Unternehmen darauf vorbereitet ist. Bei den Medienhäusern ist es  
580 glaub ich noch ein bisschen, noch schlechter. (I:hm) Und ah. das ist ein Thema. Ein Thema  
581 ist auch diese Querschnittsdaten, das ist eine Querschnittsmaterie. In vielen Verlagen sind  
582 Redaktion und Verlag strikt getrennt. Ah. das ist gut und schlecht. (.) Und je nachdem dort,  
583 wo es jetzt schon anders ist, ist es meistens noch schlechter (lacht) Ah. Das ist ein Thema.  
584 (I:hm) Weil im Newsroom nur selten die Datenexperten sitzen, oder die, die wissen, wie,  
585 welche Rechte gibt's da, die man abklären muss. Das sind immer sehr große Wege, also im  
586 Newsroom ist weder das Daten-Know-How noch die Entwicklungskapazität vorhanden, das  
587 ist auch sehr oft eine Ressourcenfrage. Weil halt die Newsrooms in Österreich ah. aus den  
588 Mensch, aus der Zahl der Menschen besteht, die sie, die eben da sind. Und ah. das ist  
589 sicher in den großen amerikanischen, englischen deutschen Verlagen anders. (I:hm) Und  
590 ah. dadurch, dass das eine Querschnittsmaterie ist, gibt es sehr viele Reibungsverluste.

591 Wissen dass es im Haus vorhanden ist, davon weiß aber das Haus, aber nicht jeder im  
592 Haus weiß das, dass es das gibt.(I:hm) Und das kann ich mir vorstellen, dass das sehr  
593 schwierig ist und hinderlich ist. Und ah. kann mir vorstellen, dass vielen von diesen, das  
594 Umwelt-Sensor-Beispiel, das ich gebracht habe, ah. vielleicht gibt es Leute im Haus, die  
595 sowas gern machen würden. Aber solche Sachen macht die Redaktion, normalerweise.  
596 (I:hm) Ah. die Redaktion weiß nicht, dass es jemanden gibt, der sich damit auskennt. Ah.  
597 Wenn der Verlag mit einer Idee kommt, hey, machen wir sowas, wird die Redaktion sagen,  
598 wir sind die Redaktion wir bestimmen,was für Inhalte (I:hm) wir hier haben. Dh. es wird  
599 jedenfalls ah. Führungspersonen in der Redaktion geben müssen, die wissen, wie man mit  
600 solchen Sachen umgeht. Und diese Leute gibt es jetzt noch nicht. Und da gibt's jedenfalls  
601 ah. wird es Wege geben für Leute, die gut darin sind, hier aufzusteigen. #00:59:40-8#

602

603 I: Also sind das auch Personen,die sich auch softwaretechnologisch gut auskennen oder  
604 rechtlich gut auskennen? #00:59:48-6#

605

606 C1: Ja, ich glaub, dass es, was wir jetzt da sehen und auch wenn ich's mir in meinem  
607 Werdegang anschau, dass die Leute, die, also dass das Software (I:hm) immer wichtiger  
608 wird, auch im Newsroom, das war es bisher nicht. Und das verändert sich jetzt schön  
609 langsam. Und ah. das wird auch noch einige Jahre so weitergehen, bis diese digitale  
610 Transformation halt irgendwann abgeschlossen ist. (I:Hm) Und da gibt es neue Wege und  
611 Berufsbilder, und das was ich mache, ist eigentlich auch so ein Zwitter. #01:00:28-2#

612

613 I: Ist ja auch schon so ein, ein, sagen wir mal die Vorhut für eine Berufsgruppe eigentlich  
614 eine ganze Sparte die da eigentlich entsteht, oder? #01:00:40-1#

615

616 C1: Also, in der, in der englischsprachigen Fachliteratur nennt man das immer Bridge Roles  
617 (I:hm) zwischen Verlag und Newsroom, zwischen Entwicklung, also Programmierabteilung  
618 und Newsroom. Ah auch zwischen Anzeigen und Geschäftsfeldentwicklungen und dem  
619 Newsroom. Ah. Früher war es so, dass es sehr einfach war, man hat ein sehr festes Produkt  
620 gehabt, das war die Zeitung und da hat es dann gewisse Platzhalter gegeben, wo man dann  
621 die Anzeigen (unverständlich) verkauft hat. Jetzt ist es so, dass man sich diese ganzen  
622 Fragen stellen muss. Welches Produkt können wir (.) automatisiert anbieten, aus  
623 Newsroom-Sicht. (I:hm) Was entspricht unserem journalistischen Ethos. Was entspricht  
624 unserem journalistischen Wertekompass. Weil es wär (2) keine Ahnung, man könnte auch  
625 machen, was wir nie machen werden, man könnte auch alle, ah. Promifotos, Paparazzifotos,  
626 die es gibt könnten wir irgendwie in einem Feed laufen lassen. Wir lassen eine automatische  
627 Erkennung, alle Kleidungsstücke identifizieren, suchen die raus in Versandhäusern und

628 sagen dann ok, automatisiert, ok, das ist der Look von (2) [\_\_\_\_](Promi-Dame) am 17.  
629 Oktober oder am 13. Oktober und so, und dann sagt man, ok, diese blaue Jacke kostet bei  
630 [\_\_\_\_](Modegeschäft) 35 oder bei [\_\_\_\_] (Modegeschäft) ich erfind jetzt was (.) 500  
631 Euro (I: (lacht) keine Ahnung. Und wir zeigen deswegen [\_\_\_\_](Modegeschäft) weil wir  
632 dort den besten Deal haben. Wenn der User da draufklickt, kriegen wir da 25 Prozent und  
633 da nur 15. Oder so. (I:hm) Wär auch denkbar, dass man sowas macht. Aber das werden wir  
634 aber nicht machen, wir sind eher da irgendwie, wie können wir Sensoren für Umwelt (.)  
635 schaffen? Und da gibt es irgendwie total viele Überschneidungen zwischen Newsroom und  
636 ah. Produktmanagement. Newsroom und Geschäftsfelderentwicklung, also Business  
637 Development. Wo können wir. Wo gibt es Nischen, wo wir als Verlag noch nichts anzubieten  
638 haben, (I:hm) wie können wir die ah.Bänker ah. wie können wir da ein besseres Produkt  
639 schaffen? (I:hm) Und wenn es nur soweit ist, dass wir ein, eine App bauen, die als  
640 Aggregator fungiert und auf andere Medien verlinkt. Aber bei uns, weil wir den besten  
641 Algorithmus haben, der das alles scannt könnten wir dir das beste, wichtigste Produkt  
642 geben, das du in der Früh lesen musst. #01:03:30-3#  
643  
644 I: Das wär zB so eine Nische? (C1: Genau, Genau). Ok. (3) Danke!  
645  
646 C1: Gerne!

### **A13.8. C1 Reaktion (F)**

2

3 eine spannende Zusammenstellung der aktuellen Positionen zu dem Thema. Sie haben, so  
4 weit ich das überblicken kann, jeden wesentlichen Aspekt abgedeckt.

5 Mit einer Stellungnahme tue ich mir jetzt ein wenig schwer, fürchte ich. Vielleicht hilft Ihnen  
6 noch, dass ich aus jüngsten Konferenzbesuchen und Literaturstudien den Eindruck  
7 gewinne, dass es in der internationalen Praxis derzeit so etwas wie einen Diskurs-Shift gibt.

8 Medienhäuser fokussieren nicht mehr so stark auf die automatisierte Contenterstellung,  
9 sondern sehen in einer integrierten Automatisierungsstrategie Chancen für interne  
10 Workflows und Contentdistribution. Mir scheint, dass der Blick auf Algorithmen diese derzeit  
11 eher als „Dienstleister“ betrachtet. Ich persönlich halte das auch für eine sehr realistische  
12 und vernünftige Sichtweise.



## A13.9. C2

2 I: Ja es geht schon los. #00:00:02-7#

3

4 C2: Gut. #00:00:04-3#

5

6 I: Ahm. Wie bereits schon erwähnt, es geht bei mir um automatisierte Textgenerierung (C2:

7 Hm); ahm. (.) bzw. algorithmischer Journalismus, Roboterjournalismus (C2: Hm), gibt ganz

8 viele Begrifflichkeiten. Ahm. Inwieweit haben Sie sich jetzt schon mit dieser (.)

9 automatisierten Textgenerierung, in Rahmen Ihrer (.) Arbeitsumfeldes beschäftigt.

10 #00:00:25-0#

11

12 C2: Hm. Also wir haben (.) ahm. in unseren Innovationsbteilung, haben wir uns Ende letzten

13 Jahres mit diesem Thema grundsätzlich auseinandergesetzt; (I: Hm) Die zentrale Frage war,

14 (.) was können solche Technologien? (.) Und simpel formuliert, für eine [ \_\_\_\_\_ ]

15 (Medienunternehmen) bedeuten? (I: Hm) Also sprich, (.) ahm. für (.) eigentlich die

16 Produktion und das Produkt, die Produkte der Nachrichtenagentur und die Kunden der [

17 \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) . (I: Hm) Da muss ich kurz ausholen, als [ \_\_\_\_\_ ]

18 (Medienunternehmen) hat man ja einen=einen gewissen, ist man in einer anderen Rolle als

19 ein Publikumsmedium; oder auch ein Branchenmedium. Also wir haben ja, wir sind quasi ein

20 B2B Unternehmen (I: Hm). Das heißt unserer Zielgruppe sind die primär immer andere

21 Medien. (.) Das heißt alle unsere Produkte, denken wir zuerst einmal für diese Kunden. (I:

22 Hm) Und das war eben auch die, ahm. (.) zentrale Fragestellung, (.) nicht unbedingt, wie

23 können wir unsere Produktion automatisieren; sondern was sind Automatisierungs- also was

24 können Automatisierungslösungen für unsere Kunden bedeuten, an Produkten. (I: Hm) Und

25 Resultat war ein Prototyp; ahm. der ahm. jetzt in der Lage ist, Content automatisiert

26 zusammen zustellen oder zu erstellen; mit einem sehr begrenzten Use-Case; also es geht

27 um regionale Fußball (.) Spiele? (I: Hm). Nicht nur Text sondern auch Visualisierungen

28 kann. #00:01:46-3#

29

30 I: Ah! Also (C2: Hm) er fügt auch ein Foto eigenständig hinzu? Oder #00:01:49-9#

31

L

32

C2: Ja er kann eine Tabelle

33 zeichnen zb. (I: Hm) einen Routenverlauf, einen Graphen, in dem Fall kann er Daten

34 visualisieren. (I: Hm) Und das zentrale an dieser Lösung, sowie wir sie als [ \_\_\_\_\_ ]

35 (Medienunternehmen) gefunden haben, war aber nicht, dass er Output der [ \_\_\_\_\_ ]

36 (Medienunternehmen) durch automatisiert erstellte Meldungen, ergänzt wird, und das an

37 die Kunden ausgeliefert wird? Also sprich nicht so und soviel mehr Meldungen pro Tag die  
38 halt der Roboter geschrieben hat, sondern, dass das ein Tool ist, das mit der- mit der  
39 intellektuellen Leistung, der Redaktion und der technologischen Leistung der IT der [ \_\_\_\_\_ ]  
40 (Medienunternehmen) ahm. den Kunden ermöglichen, den Content zu generieren, den sie  
41 auch wirklich brauchen. (5) Ich hole vielleicht kurz aus, es gibt ja auch schon andere [ \_\_\_\_\_  
42 ] (Medienunternehmen) (I: Hm) die automatisierte Texterstellung, in diesem Fall im Einsatz  
43 haben; also wir haben uns das auch angeschaut in unserer Arbeit. Ahm. Beispiel ist der (.)  
44 sehr bekannt glaube ich die [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) (I: Hm) die das vor allem für  
45 Geschäftsberichte verwendet. Nicht so gut bekannt vielleicht die norwegische [ \_\_\_\_\_ ]  
46 (Medienunternehmen) (I: Hm). Die hat angefangen mit einem Fußballroboter und hat das  
47 auch bei den, Parlamentswahlen in Norwegen 2017 im Einsatz gehabt. (.) Was die machen;  
48 ist die sagen: „Wir verwenden das ausschließlich im Haus und (.) wir stoppen quasi unsere  
49 Textproduktion; (.) wir ergänzen die, das was die Journalisten machen, durch von der  
50 Maschine erstellte Texte. (I: Hm) Und das ist ein Unterschied. Das ist ein Ansatz den wir für  
51 unseren Prototypen nicht gewählt haben. #00:03:11-0#

52

53 I: Okay. Das heißt, also gäbe den Ansatz, dass man ahm. quasi den Algorithmus als Tool  
54 verwendet? #00:03:17-0#

55

56 C2: Hm (bejahend). Genau. #00:03:17-8#

57

58 I: Oder es gibt den Ansatz, den eigenständig arbeiten zu lassen, habe ich das richtig  
59 verstanden? #00:03:21-3#

60

61 C2: Nein es gibt den Ansatz, dass wir den Algorithmus erstellen (I: Ja?)? Ein Algorithmus  
62 heißt in dem Fall ja einer Maschinen beibringen= beizubringen wie sie schreibt. (I: Hm).  
63 Oder zeichnet. (I:Ja). Unserer kann beides, ja ahm. und, dass ist eigentlich, die Leistung an  
64 dem ganzen Ding. Dass was die Maschine dann macht, ist das eigentlich nicht mehr die  
65 journalistische Leistung, wenn ich jetzt als=als Redakteurin denke. (I:Hm) Das war auch das  
66 Spannende bei diesem ahm. Workshop für diesen Prototypen, (.) dass wir gemerkt haben,  
67 diese Maschine kann werde ein Journalist allein machen, noch ein Techniker alleine  
68 machen. Das ist ein kollaboratives Projekt, (I:Hm) wofür es beide Know-hows braucht. Ja.  
69 #00:03:59-2#

70

71 I: Genau, also es, ist #00:03:58-9#

72 L

73 C2: Also ich sage jetzt immer so schön, ohne (.) Journalist ist die Maschine

74 dumm und bleibt es auch. #00:04:02-8#

75

76 I: Das ist heißt die Verknüpfung dieser Kenntnisse (C2: Genau.) sind wahnsinnig wichtig.

77 #00:04:04-2#

78

79 C2: Und das ist eigentlich die Leistung. Der Text der dann rauskommt, (.) der ist eigentlich

80 nicht mehr das Produkt, das Produkt ist der Algorithmus an sich. So haben wir das

81 aufgefasst. #00:04:14-5#

82

83 I: Ahm. (.) Der= der Algorithmus muss ja auch ahm. (.) wie soll ich sagen gepflegt (C2: Hm

84 (bejahend)), trainiert, ahm. (.) Inwieweit wird wird entschieden, ahm. (.) wie= was mit dem

85 Algorithmus, also wie der trainiert wird. Was= auf was ist da zu achten, was ist das wichtig?

86 #00:04:34-8#

87

88 C2: Als das. (seufzt) Jetzt amal. Ich rede ja derzeit nur von einem Prototypen (I: Ja)? Wir

89 haben dieses=dieses Ding sage ich jetzt mal, diesen Prototypen derzeit nicht im Einsatz; (I:

90 Hm) er wird noch auch nicht weiterentwickelt, die Entscheidung steht noch aus, ob wir das

91 tun; das hängt natürlich davon ab, ob unsere Kunden das wollen? Ja? (I: Hm) Ahm. Ich

92 denke aber, ahm. was sich schon gezeigt hat, bei der Arbeit an den Prototypen, die

93 Entscheidung (.) wie und was schreibt er? Auch die ist eigentlich eine journalistische. (I: Hm)

94 Ahm. Es war eigentlich ganz gut zu sehen, wie der, wir hatten da eben einen Kollegen aus

95 unserer Sportredaktion dabei, der sozusagen Federführend was dabei, (.) der Maschine das

96 beizubringen? (I: Hm) Der selbst diesen Schritt wieder zurückgegangen ist, (.) und einfach

97 mal analysieren musste, wie schreibe ich eigentlich, was ist die Geschichte, wann ist eine

98 Geschichte= wann ist der Aufhänger, also was ist wichtig, wie erkläre ich der Maschine,

99 wenn es ein 1 zu 1 gibt? (I: Hm) Was ist jetzt wichtig dran. Obwohl Unentschieden, kann

100 unser Prototyp nicht, schlechtes Beispiel. (.) Also wenn es z.B. ein 7 zu 0 ahm. Ergebnis

101 gibt, und es hat aber alle 7 Tore hat der selbe Spieler gespielt, (.) wo ist die Geschichte, wie

102 bringen ich der Maschine bei (I: Hm) wie sie das zu gewichten hat. Das sind aber

103 ausschließlich journalistische Kriterien. Das ist ja auch das Schwierige o dran. Viele

104 glauben, „ah einfach ein Lückentext, und das Ding kann schon schreiben“. Das ist es ja

105 genau nicht. Wir sind sehr stolz darauf, dass zb. unser Prototyp ahm. (.) Siegesserien oder,

106 ahm. Niederlagenserien erkennt. (.) (I:Okay) Wenn (.) Das haben wir ihm beigebracht. Das

107 ist eindeutig, dass der journalistische Blickwinkel auf=auf die Geschichte. (I: Hm) #00:06:04-

108 7#

109

110 I: Ist diese Algorithmus ahm. eben selbstlernend. ( ) #00:06:07-4#

111  
112 C2: Nein? Ist er nicht; es ist auch, also wir haben uns sogar damit gespielt, (.) das war nicht  
113 im Rahmen des Workshops, ahm. aber unser Kollege der Chef vom Medialab der ist, ganz  
114 interessiert an diesen (.) und kenn sich, also kann das auch. Der hat ahm. versucht; eine  
115 Maschine mal ganz rudimentär (.) dazu zu bringen, sich selbst beizubringen, anhand von  
116 Spielberichten; (I: Ja). Ahm. Unser bisheriges Ergebnis war, (.) dass es derzeit,  
117 wahrscheinlich fast noch unmöglich ist, (.) anhand ohne jegliches ahm. ohne jeglichem  
118 grundsätzlichen Instruktionen die Maschine, einer Maschinen beizubringen von  
119 journalistischen Texten zu lernen, journalistische Texte zu schreiben. (I: Hm) (.)  
120 Warum? Weil die Datengrundlage für die Maschine sehr=sehr gering ist, weil der Mensch  
121 eben so vielfältig schreibt, dass es nicht immer, das selbe Datum ist, dass einen Sachverhalt  
122 beschreibt. (I: Hm). Man muss ja der Maschine einfach sozusagen, man muss das alles  
123 runterköcheln, den ganzen Content; wir haben ihm damit mit 1000 enden Spielberichten  
124 gefüttert, musste Content runterköcheln auf unzweifelhafte Daten. (I: Hm) Und meistens  
125 bleibt eigentlich nur mehr Wochentag über. #00:07:17-1#  
126  
127 I: Das heißt, ahm. dieser Algorithmus ist abhängig von extrem gut strukturieren Daten?  
128 #00:07:22-5#  
129  
130 C2: Das auf jeden Fall, hm (bejahend) #00:07:22-5#  
131  
132 I: Ja? Ahm. Wie funktioniert. Ahm. Woher kriegt er die =die Daten dann? Also werden die  
133 ebenfalls wieder aufbereitet, beispielsweise durch eine Software, die mit einem Algorithmus  
134 läuft? #00:07:34-6#  
135  
136 C2: Hm. Das ist ganz unterschiedlich, im Sportbereich gibt es natürlich sehr viele  
137 Datenanbieter, (I: Hm) die das strukturiert machen; ahm. der Punkt ist, das ist etwas, dass  
138 sich Redaktionen auch glaube ich sehr bald überlegen müssen, Medienhäuser, (.) Daten  
139 sind nicht gratis. (I: Hm) (.) Genau, also z.B. im Sportbereich, der ganze vielen immer  
140 einfällt, als klassisches Beispiel für den ahm. ahm. Roboterjournalismus, für automatisierte  
141 Cotten-Erstellung; (.) weil es das so viele strukturiert erfasst Daten gibt? Ja die gibt es und  
142 die kosten auch oft auch etwas. #00:08:02-0#  
143  
144 I: Hm? Das heißt, ahm. dass ist auch eine finanzielle Frage ob man sich einen Algorithmus  
145 leistet oder nicht leistet, als= als ( ) Redaktion #00:08:09-4#  
146 L  
147 C2: Ja! Also Medienhäuser müssen sich

148 überlegen, ob sie sich die Daten dafür leisten (I: Ja?) können oder wollen (I: Hm). Oder ob  
149 sie vielleicht welche selber haben, oder sich selber erheben können? (.) Also wichtig ist,  
150 dass denke ich, ahm. nicht nur aber im Lichte dieser jetzt derzeit wirklich rapiden  
151 Entwicklung im Bereich von AI im Newsroom (I: Hm), wie man auch so schön sagt (I: Ja).  
152 Ahm. Dass sich Medienhäuser wahrscheinlich eine (.) tatsächlich eine Datenstrategie  
153 zurechtlegen müssen, das Daten als Grundlage für redaktionellen Content betrifft. Das  
154 haben noch sehr wenige, auch international. #00:08:39-7#

155

156 I: Das heißt es macht Sinn, ahm. sich eigenen Datensätze zu= anzulegen. Ich meine, gibt es  
157 auch in redaktionellen Rahmen schon (C2: hm (bejahend)) Ahm. (.) könnte es sein, dass es  
158 auch Personen in Zukunft gibt, die z.B. darauf spezialisiert sind, Daten für Redaktionen (.)  
159 zu Strukturen beispielsweise oder eben die Software zukommen #00:09:00-2#

160

L

161

C2: Zum Teil gibt es solche Anbieter ja

162 auch schon. (I: Hm) Also gerade wieder im Sportbereich. Wie gesagt, es gibt Anbieter

163 international auch die mit solchen Daten handeln, die eben diese Arbeit schon erledigen (I:

164 Hm) und sich dafür bezahlen lassen. Ja. #00:09:11-2#

165

L

166

I: Aber das man #00:09:11-5#

167

L

168

C2: Also ist so eine Art Wertschöpfungskette da.

169 #00:09:13-3#

170

171 I: Genau, dass man als Redaktion beispielsweise das aber selbst ahm. übernimmt, weil ja

172 Algorithmus, #00:09:20-4#

173

L

174

C2: Das ist wahrscheinlich immer eine Frage des Aufwandes und (I: Hm) das ahm.

175 das=das die Investition, die man bereits ist dafür zu tätigen. (I: Hm) #00:09:27-2#

176

177 I: Wie schätzen Sie aktuell jetzt die ahm. finanziellen Vor-oder Nachteile ein, wenn man jetzt

178 (C2:Hm?) beispielsweise, jetzt bei den Sport (C2: Ja!) diesen Algorithmus jetzt einmal

179 einsetzt, also der=der jetzt aktuell (C2: Hm=Hm) mal konstruiert ist. #00:09:40-6#

180

181 C2: Also wir sind, eigentlich bei unseren Prototyp von, aufgrund von= auch von vielen vielen,

182 in Gesprächen mit Kunden, wir =wir versuchen es ja user-zentriert zu arbeiten (I: Hm),

183 davon ausgegangen, dass es (.), dass der Einsatz einer solche Technologie, derzeit vor

184 allem sinnvoll ist vor allem für zusätzlich Content, den es bisher nicht gibt. (I: Hm) Es-

185 Warum? Ahm. (.) zum einen (.) Wie gesagt ein menschlich generierter, Text zum Beispiel zu  
186 einem Bundesligaspiel, ich sage jetzt auch gleich dazu, ich persönlich bin ein totaler  
187 Fußballdodel, aber ich weiß (I: (lacht)) ganz grundsätzlich, dass es Fußball gibt, ich weiß nur  
188 über was wir in der [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) berichten und worüber wir nicht. Wir  
189 berichten natürlich über ahm. Erstligaspiele und Zweitligaspiele; wir berichten nicht über  
190 jede (.) Schülerliga (I: Hm). Ja. Ahm. (.) In den Sportredaktionen, nicht nur bei uns sondern  
191 auch bei anderen Medien in Österreich, sitzen Profis, die können gut schreiben, die kennen  
192 sich aus, und die haben der Maschine gegenüber einen Vorteil, dass sie Daten intuitiv  
193 erfassen?(I: Hm) Ahm. (.) Und, dass sie Texte produzieren, die umso viel reicher,  
194 reichhaltiger sind, (.) sozusagen, als eine Maschine sie kann. Ich, ( ) ein gutes  
195 Beispiel: Da steht dann halt in einem Spielbericht, dass der (.) „XY“ mit frisch blondierten  
196 Haarschopf den Ball ins Tor köpfelte. (I: Hm) Also die Spielerdatenbank gibt es vielleicht  
197 auch irgendwo, wo die Spielerfrisuren ahm. vermerkt sind, ahm. das sind aber Daten die  
198 man wahrscheinlich in die Detailheit nie haben wird. (I: Ja). Und die Maschine wird das nie  
199 wissen. (I: Hm) Ein, und der Text lebt davon. (.) Das heißt ahm., ich kann mir wirklich schwer  
200 vorstellen, dass für diese sozusagen journalistische Pflicht und Kür zugleich (I: Hm)  
201 Premiumspiele, jetzt haben mich meine Freunde ausgelacht, dass ich die österreichische  
202 Bundesliga als Premium bezeichnet habe, ahm. nicht von einem Menschen schreiben zu  
203 lassen. (I: Hm) (.) Das ist das eine. Vor allem und die Leute sind auch so schnell, die  
204 Kollegen. Also wenn der Abpiff ist, 2 Minuten später ist die Geschichte draußen und zwar  
205 nicht ein Absatz sondern eine lange Geschichte (I: Hm) in der man auch erfährt, dass der  
206 Spiel zum ersten Mal, seit seinem Kreuzbandriss wieder im Einsatz war und so weiter. Ahm.  
207 Es gibt aber sehr viel Content? Den es (lacht) derzeit noch nicht gibt? Zb. Haben wir eben  
208 herausgefunden, dass es regional und Lokalmedien großes Interesse hätten, bis zu den  
209 kleinsten Spielen (I: Hm) auf Dorfebene zu berichten (I: Ja), denn auch dafür gibt es ein  
210 Publikum; (I: Hm) im Onlinebereich. Ahm. Und es gibt derzeit niemanden der das macht,  
211 weil die Ressourcen dafür nicht da sind, weil (.) kein Medienhaus bereit ist am Wochenden  
212 die Redaktion aufzustocken, (.) damit sie über Schülerspiele (.) schreiben und ahm. wir  
213 müssen auch bedenken, dass die ahm. die User-Bedürfnisse immer (.) fragmentierter  
214 werden. Ahm. Die Medienhäuser brauchen immer mehr und immer granulareren Content,  
215 für immer speziellere Bedürfnisse. Personalisierung kommt da ja hinein auch (I: Hm).

216 #00:12:24-6#

217

218 I: Das ist eben auch so ein Algorithmus. #00:12:25-4#

219

220 C2: Genau. Da greift wieder das eine ins andere. Ahm. #00:12:26-9#

221 L

222 I: Ist Spiel ist dieser, (.) (lacht) Genau. Gehört zur selben Familie quasi  
223 #00:12:26-9#  
224 C2: Und ein Ereignis zeitigt heutzutage vielleicht nicht mehr ein Stück Content sagen wir  
225 mal; also ein Fußballspiel, ein Spielbericht, (I: Hm) sondern ganz viel, da wird ein Tweet  
226 abgesetzt, da wird eine Lifeticker eine Linie abgesetzt, da bekommt der User einen Alarm  
227 zugeschickt vorn seiner Regional-Zeitung, dass das Team gewonnen hat. Das sind also so  
228 zu sagen unterschiedliche Varianten, des selben Contents. (I: Hm) Ahm. (.) Das muss am  
229 Besten alles gleichzeitig passieren; und ganz ehrlich, als Journalistin (z.B.) sage ich, dass ist  
230 alles nix was die journalistische Erfüllung darstellt. (I: Hm) Ahm. Also schnell mal, einen  
231 Ticker zu schreiben, schnell mal einen Alarm, schnell mal. Das heißt, das ist auch hier die  
232 Frage. Das ist zusätzlicher Content, der immer mehr gewünscht wird; warum dann nicht  
233 einen Teil an die Maschine auszulagern. Weil die kann das nämlich, während (I: Hm)  
234 der=der Journalist den schönen Bericht fertig schreibt, hat die Maschine halt schon einmal  
235 einen Tweet abgesetzt. (I: Hm) #00:13:17-1#  
236  
237 I: Das heißt, das wären so Bereiche, die man sagt, die kann ein Algorithmus- #00:13:20-1#  
238  
239 C2: Hm (bejahend) #00:13:20-1#  
240  
241 I: Überlassen? #00:13:22-6#  
242 L  
243 C2: Hm (bejahend) #00:13:22-6#  
244  
245 I: Das ist er auch schnell, das macht auch Sinn? Also es macht auch finanziell- #00:13:24-  
246 4#  
247 L  
248 C2: Ja. #00:13:25-4#  
249 I: Auch Sinn? (.) Ahm. Weil Sie eben vorher gesagt haben, auch die Pflicht und die Kür der  
250 journalistischen Tätigkeit, bzw. ahm. manche Dinge werden von Journalistinnen und  
251 Journalisten einfach nicht so gerne gemacht? #00:13:36-0#  
252  
253 C2: Hm (bejahend) #00:13:36-0#  
254  
255 I: Ahm. (.) Wie kann man sich das vorstellen (.) JournalistInnen arbeiten ja auch nicht  
256 getrennt; ah also, dass die den Algorithmus auch für sich verwenden z.B. im Vorfeld und  
257 dann schreiben oder umgekehrt oder? #00:13:52-0#  
258 L

259 C2: Ja! Das haben wir lustigerweise in  
260 unserem Prototypen auch schon eingebaut. Wir haben uns gedacht, wenn wir hier schon  
261 eine kleine Maschine ahm. zeichnen, die einen Überblick über (I: Hm) Daten hat, wie ihn der  
262 Mensch eben nicht haben kann; wenn während der Mensch Daten intuitiv erfassen kann;  
263 das ist sein Vorteil, ist ein Nachteil, er kann sie natürlich nie komplett erfassen. (I: Hm) Eine  
264 Maschine kann das. (.) Ahm. Das heißt dann wollen wir die doch vielleicht auch als  
265 Unterstützung für die Redaktion hernehmen. Haben wir in unserem Prototypen sogar auch  
266 eingebaut; (.) ahm. Wir haben einfach vorgesehen, dass er =er simuliert natürlich nur einen  
267 Prototypen, dass man statistische Ausreißer, oder so besonderen Ereignisse definiert, auf  
268 die dann der=der Algorithmus die Redaktion aufmerksam macht. Ah. z.B. (.) 24 rote Karten  
269 beim Spiel Altach gegen irgendwie etwas (I: Hm). Das heißt, da sagt die Maschine den  
270 Menschen: „Du Redakteur, da ist irgendwas besonderes passiert, das solltest du dir vielleicht  
271 persönlich anschauen.“ (I: Hm) Also das ist natürlich sehr wohl, ahm., und das zeigt auch  
272 gut wie dieses Thema in diese ganzen anderen Datenthemen auchgreift. Da sind wir dann  
273 sehr schnell beim, (lacht) sag ich mal klassischen Datenjournalismus (I: Hm)? Also  
274 bewältigen von großen Daten und wie mache ich eine Geschichte daraus? (.) Und  
275 umgekehrt auch wieder bei den ganzen Thema Personalisierung, Push wie auch immer. Ja.  
276 Notifizierung. (I: Hm). Alles datengetrieben. Ahm. Ich denke je, also wenn man sich  
277 Überlegungen dazu macht, in News-Rooms oder in Redaktionen solche Technologien zu  
278 implementieren, dann muss man einfach Gebrauch davon machen; was die können und  
279 wie sie damit den Menschen unterstützen können dabei. (I: Hm)

280 #00:15:14-9#

281  
282 I: Da heißt Sie sehen es auch mal in erster Linie, in diesem Kontext als Unterstützung für  
283 JournalistInnen? #00:15:20-2#

284  
285 C2: Hm (bejahend). #00:15:21-0#

286  
287 I: Also ahm. (.) #00:15:23-3#

288 L  
289 C2: Man müsste in erster Linie #00:15:28-6# #00:15:24-9#

290 I: Also nicht, jetzt aber auch, aber auch als Unterstützung #00:15:24-9#  
291 L

292 C2: Ja.  
293 I: Was wären so diese diese ahm. Parameter, wo man sagt, da können JournalistInnen  
294 profitieren, in ihrem Arbeitsalltag. #00:15:35-7#

295



296 C2: Hm. Zum eine eben ahm. einfach die Verarbeitung von großen Datenmengen, die der  
297 Mensch zumindest in einer kurzen Zeit, wie sie die Maschine kann, ahm. nicht  
298 bewerkstelligen kann; und deswegen auch (.) Schlüsse daraus nicht so schnell ziehen wie  
299 die Maschine? Die Erstschlüssel nämlich, (I: Hm) hier ist etwas passiert oder hier ist nichts  
300 passiert? Das ist sicher ein Vorteil. Ahm. Also sagen wir einfach, Monitoring. (I: Hm) Im  
301 Sinne von #00:16:00-2#

302 L

303 I: Datamining? #00:16:00-2#

304

305 C2: Ja. Ahm. und natürlich. Ja durchaus nicht die=die Erstellung von nicht ganz so  
306 journalistisch attraktiven Content (lacht) würde ich es mal nennen auch abzunehmen.  
307 #00:16:12-7#

308

309 I: Hm. Also diese Tagesberichte, Wetter #00:16:15-5#

310

L

311

C2: Und aus Medienhaussicht eben dieser Vorteil der

312 Möglichkeit zusätzlichen Content zu erstellen, der derzeit noch nicht da ist. (I: Hm) Vielleicht  
313 nochmal kurz zurück zur Grundfrage, Finanzielles Für und Wieder (I: Hm). Ahm. Es  
314 schwingt natürlich immer bei solchen Themen, nicht nur im Journalismus, die Angst wie vor  
315 Wegrationalisierung von menschlicher (I: Hm) ahm. Arbeitskraft. Ahm. (.) Ich bin aus  
316 mehreren Gründen sehr skeptisch, ob diese Szenario, eben ahm. auch nur in mittelbarer  
317 Zukunft (.) wirklich ein realistisches ist? (.) Denn, sie haben es selber auch schon gesagt, so  
318 ein Algorithmus muss gepflegt werden (I: Hm), und ich hab schon gesagt, (.) es geht nicht  
319 ohne Menschen. (I: Hm) Ja ich hab das auch schon öfters so formuliert, wer es jetzt glaubt,  
320 er kann ein paar Leute einsparen in dem man da einen Roboter ins Redaktionssystem  
321 implementiert, der wird sich täuschen. Also der=der (I: Hm) Initialaufwand ist enorm? Und  
322 der ist=ist und bleibt enorm, auch wenn man eine bestehende Lösung kauft. Es gibt ja  
323 Anbieter (.) ahm. die einfach automatische Texterstellung anbieten; aber auch da, man  
324 muss das Ding ja immer, man muss ihm trotzdem beibringen wie will ich als Medienhaus die  
325 Geschichte geschrieben haben. (I: Hm) Das sind im besten Fall Lückentexte. Aber =aber  
326 kombinieren muss man sie selber. (I: Hm) Es ist wirklich= wirklich viel Arbeit, das sagen  
327 auch alle die damit eben schon länger Erfahrungen haben; und es qualifizierte Arbeit; Also  
328 man kann (.) ahm. man braucht halt wirklich Journalistische Profis, und gute Entwickler dafür  
329 und das zu machen? (I: Hm) Und das ist teuer. Und das bleibt auch teuer. Das Ding ist ja  
330 nicht fertig. Muss man auch bedenken. (I: Hm) Muss. Und der Datenbestand, muss eben  
331 auch noch angeschafft werden, und gepflegt werden. Ahm. Deswegen bin ich mir nicht  
332 sicher, der es wird halt der Mensch halt immer so gerne als der Kostenfaktor schlechthin im

333 (I: Hm) Arbeitsprozess betrachtet? Ahm. Es gibt aber auch viele=viele andere  
334 Kostenfaktoren und in dem Fall (.) bin ich mir nicht sicher, ob das jemals möglich sein wird,  
335 sich da viel zu ersparen. (I: Hm) #00:18:06-6#  
336  
337 I: Ahm. (.) Könnte sich durch diese Algorithmischen Journalismus (C2: Hm) jetzt in=in,  
338 sagen wir so, in der Gesamt, in der großen Ausprägung, von Datenjournalismus (C2: Hm)  
339 bin= bis hin zu Contenterstellung, automatisierter, sich ahm. das Berufsbild des  
340 Journalistinnen verändern (C2: Hm), bzw. kommt hier was hinzu vielleicht sogar als =also  
341 neue Perspektive? ( ) #00:18:27-5#  
342  
343 C2: Ja. Ahm. (.) Ich sage immer das Berufsbild (.). Das ist jetzt. Das Berufsbild. Dem Beruf  
344 machen wird seit bad Jahrhunderten die selben, nur die Werkzeuge ändern sich. (I: Hm) (.)  
345 Ich meine ich habe 98 angefangen und in meinem ersten Jahr hatten keinen Computer mit  
346 Internetanschluss. Ich hatte ein kleines schwarzes Terminal mit orangen Buchstaben, eine  
347 Röhre und da habe ich in ein System hineingeschrieben. (I: Hm) Das ist heute undenkbar. (I:  
348 Ja?) Die Arbeit die ich mache, ist noch immer die selbe. Was mache ich, ich meine ich=ich  
349 verarbeite Informationen, die ich hinterfrage sie und =und ich erkläre und lege da und wie  
350 auch immer. Das waren auch immer schon Daten. Ahm. Also ich sehe es wirklich eher, für  
351 mich ist Journalismus ein Handwerk? (I: Hm) Und die, die Instrumente, die Werkzeuge  
352 ändern sich.  
353  
354 I: Ahm. Gibt es für JournalistInnen, oder=oder auch jetzt im Ihrer Position vielleicht auch so  
355 Wunsch oder=oder eine Anregung welche Skills einfach auch JournalistInnen vielleicht  
356 haben sollten, oder es empfehlenswert wäre, gut mit diesen Werkzeugen umzugehen.  
357 #00:19:32-9#  
358  
359 C2: Also ich sehe es selber. Wir machen jetzt gerade intern ein bisschen so eine =eine  
360 Weiterbildungsoffensive für so neues (I: Hm) Handwerke und was halt tatsächlich, ahm.  
361 stark gefragt, nachgefragt ist von den Kollegen und KollegInnen ist, sind genau die Themen.  
362 Daten? (I: Hm) Daten aufbringen, ahm. ver= strukturieren, verarbeiten? Und dann daraus  
363 die Geschichte zu lesen? (I: Hm) Und dann wiederzugeben? Und ahm. (.) Verifizierung von  
364 online verbreiteten Information. (I: Hm) Um es mal ganz generell zu sagen. (I: Hm) Das sind  
365 auch glaube ich tatsächlich halt jetzt im Jahr 2018 die Skills, die die Journalisten auch haben  
366 sollten. (I: Hm) #00:20:12-8#  
367

368 I: Also welche ahm. Grund, also wie kann ich mir die Kenntnisse vorstellen? Also spiegeln  
369 sie eher so Programmierkenntnisse ab oder= oder einfach klassische ( ) #00:20:22-  
370 5#

371 L

372 C2: Das sind eigentlich ahm. ich würde, ich würde es nicht unbedingt, es müssen gar  
373 nicht die Programmierkenntnisse sein; (I: Ja?) Es sollten sehr able User sein (lacht). (I: Hm)  
374 Ahm. Also tatsächlich zu wissen, mit meinem Arbeitsmitteln, mit denen ich arbeite, ahm.  
375 worauf basieren die, was steckt dahinter, was mache ich wenn ich eine [ \_\_\_\_\_ ]  
376 (Suchmaschine)-Bilder-Suche mache, (I: Hm) was zeigt mir das. Ahm. also einfach das  
377 Wissen um meine Arbeitsmittel natürlich, aber das ist glaube ich wichtig. Programmier= ich  
378 weiß das ist derzeit ein bisschen die Diskussion (I: Ja!) inwieweit brauche ich Journalisten  
379 die coden können, ( ) (I: Ja. (lacht)). Schaden tut es nix aber ich glaube (.) wir sollten  
380 nicht zurückkehren ins Jahr 2000 als Konvergenz ein großes Ding war und alle geglaubt  
381 haben, in ein paar Jahren werden alle Journalisten gleichzeitig Radio, Internet, Video und  
382 Text machen. (.) (I: Hm) Das hat nie funktioniert und das wird wahrscheinlich nicht  
383 funktionieren. Und genauso gut werden, weder Entwickler anfangen zu schreiben, noch  
384 werden alle Journalisten entwickeln. (I: Hm) Das sind zu, das sind zurecht sehr spezialisierte  
385 Berufe. #00:21:17-9#

386

387 I: Aber könnte sich in diesem Bereich, was jetzt die, Datenpflege betrifft (C2: Hm.) ahm. z.B.  
388 der Datenankauf, oder ahm. die Pflege des Algorithmus, des Textes (C2: Hm.) als der=der,  
389 diese Syntax dieses Konzeptes. Vielleicht auch Berufsbilder geben, die sich darauf  
390 spezialisieren und ( ) #00:21:35-9#

391

392 C2: Ja das ( ) Ja natürlich. Es gibt da jetzt. Ich meine vor-vor 20 Jahren hätte  
393 wahrscheinlich keiner gesagt: „Ich will mal Online-Journalist werden“. (I: (lacht)). Ja. Und  
394 heute gibts halt Leute, die halt tatsächlich auch, ahm. (.) einfach sehr speziell für dieses  
395 Medium arbeiten können. (I: Hm) (.) Ich würde es halt als nicht als ein generell neues  
396 Berufsbild sehen. Wie gesagt, ich sehe es als weitere Spezialisierung innerhalb des  
397 Berufsfeld Journalismus. #00:21:58-6#

398 L

399 I: Als weitere Sparte. (I: Hm) Also als weiteres. #00:22:03-1#

400

401 C2: Ja. Das aus auf jeden Fall. Hm (bejahend) #00:22:03-1#

402

403 I: Also es erschließt sich dadurch eine neues Tätigkeit= Tätigkeitssfeld. Wo man sich  
404 vertiefen kann. #00:22:06-1#

405 L  
406 C2: Hm (bejahend). Das auf jeden Fall. (3) Ja! Ja! #00:22:06-0#  
407  
408 I: Gibt es dafür eigentlich schon einen Begrifflichkeit für diese Personen? (leise) Nein oder  
409 wie ist? #00:22:13-9#  
410  
411 C2: Nicht wirklich. Es ist jetzt, es sind sich nicht einmal die Leute so richtig einig darüber,  
412 was jetzt eigentlich Datenjournalismus (I:Ja!) ist. Ja. Also Datenjournalismus ist alles, ich  
413 gebe 3 Daten in den Datawrapper ein und mache eine Grafik (I: Hm) die sich bewegt, bis hin  
414 zu (.) ich recherchiere mit 7 anderen Redaktionen, keine Ahnung wieviele Terabyte Daten  
415 und mache einen=einen investigativen Riesengeschichte daraus. (I: Hm) Ahm. Ich bin mir  
416 auch nicht sicher, ob wir momentan ein Kastl dafür brauchen. (I:Hm). #00:22:36-2#  
417  
418 I: Ahm. (.) Es wurde vorher, oder Sie haben vorher auch immer wieder mal so anklingen  
419 lassen, ja es gibt manche Bereiche ahm. die sollten, die kann nur ein Mensch, die sollte  
420 vielleicht eher ein Mensch machen (C2: Hm). Ahm. Was gibt es ahm. wo könnte man oder  
421 wo sollte man möglichst menschliche Tätigkeit nicht ersetzen in=in der Textproduktion.  
422 #00:23:00-0#  
423  
424 C2: Es ist meiner Meinung nach eine= eine, vor allem eine Frage des ahm. Anspruches und  
425 des Qualitätsanspruches (I: Hm) jedes einzelnen Mediums. Ahm. Wenn ein Medium für sich  
426 entscheidet, oder ein neues Medium entsteht; dass sagt: „Okay Leute von uns bekommt ihr  
427 ausschließlich maschinengenerierten Content?“ (I: Hm) Und die User nehmen das an! (.) (I:  
428 Hm) Soll sein. Ahm. Ich sage nur, also aus der Sicht unseres Hauses, wäre es einfach keine  
429 Option diesen, es wäre qualitativer Abstrich. Diesen qualitativen Abstrich durchzuführen,  
430 menschlich generierte Texte in der Güte wie ich sie eben ausgeführt habe, was den  
431 Spielbericht betrifft, (I: Hm) sozusagen einen Mensch durch maschinell erstellten Text zu  
432 ersetzen. Das würde nicht mit unseren Qualitätsstandards einhergehen. (I: Hm). Ahm. aber  
433 (3) wie gesagt, das müsste dann tatsächlich jede Redaktion die das Medienhaus für sich  
434 auch entscheiden. Ahm. Es ist ein qualitativer Unterschied, und was dazu natürlich auch  
435 noch kommt, ahm. (.) das ist dann, geht dann auch schon fast sozusagen in, ist auch ein  
436 qualitativer Aspekt aber geht auch in den=in den medienethischen Aspekt hinein, finde ich  
437 die=die Beschilderung, die Ausweisung (I: Hm) von nicht-menschlich generierten Content. (.)  
438 Ahm. Für mich wäre es völlig klar, im Sinne der Transparenz, (.) und die sich Medien gerade  
439 jetzt auch wieder sehr bemühen in der ganzen Frage über die Glaubwürdigkeit von Medien  
440 (I: Hm). Einen Text der nicht-menschlich generiert wurde, auch als solchen auszuweisen. (I:

441 Hm) Alles andere wäre meiner Meinung nach User- oder Lesertäuschung und all das sind  
442 eben Aspekte, die man sich überlegen muss. Ja. #00:24:32-2#

443

444 I: Das heißt also die Transparenz ist sehr wichtig? Also auch einen ethischen Konzept? (C2:  
445 Hm) Warum ist das, warum ist das wichtig? Also Sie haben es vorher schon angesprochen.  
446 Täuschung? ( ) #00:24:39-9#

447 L

448 C2: Ja aus meinem =meine Verständnis heraus, ahm. einfach aus, ahm. sind  
449 das die goldenen Regeln des Qualitätsjournalismus. Es muss hier für den User= User immer  
450 transparent sein woher kommt diese Information (I: Hm), am Besten. Sie wie wir in, also wie  
451 in Nachrichtenagenturenmeldungen immer ganz klar die wichtigsten „Ws“ drinstehen  
452 müssen. Nicht damit es sich möglichst langweilig liest, sondern damit die Leser wissen, dass  
453 was wurde von einer Pressekonferenz gesagt (I: Hm), das war ein Exklusivinterview und das  
454 habe ich aus einem anderen Medium erfahren und gebe es weiter. Ahm. Sowie wie einfach,  
455 das ahm. Kennzeichnen eines Artikels, oder die Trennung von Meinung und Kommentar. All  
456 das hat Qualitätsstandards sind, ist meiner, meinem Empfinden und meiner Überzeugung  
457 nach, eine=eine wichtige Information für den Leser, ob ein Text von einer Maschine erstellt  
458 wurde oder auch eine =eine Zeichnung, oder von einem Menschen. #00:25:29-0#

459

460 I: Ahm. Da würde dann drunter stehen, von =von einem Roboter (C2: hm (bejahend)) oder  
461 einer Software, oder #00:25:34-8#

462

463 C2: Ja die [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) und die [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) machen  
464 das genau so. Also die schildern das aus. Ja. #00:25:37-8#

465

466 I: Ja? (.) Ahm. Wie funktioniert das dann mit den Quellen der Information, also die eine Seite  
467 ist die Transparenz (C2: hm (bejahend)) das ist ein Algorithmus, das es automatisch  
468 generiert wurde (C2: hm (bejahend)) und die nächste ahm. Frage wäre halt dann, die Frage  
469 nach den Quellen. (C2: Hm). Ahm. Wie wird das, wie könnte das gehandhabt werden, also  
470 woher stammen dann zb. die Daten oder wie funktioniert das in ( ) #00:26:00-0#

471 L

472 C2: Also das sehe ich eigentlich relativ wenig ahm. (I: Hm) so wie wir z.B. bei Infografiken,  
473 die ja auch nix anders als eine, die Aufbereitung von Daten sind, steht ja auch immer die  
474 Quelle dabei. (I: Hm). #00:26:11-7#

475

476 I: Das heißt, es ist #00:26:13-7#

477

478 C2: Es ist einfach eine Frage der Ausschilderung (I: Hm) meiner Meinung nach. #00:26:16-  
479 0#

480

481 I. Ahm. (.) Der Algorithmische Journalismus. Also die automatisierte Textgenerierung ist ja  
482 jetzt eine Seite (C2: Hm) dieser Entwicklung. Es gibt ja noch neuronale Netzwerke, (C2: hm  
483 (bejahend)) und machine-learning-Geschichten, also was noch ein bisschen stärker eingeht  
484 in die Möglichkeit, dass vielleicht auch ahm. Texte generiert (C2: hm (bejahend)) werden  
485 könnten, indem, dass ein Algorithmus eigenständig Informationen sucht, die dann  
486 eigenständig auch zusammenfasst, kürzt und ausgibt. Wie stehen Sie dazu, zu dieser, zu so  
487 einer Möglichkeit? #00:26:45-3#

488

489 C2: Also grundsätzlich, muss ich erstmal sagen, kenne ich mich da technologisch (I: Hm) ein  
490 bisschen zu wenig aus. Ich weiß eben, dass wir mit einem, also der Kollege mit einem  
491 neuronalen Netzwerk eben diese=diesen Versuch ihn beizubringen aufgrund von  
492 Spielberichten, Spielberichte zu schreiben. Ahm. Hat, und das hat nicht funktioniert (I: Hm)  
493 einfach eben weil, das Ding nicht in der Lage war, die nötigen Daten herausfiltern, aus  
494 diesen Texten vom Menschen. (I: Okay) (.) Was meiner Meinung nach für den Menschen  
495 spricht (lacht) (I: (lacht)). Ahm. (5) Ich habe eigentlich nicht wirklich eine Meinung dazu,  
496 muss ich jetzt ganz ehrlich sagen. (I: Hm) Also (3) Ich bin=ich bin der Ansicht, (.) sobald es  
497 geht, sobald die Technologie es kann, muss man sich, wie auch jetzt beim=beim Thema  
498 automatisierte Contenterstellung; anschauen was bedeutet das für das Medium konkret? Für  
499 die User des Medium und wie setzt man es ein. Setzt man es ein und wenn ja wie. (I: Hm)  
500 #00:27:40-8#

501

502 I: Gibt es auch jetzt in=in dieser Redaktion, zb. ahm. eine Diskussion darüber, wo die  
503 Grenze liegt, dass man sagt, okay jetzt ist es Sportberichterstattung (C2: hm (bejahend)) ist  
504 okay, also wenn es um die Tore geht, das passt? Aber gibt es einen Bereich wo Sie sagen,  
505 okay, das, also da, das würden wir vielleicht ablehnen (C2: Hm) oder das geht uns vielleicht  
506 zu weit oder das würde und zu sehr ( ) #00:28:03-9#

507

508 C2: Nein, aber nur deswegen, weil wir es eigentlich noch nicht für den Einsatz in unserer  
509 Redaktion überhaupt diskutieren. Also wir haben diesen Prototypen hergestellt sehr mit den  
510 Blick auf unsere Kunden; und fragen eigentlich die: „Würdet ihr das einsetzen?“ (I: Hm)  
511 Wenn wir das für euch programmieren würden?“ (I: Okay?). Ja? Ahm. Inwieweit es für uns  
512 selber einsetzen würden, ist völlig offen; (I: Hm) weil wir jetzt eigentlich so den Bedarf, nicht  
513 sehen (lacht) (I: Hm), weil wir ja eigentlich nicht so einen großen End-Userkreis bedienen  
514 mit so ganz vielen unterschiedlichen. Wir sind ja eher so, der= der

515 Nachrichtengrundversorger; für die österreichische (I: Hm) Medien und  
516 Kommunikationsbranche; und nicht in dem Ausmaß darauf angewiesen den, salopp  
517 formuliert, den User im letzten Alpental zu erreichen. (I: Hm) Das ist ja dann wieder ein  
518 spezialisierte Anforderung von unterschiedlichen Medienhäusern. #00:28:51-3#  
519  
520 I: Wie funktioniert das dann mit die Kunden und Kundinnen? Ahm. Weil Sie vorher auch  
521 beschrieben haben (C2: Hm), okay, dass ist halt auch anhängig davon, was=was die  
522 Kundschaft möchte (C2: hm (bejahend)) von uns? Ahm. (.) Das heißt, also sie ( )  
523 kauft Nachrichten, ich meine Content zu? (C2: hm (bejahend)) Aber Software ahm.  
524 Softwareteile oder Softwareentwicklungs- ( ) #00:29:12-2#  
525  
526 C2: Doch! Doch! Also die. Wir haben auch eine=eine, wir sind ja auch ein wichtiger IT-  
527 Dienstleister (I: Hm) für die Medien und Kommunikationsbranche. Und das finde ich  
528 wiederum ganz spannend, dass dieser Prototyp einer wäre, in dem halt wirklich das  
529 journalistische Know-How des Konzerns und der=der technologische, das technologische  
530 Know-How (.) ein völlig neues gemeinsames Produkt (I: Hm). ( ) online realisieren  
531 wollen, bin ich ja gespannt (lacht) weiß eh schon jeder worum es geht (I: (lacht)). Hat  
532 gemeinsam haben. Wie gesagt, das kann unsere IT könnte das nicht alleine machen; (I:  
533 Hm) und das könnte die Redaktion nicht alleine machen (I: So case-based). Ahm. Also und  
534 die [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) hat ja auch eine Strategie, die dezidiert heißt „News-  
535 Tech-Agency“ (I: Hm) und da ist das eigentlich alles drin. #00:30:00-5#  
536  
537 I: Diese „News-Tech-Agency“? Wäre halt diese=diese Softwareschiene oder =oder wie ist  
538 das ( ) #00:30:08-8#  
539 L  
540 C2: Nicht wirklich. News-Tech-Agency heißt für=für, also jetzt hm kann ich nicht unsere  
541 Strategie in 2 Sätzen fürchte ich wiedergeben, aber der Grundgedanke ist, dass das  
542 Nachrichtenstellung und Distribution, dass journalistische Arbeit, also für jede Bedürfnis der  
543 österreichischen Medienbranche ist auch eine Technologische Lösung gibt. Eine  
544 Journalistische, eine Technologische, (I: Hm) also, dass wir Volldienstleister sind. (.) Das ist  
545 natürlich so eine Lösung, wie wir sich angemacht haben ein gutes Beispiel dafür eigentlich  
546 (I: Hm). Würde dann, also ja, die [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) hat ja auch, also die IT (.)  
547 hat Softwarelösungen die sie ihren Kunden zu Verfügung stellt, und das wäre eine  
548 Softwarelösung die aber mehr ist als nur=nur eine Softwarelösung, weil es auch eine  
549 publizistische Lösung ist. (I: Hm) So könnte man sich das vorstellen. #00:30:51-4#  
550

551 I: Okay. Und das heißt die wird dann für die Kunden maßgeschneidert, (.) ahm. #00:30:57-  
552 4#

553 L

554 C2: Ich kann

555 Ihnen den Prototypen auch gerne zeigen, damit Sie einen Eindruck haben. (I: Ja.) Also wir  
556 haben einen online also. #00:31:02-5#

557

558 I: Also ich habe online schon mal durchgeschaut? Sie sehen quasi, Sie sehen den in ihrer  
559 Rolle als zb. Hausnummer Redaktionsonline (I: Hm) - Redaktionsschefind von den [ \_\_\_\_\_ ]  
560 (Medienunternehmen) und Sie wollen jetzt quasi für die [ \_\_\_\_\_ ] (Plattform) oder [ \_\_\_\_\_ ]  
561 (Plattform) oder wie sie gerade heißt, Spielberichte (.) quasi erstellen lassen, von diesen  
562 Ding. Hm? (I: Hm) Das heißt Sie haben als [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) -Kundin diese  
563 Ding und verwenden das und Know-How dahinter, dass das journalistische und  
564 technologische kommt von der [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen). (I: Hm) Das ist die Idee  
565 dieser Lösung. (I: Hm) #00:31:43-3#

566

567 I: Wenn ich jetzt zb. so eine Redaktion wäre, und jetzt diese Software (C2: Hm.) zb. kaufen  
568 würde und ich hätte in meiner Redaktion (.) ahm. ein paar JournalistInnen als  
569 MitarbeiterInnen, Mitarbeiter (C2:Hm) Ahm. (.) Ist die Software so aufbereitet, dass die sie  
570 die selbst weiterentwickeln könnten, oder ist das von den Kenntnissen ( ) #00:32:05-  
571 0#

572 L

573 C2: Das= das haben wir, soweit haben

574 wir das derzeit noch nicht gedacht (I: Ja), weil wie gesagt der Prototyp erst einmal fertig ist,  
575 (I: Hm) und= und wenn er dann umgesetzt wird, ist das zb. eine zentrale Frage ja, also.  
576 Flapsig gesagt, wie=wie open-source ist das Ding. Ja. #00:32:18-6#

577

578 I: Ja und auch, dann kommen wir wieder zu dieser Frage zurück, welche Skills (C2: Genau)  
579 sollen die Leute im Umgang damit haben (C2: Ja). Ahm. Sie haben zu den Skills (C2: Hm)  
580 weil wir gerade, weil das passt auf ganz gut dazu, ahm. Sie haben vorher auch von (.) von  
581 dem gesprochen, dass es wichtig ist, dass die Leute wissen, mit was sie arbeiten (C2: hm  
582 (bejahend)) oder was sie hier tun. Kann man hier auch ein bisschen so von einem  
583 Bewusstsein sprechen, von den Leuten, dass es ihnen bewusst ist, (.) mit was sie arbeiten?  
584 #00:32:45-0#

585

586 C2: Hm! Natürlich ja. Aber das würde ich bei Journalisten amal grundsätzlich (.) ein=ein, wie  
587 ich finde Grundvoraussetzung für den journalistischen Beruf ist es, das Hinterfragen (I: Hm)



588 was also, das Hinterfragen der Information mit denen man arbeitet, aber auch der Quellen  
589 (lacht) mit denen man arbeitet. Also grundsätzlich amal Skepsis und der Wille das zu  
590 überprüfen (I: Hm). Und das geht natürlich für die Mittel gilt das genauso. (I: Hm). Meiner  
591 Meinung nach. #00:33:11-5#  
592  
593 I: Setzt das auch eben auch ahm. bisschen Kenntnisse eben zu wie z.B. Datenstrukturen  
594 voraus, oder ahm. zu der Software selbst mit der man arbeitet. #00:33:21-7#  
595  
596 C2: Also ich würde jetzt nicht von jedem verlangen, dass er weiß, zu welchen Konzern  
597 welche Software (I: Genau) gehört. Das nicht wirklich. Aber grundsätzliche Funktionsweise,  
598 ja (seufzt) halt auch wieder so =so gut informierte User wie möglich. (I: Hm) Also aber immer  
599 aus der User-Perspektive nicht aus einer Spezialisten, also eben aus der  
600 Anwenderperspektive. (I: Hm) Nicht aus der Spezialistenperspektive. #00:33:43-1#  
601  
602 I: Ja. Weil es sind ja, ahm. die Journalistinnen und Journalisten, die letztendlich damit  
603 arbeiten (C2: Ja) können sollen. #00:33:50-5#  
604  
605 C2: Genau. Ja. #00:33:50-5#  
606  
607 I: Hm. (3) Gibt es hier, was jetzt dieses automatisierte Textgenerierung betrifft (C2: Hm) gibt  
608 es hier nicht etwas was Sie ahm. kritisch sehen ahm. zb. Abschluss? #00:34:03-2#  
609  
610 C2: Ahm. Ja also. Ahm. Kritisch (seufzt). Ich glaube tatsächlich, dass (3) dass das  
611 Bewusstsein dafür und die bewusste Entscheidung bis zu welchem Grad man es dann  
612 einsetzt als Medium (I: Hm) und eben diese Qualitätskriterien, die meiner Meinung nach  
613 sehr wichtig sind, ahm. inwieweit man die einführt, oder inwieweit man welche, überhaupt  
614 welche aufstellt. (.) Das ist glaube ich etwas, wo wahrscheinlich nicht im, auch international  
615 (.) nicht in allen Medienhäusern, noch so viel da ist. Was ich z.B. auch ganz = ganz offen  
616 und wichtig ist für jedes Medienhaus, wie und wo setze ich eine Qualitätskontrolle für diese  
617 Art von Content ein. (I: Hm) Ahm. Also wir haben natürlich ein striktes 4 -Augenprinzip z.B.  
618 für jeden Content. Also, ahm. wenn jemand etwas schreibt, dann sieht das noch jemand  
619 anderes. (I: Hm) Wie gehe ich damit um bei (.) maschinell erstellten Content? Wo ich  
620 eventuell aber nicht, eine=eine volle Kontrolle über die Grundlage dieser Meldung  
621 bewerkstelligen kann (I: Hm), weil es eben so viele Daten sind. Ahm. also  
622 Qualitätssicherungs- Prozesse sind da (.) glaube ich ein=ein offenes Thema. Wie gehe ich  
623 um, ahm. (seufzt) irgendwie ich weiß nicht [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen), eine andere  
624 Agentur hat irgendwo gesagt, (.) quasi jetzt passieren keine Fehler mehr. (I: Hm) Das finde,

625 ich wie nicht wo ich es gelesen habe. Das hielte ich für eine gefährliche (.) falsche Sicherheit  
626 in der man sich wiegt. (I: Hm) Ahm. (.) Da ist glaube ich noch viel offen einfach sich zu viel  
627 darauf zu verlassen, bzw. (.) wie transparent mache ich es, und wie mache  
628 Qualitätssicherung, das sind wahrscheinlich offene Fragen, die man sich dann gut überlegen  
629 muss, wenn man sowas im Einsatz hat. Ja. #00:35:48-2#  
630  
631 I: Ja, das heißt also der Mensch eben auch als Kontroll (C2: Ja!) -Instanz hier. #00:35:50-7#  
632  
633 C2: Meiner Meinung nach geht es ohne das nicht. (I: Hm) Also weil auch unsere Adressaten  
634 und AdressatInnen sind Menschen. (I: Hm) Und denen sind wir das schuldig. (I: Hm) Bin  
635 jetzt ich der Ansicht. #00:36:00-1#  
636  
637 I: Was passiert eben=eben wenn ein Fehler passiert mit einem Algorithmus beispielsweise?  
638 Weil Sie gesagt haben, okay jetzt mit dieser Thematik passieren keine Fehler mehr und das  
639 kann nicht funktionieren so. Ahm. was passiert wenn ein Fehler, wenn ein Fehler wirklich  
640 stattfindet und der draußen ist. #00:36:16-5#  
641  
642 C2. Naja. In Wirklich passiert da nichts anderes, als wenn ein menschlicher Fehler passiert.  
643 Man muss es richtig stellen. (I: Hm) Wenn man sich überlegt, dass das vielleicht aber alleine  
644 durch= durch allein die Datenfülle und die Fülle an Content die möglich ist, sich natürlich  
645 auch sehr potenzieren kann, jetzt. Ich hab gar kein Szenario wo ich das durchspielen würde.  
646 Hm kann man eventuell in die Lage kommen, dass man verdammt viel richtig stellen (lacht)  
647 muss. #00:36:36-7#  
648  
649 I: (lacht) Ahm. Ja weil=weil auch diese restlichen Rahmenbedingungen (C2: Hm), also wenn  
650 ich jetzt einen Algorithmus verwende, der Algorithmus wird beispielsweise gepflegt und dann  
651 passiert aber trotzdem ein Fehler (C2: Hm). Ja. Dann die Verantwortung. (C2: Ja) Wie  
652 erklärt man das wenn #00:36:52-8#  
653 L  
654 C2: Es ist ja nicht nur so, dass unsere Adressaten und Adressatinnen  
655 Menschen sind, auch die für den Inhalt Verantwortlichen sind Menschen. (I: Hm) Und die  
656 müssen sich im Endeffekt überlegen wieviel sie zusagen auslagern. Das ist sicher auch  
657 nicht immer, eine einfach Entscheidung. (I: Hm) Das ist wahrscheinlich relativ, sage ich jetzt  
658 mal egal, bei Schülerligaspielen. Da wird vielleicht (.) meine Oma traurig sein wenn das  
659 Enkerl doch kein Tor geschossen hat um es jetzt mal blöd zu sagen. (.) Es könnte schon  
660 schwierig sein, wenn man, Hausnummer mal, (.) Lawinenwarndienstmeldungen  
661 automatisiert und (.) (I: Hm) da eine falsche Lawinen (.) oder Lawinenwarnung nicht

662 weitergibt. Oder (I: Hm). (.) Deswegen glaube ich schon auch, also es ist derzeit ein  
663 bisschen, wenn man sich die einschlägigen Medienkonferenzen des Jahres anschaut, die  
664 Euphorie sehr groß. AI im Newsroom ist das neue tolle Ding und (.) jetzt nichts wie hin die  
665 Augmented Newsroom (I: Hm) Wir kennen diese Schlagwörter alle. (.) Ja eh? Aber jetzt  
666 lassen wir mal die Kirche im Dorf; ich meine da sind coole Sachen möglich; aber (.) auch  
667 hier gilt wir sind Journalisten und Medien und haben ein bisschen mehr Verantwortung als  
668 nur Content rauszuspucken, die ganze Zeit (I: Hm). Das wäre für mich ein wenig, wären  
669 mögliche Schattenseiten, also die man halt nicht=nicht übersehen darf. #00:38:01-1#  
670

671 I: Also das heißt, dass auch, dass die journalistische (.) Verantwortung gegenüber der  
672 Gesellschaft. #00:38:05-7#  
673

674 C2: Genau! Die gibt man nicht ab nur weil=weil zwei Absätze von einem Algorithmus erstellt  
675 werden (I: Hm). (3)  
676 #00:38:13-6#  
677

678 I: Ja. Ahm. (3) Ich für meinen Teil habe (.) alles ahm. schon abgedeckt. Gibt es ahm. für Sie  
679 noch etwas wo Sie sagen, das würde ich noch gerne zusammenfassen, noch abschließend  
680 sagen, oder was hier in diesem Leitfaden nicht vorkommt, was Ihnen aber noch persönlich (  
681 ) #00:38:32-0#

682 L

683 C2: Ja vielleicht anknüpfend and die letzten beiden schönen Worte, gesellschaftliche  
684 Verantwortung. (I: Hm) Also die Datenfrage (.) die ist ja auch aus der anderen Richtung  
685 interessant? Zum Einen (.) sind Daten schwer strukturiert verfügbar und wenn kosten sie  
686 auch oft Geld. Umgekehrt ahm. (.) wenn wird das ganze Thema Open-Data und Daten von  
687 öffentlichen Stellen, uns anschauen ist da auch wiederum sehr viel Potential drin für, (I: Hm)  
688 Berichterstattung, die gesellschaftlich relevant ist; wo meiner Meinung auch =auch  
689 Regierungen, also in unserem Fall halt auch unsere natürlich gefordert ist, ahm. denn (.) ein  
690 wiederum positiver Aspekt dieser Technologien ist ja sehr wohl, das wir sehr viele allgemein  
691 verfügbare Daten dadurch verarbeiten könnten und (I: Hm) auch Erkenntnisse gewinnen  
692 könnten, über unser politisches System, über unsere Gesellschaft, (.) wie das funktioniert.  
693 Die müssten aber zu Verfügung gestellt werden und da gibt es eine Bringschuld finde ich,  
694 mit politische Bringschuld. (I: Hm) Das ist gerade in Österreich noch nicht besonders toll. (I:  
695 Hm) #00:39:30-2#

696

697 I: Also sehr oft mit Kosten ver- verknüpft jetzt auch, Informationen z.B. vorn Unternehmen  
698 über Handelsgericht und so weiter. #00:39:37-4#

699  
700 C2: Genau! Also genau aber ich denke jetzt (I: ( ) ) auch an ganze Simples wie ahm.  
701 Ministerratsbeschlussprotokolle, oder Ähnliches (I: Hm). Also politische Entscheidungen  
702 strukturiert verfügbar zu machen. Auch das gehört meiner Meinung nach zu der  
703 Verantwortung (der Regierung). Weil damit kann, ein Journalismus, der die entsprechenden  
704 Tools hat, auch was anfangen. #00:39:55-1#  
705  
706 I: Ja. Das heißt das wäre so quasi nocheinmal die Unterstützung der journalistischen  
707 Tätigkeit für die Gesellschaft #00:40:00-5#  
708  
709 C2: Genau! #00:40:00-5#  
710  
711 I: Das wäre dann in größeren Ausmaß (C2: Ja) möglich. #00:40:01-5#  
712  
713 C2: Und da gehts nicht darum, dass man Daten unbedingt kaufen, dass die Entscheidung,  
714 leiste ich mir als Medienhaus diese Daten nicht, sondern kann ich, sind die überhaupt,  
715 werden die überhaupt zu Verfügung gestellt. (I: Hm) Ich persönlich sehe da eine  
716 Verantwortung der=der Regierung in diesem Fall, oder der Gebietskörperschaften oder wer  
717 auch immer diese Daten zu Verfügung zu stellen (I: Hm). Weil das sind, diese Daten sollten  
718 Gemeingut sein. Ja. (.) Öffentliche Finanzen, all das. #00:40:26-5#  
719  
720 I: Ja? (3) Beschlüsse. #00:40:28-2#  
721  
722 C2: Hm (bejahend) (.) Ja das wäre noch glaube ich auch ein Aspekt der glaube ich ein  
723 bisschen auch zu selten beachtet (I: Hm) wird derzeit. Weil immer nur alle an Sport, Wetter  
724 (seufzt) finden und Börsendaten oder so denken, aber da gibts noch ganz viel andere  
725 Informationen, (I: Ja) die toll wären, ja. #00:40:40-2#  
726  
727 I: Genau. #00:40:41-3#  
728  
729 C2: Ja? #00:40:41-4#  
730  
731 I: Danke. #00:40:43-1#  
732 #00:40:45-9#  
733  
734 C2: Gut? #00:40:45-9#  
735

736 I: Danke.

**A13.10. C2 Reaktion (F)**

- 2
- 3 ich hab gerade die Folien gelesen mit dem Willen, noch ein bisschen Feedback zu äußern,
- 4 muss aber ehrlich sagen, dass ich mir maximal was aus den Fingern saugen könnte – ich
- 5 finde das schon ziemlich vollständig, was du hier erhoben hast!

**A13.11. C3**

2

3 I: Ja, also nur ganz kurz zur Erklärung. Also, bei mir geht's in der Arbeit um algorithmischen

4 Journalismus (C3:hm) ah. mit Fokus halt auf den Online ah. Bereich und algorithmischer

5 Journalismus als automatisierte Textgenerierung (C3:ja) ja, und jetzt mal so die Frage, inwieweit hast

6 du dich damit schon beschäftigt? #00:00:28-7#

7

8 C3: Wenig bis kaum. (I:hm) #00:00:31-1#

9

10 I: Ah und was verbindest du mit dieser, mit diesem Begriff? Roboterjournalismus oder algorithmischen

11 Journalismus? #00:00:39-1#

12

13 C3: (.) Hm (.) Ich also kann mit dem Begriff Roboterjournalismus (.) ich glaub, dass der Begriff falsch

14 gewählt ist. (.) Weil (.) wenn ich da richtig informiert bin, (.) da geht es um Algorithmen, die wie ein

15 Lückentext funktionieren? Also es gibt Textbausteine, die vorgefertigt sind (I:hm) und je nach

16 Datensatz werden dann die richtigen Daten eingesetzt (I:hm) Und (.) die Frage ist, ob das halt

17 Journalismus ist oder eben (.) wie du vorher gesagt hast, Textgenerierung nicht der richtige Begriff

18 wär. #00:01:15-1#

19

20 I: Hm. So dann nennen wir es also Textgenerierung, ja. #00:01:17-4#

21

L

22

C3: Also, also ich, bin mit dem Begriff

23 Journalismus nicht ganz glücklich in dem Fall. Ah (.) ich bin da zwiegespalten. Einerseits,(.) verbind

24 ich sehr positive Aspekte damit, eben dass (.) dass ausgebildete Journalisten, die wirklich

25 journalistisch arbeiten können, nicht mehr für irgendwelche ganz einfachen Tätigkeiten abgestellt

26 werden müssen (I:hm) und das eben der Computer fehlerfreier und besser machen kann als sie. Auf

27 der anderen Seite natürlich, gerade bei den großen Verlagshäusern, die dahinter, dass man

28 Ressourcen einspart (I:hm) und natürlich wenn Jobs gestrichen werden, ist dann immer der erste

29 Schritt, ist natürlich nicht super. Also, da bin ich eher ein bisschen zwiegespalten bei dem Begriff oder

30 bei dem Thema Textgenerierung. #00:02:17-7#

31

32 I: Also, das ist so der aktuelle Stand jetzt für dich, dass du sagst, ok, dass du sagst, ok, das sind jetzt

33 Lückentexte, das funktioniert, ahm. (.) du hast vorher eh auch erwähnt,(.) JournalistInnen, die dafür

34 ausgebildet sind, könnten, müssen dann nicht mehr abgestellt werden für (C3: hm) solche, für, welche

35 Arbeiten wären das beispielsweise? (.) #00:02:36-9#

36

37 C3: Ah. klassische Arbeit, also was ich als Beispiel, was immer wieder kommt, sind die

38 Fußballergebnisse zusammentragen, und dann in die Redaktion zu tragen, Lottozahlen abschreiben,

39 in die Redaktionen tragen und dergleichen. Ah. (.) ahm. Korrigier mich, aber (.) ich glaub die großen

40 Experimentalfelder bei der Textgenerierung sind ja die Börsenkurse, Sportberichterstattung und kurze

41 Meldungen. (2) Und ich glaub es gibt Versuche eben auch in Richtung Reportage und dergleichen zu  
42 gehen, aber (,) ich bin zu wenig informiert, um zu wissen, ob das wirklich schon von Erfolg gekrönt ist.  
43 Also wirklich, ahm. der Algorithmus eine Reportage schreiben kann, also, oder in diesen Feldern, wo  
44 es jetzt schon eingesetzt wird, wo es wirklich darum geht. ahm. (,) ich hab vorhin das Wort  
45 Lückentexte verwendet, wo es wirklich darum geht, eben Textbausteine unterschiedlich wieder  
46 aneinander zu reihen, dass es nicht gleich klingt, (I:hm) Aber im Grunde immer die gleichen  
47 Meldungen mit unterschiedlichen Daten und Fakten zu füttern (3) dass, jetzt hab ich den Faden  
48 verloren, wie war die Frage? Also, (Lachen) (I: (Lachen) #00:03:51-3#  
49  
50 C3: Jetzt hab ich ein bisschen sehr weit ausgeholt. #00:03:52-3#  
51  
52 I:hm (2)Es ist ursprünglich darum gegangen, von diesen, dass man JournalistInnen dann nicht mehr  
53 für Arbeiten abstellt. (C3: Genau, ja) #00:04:02-7#  
54  
55 *Jemand kommt rein: Hallo!* #00:04:04-1#  
56  
57 C3: Genau, diese Tätigkeiten, wo dann 40 Mal dann die gleiche Meldungen schreiben muss, und sich  
58 nicht mehr wiederholen will und irgendwann dadurch zu wiederholen, da ist einfach der Algorithmus  
59 von Vorteil, weil der (,) seine 6-10.000 Bausteine die der haben wird (I:hm) ahm. besser aneinander  
60 reihen können oder besser durchmischen kann. Während der Mensch halt einfach müde wird, der  
61 wird müde, wenn er (,) jetzt in wenigen Stunden 30 Meldungen schreiben muss. Und wenn es immer  
62 sehr ähnliche Meldungen sind, wenn er die Börsenberichte schreiben muss, die sind tak, tak, tak, weil  
63 der wird müde, wenn er anfängt sich zu wiederholen zu wiederholen, dass macht halt der Computer  
64 nicht, und das sind Tätigkeiten, die ja mit Journalismus wenig zu tun haben, meiner Meinung nach,  
65 sondern eben mit Texterstellung und (,) da find ich´s nicht so schlecht, wenn das von einem System  
66 unterstützt wird. Oder übernommen wird #00:04:54-0#  
67  
68 I: Hm. Du hast gemeint, ahm. das ist kein Journalismus. Warum nicht? Was ist so deine (,) Stellung  
69 dazu? (C3: Hm) #00:05:07-2#  
70  
71 C3: Ich find dass Journalismus, richtiger Journalismus hat immer noch was Investigatives an sich, ich  
72 find was Individuelles irgendwie, dass er nicht nur vorgefertigte Daten zu Meldungen verarbeitet,  
73 sondern dass man sich auch Daten und Fakten holt, die nicht für alle zugänglich sind. Dass er  
74 irgendwie recherchiert, dass eine Recherche dabei ist (I:hm) und dergleichen. Dass eine individuelle  
75 Note dabei ist, dass vielleicht auch ein gewisser journalistischer Schreibstil dabei ist, der von  
76 Journalist zu Journalist unterschiedlich sein kann (I:hm) und auch ist. Also, irgendwie gehört immer  
77 noch ein (,) investigatives Moment dazu, und es wirklich Journalismus zu nennen. Und das ist  
78 vielleicht Redaktion, aber wirklich Journalismus das braucht glaub ich noch ein bisschen mehr (I:hm)  
79 also wär es nur Redaktion (I:hm) #00:05:55-5#  
80



81 I: Hm Zur Arbeitspraxis von Redaktionen und in, in Journalismus ahm. was würde sich am  
82 journalistischen oder redaktionellen Arbeitsalltag vielleicht durch den Einsatz von algorithmischen  
83 Journalismus oder Algorithmen verändern, also, du hast vorher schon so ein bisschen die (C3:ja)  
84 möglichen Vorteile oder vielleicht gibt's sogar auch Nachteile #00:06:20-4#  
85  
86 C3: Na, der (.) Content auch mit Online-Plattformen würde massiv zunehmen (I:hm) als erstes weil (.)  
87 ich davon ausgehe, dass Algorithmen schneller ist und mehr produzieren können, als ein Mensch  
88 klarerweise. (.) Es würde in den Redaktionen weniger Redakteure geben, und (2) was glaub ich ein  
89 wesentlicher Punkt ist, dass in dieser Meldungsflut, wär interessant, wie viele Falschmeldungen da  
90 drinnen sind. (I:hm) Weil ich weiß nicht, ob ein Algorithmus, der sich die Daten von einem  
91 Datenanbieter ja holt im Endeffekt, ob der unterscheiden kann, ob die Daten richtige Daten sind, oder  
92 geschönte, gefakte Daten, vielleicht von einer PR-Agentur (I:hm) generierte Daten sind, also (.) ich  
93 find das sehr spannend, die, die falsch, oder die Fehlerquote oder Falschquote dann zu erheben, wie  
94 viele Meldungen davon stimmen nicht, wie oft, fallen die Systeme auf einen PR-Trick rein, weil (.) du  
95 wirst es besser wissen, aber es gab doch mal, ahm. (.) in Los Angeles war das (fragend) (I:hm) diese  
96 Meldung von dem Erdbeben Stärke 6 Komma irgendwas (2) weil ein, (.) Forscher an den Dateien  
97 gearbeitet hat und die Daten korrigieren wollte (.) Und dann haben journalistische Algorithmen  
98 geglau- oder die Systemstärke hat geglaubt, dass ein Erdbeben 6,3 ausgebrochen ist, und dann  
99 haben sie die Meldungen rausgegeben (I:hm) relativ ungefiltert auf die Plattformen die von, ich hab  
100 vergessen von welcher, auf einer ziemlich großen Tageszeitung, nicht? Und das ist dann ungeprüft  
101 rausgegangen natürlich völliger Quatsch weil in Los Angeles war zu dem Zeitpunkt kein Erdbeben.  
102 Und das sind halt Dinge, (.) die schon gefährlich sind, insofern weil man die auch bewusst steuern  
103 kann. Also, ob es nicht Möglichkeiten gibt, sei das dann durch ein Hack oder eben wirklich, ich glaub  
104 bei einer Datenerhebung, die Datenerhebung selber zu (unverständlich) werden, dass man dann  
105 große Plattformen manipulieren kann, weil das wär (.) ahm. (.) eine gravierende Veränderung, weil  
106 eben die menschliche Gate-Keeper-Funktion ein bisschen verloren geht. Also (.) Da natürlich, ich  
107 glaub ich hab eh schon erwähnt, die Redaktionen werden dazu ausgedünnt werden, oder es werden  
108 weniger Redakteure, das ist auch die große Angst hier, von den Journalisten, von (I:hm) von der  
109 Textgenerierung, gleichzeitig, ahm. was ich eine sehr spannende Entwicklung finde, werden die  
110 Archive und die Redaktionen enger zusammen rücken (I:hm) weil es im Endeffekt diese, das Füttern  
111 dieser Wunderapparate ist ja eigentlich Aufgabe des Archivs, dieser, er braucht ja archivistisches  
112 Material um so seine Meldungen generieren zu können. Hm. Und natürlich ist das eine spannende  
113 Entwicklung, wenn dann Archiv und Redaktion über (.) über die Textgenerierung sehr eng  
114 zusammenrücken werden, werden müssen. Und ich kann mir auch vorstellen, dass sich dadurch ein  
115 ganz neues Berufsfeld ergeben würde, das nicht unattraktiv ist. #00:09:55-0#  
116  
117 I: Wie könnte dieses Berufsfeld ausschauen? Ahm. #00:10:01-2#  
118  
119 C3: Ahm. das wär dann (2) diese, also die Aufgabe wäre dann praktisch, durch (unverständlich)  
120 Systeme her, die Grundaufgabe wär, dass man Informationen sammelt (.) diese Informationen zur

121 Verfügung stellt und vor allem ahm. so modifiziert, dass der Algorithmus die richtig einsetzen kann  
122 (I:hm) Also, es wär ein Arbeiten mit Informationen, es wär ein Verteilen Informationen, nur (.) hat man  
123 dann halt das Pech, dass da nicht der Name unterm Text drunter steht. Und da kann die Funktion  
124 auch mehrfach verwendet werden und ich glaub, das ist ein sehr breites Feld, weil, (2) weil ich muss  
125 ja diese Apparate und diese Systeme und diese Computer (.) irrsinnig, also die müssen ja auf  
126 irrsinnig individuelle Dinge reagieren können, ich weiß nicht, nehmen wir an, Fußballmatch, es steht  
127 1:1 und irgendwann in der 85. Minute (.) fängt an eine Tribüne zu brennen. Dann ist natürlich die  
128 Meldung nicht ahm. das Fußballmatch ist 1:1 ausgegangen, sondern Katastrophe beim  
129 Fußballmatch (I:hm) Wenn der das dann raushaut, das Match ist 1:1 ausgegangen, und der Brand ist  
130 nichtmal erwähnt im Text, weil er diese, diesen individuellen Punkt nicht drinnen hat, weil man nicht  
131 davon ausgeht, dass es brennen kann beim Fußballmatch. (.) Wär natürlich ein (.) ein Problem, das  
132 dann behoben werden sollte. Man braucht dann und das wird wieder für diesen neuen Arbeitsplatz,  
133 was Neues zu füttern, mit allen möglichen Bahnen die sich davon ausdehnen. Nur die müsste man  
134 vorher, es kann ja alle möglichen Sachen im Fußballstadion auftreten, es kann sein, dass ein Spieler  
135 dem Schiedsrichter eine Nase bricht aus Wut, es gibt ja auch noch 100.000 Möglichkeiten, die  
136 passieren könnten. (I:hm) Und wenn man das eben nicht kann, ist, das Individuelle reinstellen kann,  
137 dann muss, kommt erst die 1:1-Meldung, dann muss gleich der menschliche Redakteur, die  
138 Korrektur schreiben oder zweite Meldung schreiben: Brand ausgebrochen, also, (.) und das müssten  
139 halt die Systeme dann auch leisten können, und dass dann wirklich auf solche Dinge drauf eingehen  
140 können (I:hm) #00:12:07-4#  
141  
142 I: Und diese Personen, ah. die du beschrieben hast, wo dieses neue Berufsfeld entstehen könnte, die  
143 sollten sich um das kümmern, oder das pflegen, oder #00:12:19-3#  
144 L  
145 C3: Sowohl als auch, also (.)  
146 die sollten sich darum kümmern und darum pflegen, also, das gehört zusammen. Also, man kann  
147 sicher nicht einem klassischen Journalisten (I:hm) zusätzlich die Aufgabe geben, dass er dieses  
148 System, dass er diese Software pflegt. Das wird er erstens nicht können, und zweitens wird er dann  
149 mit der Zeit nicht zu Rande kommen. Ich würd sagen, dass eher die klassische, klassische  
150 Archivarbeit noch eher, oder die Archivare, dann in der Pflicht sind, sich da drum zu kümmern. Weil  
151 ja, (.) weil man ja wahrscheinlich die archivarischen Datenbanken verwenden, (.) kann wo ja wo ja  
152 fast alles schon mal passiert ist (I:hm) Mit diesen, und es ist ja schon, es gibt ja kaum etwas, das  
153 passieren kann, was noch nicht passiert ist, irgendwo. (I:hm) Also wenn man diese Datenbanken  
154 brauchen, um die Maschinen zu füttern, (.) und niemand kann mit diesen archivarischen Datenbanken  
155 so gut umgehen oder so gezielt Informationen da rausholen, wie die Archivare. Weil die haben ja die  
156 Hoheit drüber und (.) kennen sich mit ihrer Systematik aus. Das, durchblicken wir auch nicht, wenn  
157 man da in so einem Archiv arbeitet. (I:hm) Also, (.) dass eher die archivarische Arbeit, aber die ist  
158 eben auch redaktionelle Arbeit, weil (.) direkt das was rauskommt, muss redaktionell tauglich sein  
159 (I:hm) Und um das zu überprüfen, ob das die Qualität hat um redaktionell in Frage zu kommen,

160 braucht es wieder einen Redakteur, insofern ist dieser, diese Schnittmenge da zwischen Datenarchiv  
161 und Redaktion #00:14:02-0#

162

163 I: Ist das so eine Art Brücken- (C3: ja) Brückenposition. (.) Hm (2.) wenn man sich jetzt vorstellt, dass  
164 vielleicht, ja, Beispiel in eurer Redaktion sowas eingesetzt werden könnte, dass man so einer  
165 automatisierten Textgenerierung (C3:hm) Welche Skills müssten zB JournalistInnen haben, die damit  
166 arbeiten? Oder sollen sie damit überhaupt arbeiten? Oder weder noch? Wie könnte das aussehen.

167 Fähigkeiten? #00:14:37-5#

168

L

169

C3: Bei uns in der Redaktion (4) Also das Wichtigste

170 wäre, dadurch dass wir viel über die Elektrobranche schreiben und viel Informationen von der  
171 Elektroindustrie bekommen (I:hm) dass (.) der Apparat und dann eben, also ich würd's nicht,  
172 unkontrolliert, auf die Homepage stellen bei uns (I:hm) Ich sag das grad, weil es ist wichtig, grad bei  
173 uns, außer das System ist so ausgeklügelt, dass es wirklich eben PR von Redaktion unterscheiden  
174 kann.Und das, Ich wüsst nicht, dass es unter den Anbietern bereits Systeme gibt, die das wirklich  
175 können (.) Hm. (.) Und es wäre dann die Auf- also, dieses System müsste können, dass man ihnen  
176 diverse Pressemeldungen quasi füttern,und dann kommt ein guter Text raus, da braucht es aber noch  
177 auf alle Fälle einen Redakteur, dessen Aufgabe dann wär, diesen Text nochmal ahm. quer zu lesen,  
178 oder durchzulesen und zu lektorieren, ob nicht PR-Floskeln drinnen sind ob nicht die PR, die PR-Info  
179 ob die eh rausgenommen ist. Und wirklich nur die Fach-Info drinnen ist, die für uns eben relevant ist.  
180 Das wär glaub ich die große Aufgabe. Hm. (3) was diese Systeme vielleicht schon leisten könnten bei  
181 uns, ah. wären Produktbeschreibungen, (I:hm) wenn neue Produkte vorgestellt werden und man sich  
182 wirklich mit den, ah. weiß nicht, mit den Datenblättern von den Kühlschränken, drin, Fernsehern, von  
183 whatever füttert, das dann ein guter Text rauskommt. Das könnt funktionieren. Wenn man diese Infos,  
184 diese Pressmeldungen komplett weglässt, wirklich nur die Datenblätter. Mit den Datenblättern füttern  
185 (.) Die Frage ist nur, wie dieses "Füttern" wie das dann funktioniert. Ob das nicht (.) die gleiche Arbeit  
186 wäre, den Text selber zu schreiben, wie die, wie diese Infos einzuspeisen, weil da wirklich, Daten für  
187 jedes Produkt individuell sind, dh. wenn du es einmal verwendet hast, kannst du es schon wieder  
188 wegschmeißen. (I:hm) Und du kannst es nicht archivieren, weil der nächste Fernseher der hat nicht,  
189 ja, der hat nicht die gleiche Ausstattung wie der davor. Das geht massiv auseinander, (.) oder heißt  
190 laut Hersteller, sehr, sehr unterschiedlich die Dinge. Also, es müsste (.) es müsste so ein Riesen-  
191 System sein, das (2) das so leicht zu bedienen ist, (.) puh, individuell ah. aus alten Datenblättern die  
192 Infos für neue Datenblätter rausnehmen kann, (.) wobei nicht, funktioniert nicht, weil wie kriegt er die  
193 Infos wieder von den neuen Datenblättern? Muss man das PDF hinschicken aber das (Lachen) klappt  
194 nicht. (unverständlich) Zu klein und zu speziell (2) (I:hm) also das ist, das (4) #00:18:09-9#

195

196 I: Das heißt die...ahm. (C3: ja, ) von der Zeit-, Zeitersparnis ist die (C3: Also, die), wiegt sich ein  
197 bisschen auf? Oder? #00:18:16-9#

198

199 C3: Ja äh. das kommt drauf an, wie lang es dauert eben das System mit den Produktdaten zu füttern  
200 (I:Hm) Wenn das wahnsinnig schnell gehen würd, dann würd es Sinn machen, wenn nicht, dann  
201 nicht. Und wie gesagt, und Kurzmeldungen und dergleichen (2) würd ich auf alle Fälle beim  
202 Fachmagazin nochmal gegen checken lassen vom Redakteur. (I:hm) #00:18:44-7#  
203  
204 I: Wie schaut es eigentlich aus mit dieser finanziellen ah. Perspektive ah. also (.) die Software es wird  
205 ja was kosten? (.) Aber gleichzeitig hast du vorher gemeint, bräuchte dann vielleicht,(.) oder die  
206 Arbeit, wo man dann Journalisten abstellt drauf, würde dann quasi übernommen werden? (C3: Ja)  
207 #00:19:12-8#  
208  
209 C3: Also, ich glaub schon, dass man sich auf Dauer, auf Lange, auf Dauer damit was ersparen kann.  
210 (I:hm) #00:19:21-8#  
211  
212 I: Das kommt auf die Größe des Unternehmens wahrscheinlich #00:19:23-4#  
213 L  
214  
215 C3: Ja, klar, ja, ja. Ahm (5)  
216 Da stellt sich immer auch die Frage, wenn, (.) wenn dann eben die Redaktionen verkleinert werden,  
217 (.) vielleicht hat auch die Branche gibt es dann den positiven Effekt, weil die Branche ist jetzt, was die  
218 Beschäftigung angeht, extrem prekär (I:hm) Also Bezahlung ist nicht besonders gut bei den  
219 Redaktionen, wahnsinnig viele Leute sind nicht angestellt, aber das weißt du eh (I:hm) Hm. oft sind  
220 es freie, die in Wahrheit nicht frei sind. (.) das ist eine sehr prekäre Branche und (2) vielleicht wär es  
221 gar nicht so übel, (.) diesen Massenansturm auf diese Branche auch ein bisschen einzudämmen und  
222 dafür diejenigen, die in der Branche arbeiten, vernünftig zu bezahlen und vernünftig anzustellen  
223 (I:hm) wie es in anderen Branchen ist. #00:20:33-7#  
224  
225 I: Ist das deine Perspektive als Chefredakteur? #00:20:37-8#  
226  
227 C3: Ja, klar, ja auch. Also als Redakteur und als Chefredakteur, also ich wollte als Redakteur einen  
228 fairen Vertrag haben und als Chefredakteur haben und dass meine Redakteure auch einen fairen  
229 Vertrag haben (I:hm) also, das gehört schon zur Aufgabe des Chefredakteurs auch, um seine  
230 Redakteure zu kämpfen. Weil du willst ja gute Leute haben, die Leute, die leisten was, die arbeiten in  
231 der Regel mehr als 40 Stunden (I:hm) und dann sollte man auch vernünftig bezahlt werden und auch  
232 vernünftig versichert sein. (.) Da hast du dann immer die Diskussion, natürlich mit der  
233 Geschäftsführung, in den Verlagen, die halt Einsparpotential suchen (.) Aber das gehört auch zum  
234 Job dazu, also, (.) ich glaub, dass das die meisten Chefredakteure um ihre Redakteure kämpfen. Das  
235 ist ein Teil davon. (I:hm) (3) #00:21:33-4#  
236  
237 I: Hm. Was noch für mich interessant ist, im Rahmen meiner Arbeit geht es ja auch ein bisschen so  
um diese, nicht nur was Technologie kann, sondern, ahm. so auch die Rolle des Journalismus für die

238 Gesellschaft ausmacht, also welche Tätigkeit soll in der Hand von Menschen bleiben? Also wo ist die  
239 Grenze des Einsatzes von Technologie? (C3: hm) (2) #00:21:59-8#  
240  
241 C3: Ahm. (.) das ist das, was ich vorher gemeint hab, genau an der Stelle, wo man recherchieren  
242 muss, da wo individuell Informationen gesucht werden und rausgesucht werden. Also (.) dort wo es  
243 gilt, einen Standpunkt zu vertreten (I:hm) Weil (.) so eine Maschine kann nur den Standpunkt  
244 vertreten, der in mit den Informationen mit denen ich sie bediene. ah. das ist glaub ich zu wenig (.)  
245 Weil so ein so einfach ist es ja nicht immer. Und da ist die Gefahr eben, dass (.) dass wir von PR  
246 überschwemmt werden. Hm, also (2) überall dort wo individuelle, investigative Geschichten gemacht  
247 werden, dort wo man sich vielleicht sogar gegen die PR-Maschinerie auflehnen muss, irgendwas,  
248 wenn (.) dort wo man vielleicht keinen neutralen Standpunkt halten soll und kann, also, wenn eine  
249 Agentur die Meldung verbreitet, die Erde ist flach (I:hm) dann kann die Antwort darauf,  
250 Journalismus, nicht sein, Person A sagt, die Erde ist flach, Person B sagt, die Erde ist rund, und dann  
251 ist es meine Aufgabe als Journalist zu recherchieren, ob die dann wirklich flach ist oder rund ist (I:hm)  
252 und dann schreib ich im Ergebnis auf, aha, nein, die Erde ist rund, wir haben uns das angeschaut.  
253 Und das sind Dinge, (.) die eine Maschine nicht leisten kann, bzw. wenn man es die Maschine leisten  
254 lässt, (.) ist halt die Gefahr sehr groß, dass dann eventuell rauskommt, die Erde ist flach weil im  
255 Datensatz, den die Maschine, auf den die Maschine zugreift, ah. drinnen ist, dass die Erde flach ist,  
256 weil eben der Datensatzersteller, noch irgendwer (.) wie auch immer diese Info verbreiten will, weil da  
257 halt der Datensatzersteller noch irgendwie, und da ist noch irgendwer ein Interesse daran hat, dass  
258 verbreitet wird, dass die Erde flach ist und das (.) und das ist etwas, wo man die Maschine nicht mehr  
259 kontrollieren kann. Weil sie gar nicht die Daten hat zur runden Erde. #00:24:25-8#  
260  
261 I: Ok, da sind wir eigentlich beim Punkt, der ganz spannend ist: Eben die Daten, Umgang mit den  
262 Daten, ahm. wie siehst du die Thematik der Transparenz, zB das aus, woher kommen die Daten, wer  
263 hat's geschrieben? #00:24:48-1#  
264  
265 C3: Ja Genau Hm. (.) Ganz klar, die, Gretchenfrage, mit welchen Daten arbeitet der Computer, das  
266 ist auch der Punkt, wobei, der Archivar, selber wieder redaktionelle Arbeit durchführen muss, in die  
267 wär, die Daten prüfen muss, und ob sie wirklich der Wahrheit entsprechen und wirklich eingespeist  
268 werden können, auf der anderen Seite werden die meisten Daten, nicht von Archivaren kommen,  
269 sondern von Agenturen kommen, von einer Datenbank, die wahrscheinlich, also ich nehme an, bei  
270 Fußballergebnissen wird die (.) wird die Bundesliga jeweils die Daten erstellen und vermutlich direkt  
271 weiterspeisen. (.) Das ist da beim, beim Fußball relativ harmlos aber es wird schon gefährlicher bei  
272 den Börsenkursen, ist gefährlicher natürlich, (.) auch bei politischen Themen wird's gefährlich, und da  
273 wo wirklich Interessen vielleicht dahinter stehen. Weil ich weiß nicht, ab der 3. Reihe wird es relativ  
274 undurchsichtig. #00:26:01-4#  
275  
276 I: Wie meinst du, aber der 3. Reihe? #00:26:02-0#  
277

278 C3: wenn irgendeine Agentur die Daten erstellt, oder irgendwo angeschlossen hab (I:ja) die Daten  
279 erstellt, dann kann ich noch relativ leicht erfahren, wer Eigentümer dieser Agentur ist (I:hm) oder  
280 vielleicht wer da zugehört, oder Sonstiges. Aber wer da hinter denen steht, das wird relativ schwierig  
281 und aufwändig kompliziert, dem nach zugehen. (.) Also (.) hm. das müsste man wahnsinnig  
282 transparent halten, das muss wirklich aus seriösen Quellen (.) kommen oder von seriösen Anbietern  
283 verarbeitet werden. Nur, wenn das nicht die Redaktionen selber sind (2) hm. das glaub ich, bei, bei,  
284 vielen Themengebieten relativ schwer, die Seriosität zu beurteilen (I:hm) Weil eben sehr oft  
285 irgendwelche Interessen da dahinter stehen. Die auf den ersten Blick noch gar nicht so klar sind,  
286 aber. #00:27:03-3#

287

288 I: Was könnten das für Interessen sein? #00:27:05-7#

289

290 C3: In der Regel sind es wirtschaftliche Interessen, aber es können auch politische Interessen sein für  
291 (3) ah. um Legitimation für irgendwelche politischen Tätigkeiten zu bekommen in der Bevölkerung (3)  
292 Und das Wort "Macht" ist ein bisschen House of Cards-mäßig, (I: Lachen) aber es spielt schon  
293 irgendwie auch rein aber (2) #00:27:41-9#

294

295 I: Das, was ich ein bisschen so raushör ist, weil du eben vorher auch schon erzählt hast, ja, da es  
296 sollte ein Redakteur sein, der was kontrolliert, (I:hm) es sollte immer jemand in der Redaktion sein,  
297 der irgendwie so Kontrolle drüber hat. Ahm. in dieser Datenaufbereitung und von den Daten bis hin  
298 zum Endprodukt sind ja ganz viele (C3:ja) verschiedene Stufen dazwischen. Wie siehst du diese  
299 Entscheidungsmacht ahm. wo kann man die abgeben, wo darf man sie nicht abgeben? Die  
300 Verantwortung letztendlich für diese Textproduktion? (4) #00:28:20-5#

301

302 I: Hm (3) Theoretisch (.) darf man sie nirgends abgeben. Weil theoretisch darf kein (.) Text auf die  
303 Plattform, der nicht redaktionell freigegeben ist. Das wird es in der Praxis nicht spielen, weil (.) dann  
304 hab ich den gleichen Ressourcenaufwand, wie wenn ich gar nicht auf Textgenerierung setze (2) Also,  
305 wird es wahrscheinlich so kommen, dass wenn die Quellen bekannt sind, wenn ich die Quellen, die ja  
306 die [\_\_\_\_\_] (Institution) sind oder die [\_\_\_\_\_] (Institution) oder vdie von mir aus die [\_\_\_\_\_] (Institution)  
307 (Presseagentur) oder sonstige Institutionen, denen man prinzipiell vertrauen kann, dass wenn sie  
308 Daten und Fakten zur Verfügung stellen, dass man dann auch wenn ein Fehler passiert ist, auch  
309 hinkommt und stimmt, also. (.) Das wär dann, wenn ein Banküberfall war und die [\_\_\_\_\_] (Institution)  
310 macht eine Aussendung, Banküberfall hat stattgefunden in Wien Floridsdorf, gehe ich davon aus, et  
311 hat einen Banküberfall gegeben in Wien-Floridsdorf. (I:hm) Und wenn das dann von solchen Quellen  
312 kommt, wird es wahrscheinlich so sein, dass dann auch nach dem Motto "der es zuerst online hat,  
313 bekommt die Klicks" nicht kontrolliert wird (I:hm, ok) Aber das ist schon grenzwertig und wenn die  
314 Quellen eben undurchsichtiger sind, (.) wäre ich stark dafür, es nicht auf die Plattform zu lassen, auch  
315 wenn man dann auf Klicks verzichtet, sondern erst einmal gegen zu checken. (10) #00:30:19-9#

316

317 I: Ok (.) Ja ich hab eigentlich von meiner Seite, passt das, passt schon, jetzt ist nur die Frage, gibt es  
318 noch von dir etwas, wo du sagst, das möchtest du noch gern abschließend sagen oder etwas, was  
319 noch ganz wichtig ist, was vielleicht nicht vorkam jetzt in dem Gespräch? #00:30:46-3#  
320  
321 C3: Hm (5) Ja ich glaub (.) nicht vorkam, ich mein jetzt, wie die Meinungen waren, die du bisher  
322 gehört hast, also, viele gerade im Journalismus ja natürlich negativ, die Angst haben, dass die Jobs  
323 flöten gehen. (I:hm) Ich seh es nicht so negativ. Also, ich glaub, dass wenn man Textgenerierung  
324 gezielt und richtig einsetzt (.) ahm. (.) kann man das (.) wirklich als sehr gute redaktionelle  
325 Unterstützung verwendet werden (.) Und man kann gut ausgebildete Journalisten (.) wirklich  
326 Tätigkeiten durchführen lassen, für die sie ausgebildet sind, die sie können. Die eine Maschine nicht  
327 leisten kann. Also es könnte die ganze Berufssituation vielleicht sogar verbessern. Also, es ist nicht,  
328 (.) also viel prekärer kann es ja nicht werden. Also,(3) #00:32:07-6#  
329  
330 I: Verbessern wohin? Also, was könnte sich konkret verbessern? #00:32:11-8#  
331  
332 C3: Ich hoffe, dass dann ah. (.) dass dann diejenigen, die im Journalismus landen, erstens wirklich  
333 journalistische Tätigkeiten machen, dass die dann in Anstellungsverhältnissen drinnen sind, dass  
334 eben, ah. nicht bei denen gekürzt wird, die angestellt sind,(.) sondern dass die prekären  
335 Beschäftigungen eingedämmt werden, (I:hm) ah. dass die, die im Journalismus arbeiten, dass man  
336 wirklich sieht, dass das eine Leistung ist, die honoriert wird. Die nicht jeder kann, die jeder kann, die  
337 man lernen muss, das ist ein Handwerk, das man lernen muss, das ist natürlich nicht so einfach, also,  
338 (.) dass das eben mehr ist als Zahlen abtippen oder eine [\_\_\_\_\_] (Presseagentur)-Meldung  
339 redigieren, nur das ist halt schon, eben ein Handwerk, das man lernen sollte, um es gut zu machen.  
340 Dass man gleich mehr Wertschätzung wieder (.) hm. gegenüber dem Journalisten aufkommt (3) und  
341 dass man sich halt auch vielleicht als Junger bewusst wird, dass man das wenn es nicht mehr dieses,  
342 Meer diesen undefinierbaren Jobs irgendwas bei Medien gibt, sondern wirklich journalistische  
343 Aufgaben und Aufgaben, die mit der Textgenerierung zu tun haben, das dann nicht mehr dieses: Ich  
344 will irgendwas mit Medien machen. Gibt. I: (Lachen) Diesen unglaublichen Ansturm auf (.) auf Medien  
345 in dem auf (.) die bekannten Medien dankend annehmen, in dem sie für Texte überhaupt nichts mehr  
346 bezahlen, sondern wirklich für einen unglaublich miserablen Zeilensatz (.) jemanden eine super  
347 Geschichte schreiben lassen, der es einfach macht wegen der Veröffentlichung in einem Medium. Ich  
348 wär nie auf die Idee gekommen, oder ein Elektriker würde nie auf die Idee kommen, einen, jemanden,  
349 der Elektriker werden will, eine Leitung zu verlegen lassen ohne das zu bezahlen, nur damit der,  
350 damit er mal eine Leitung verlegt hat irgendwo. Das ist ein Spezifikum im Medienbereich, der glaub  
351 ich nicht sehr gesund ist. Also (2) und dafür wird halt, könnte die Textgenerierung ein kleiner Baustein  
352 ahm sein (.) dass es sich verbessert. Auch weil es weniger Jobs gibt dann im Endeffekt (I:hm) (2) Und  
353 ich finde es spannend wenn Redaktion und Archiv zusammenwachsen, das ist einfach ein  
354 spannendes Feld. #00:35:14-6#  
355

356 I: Klingt interessant, ja. (C3: Das ist) Aber so Erkenntnisse im Bereich Informatik, Datenverarbeitung  
357 #00:35:23-3#  
358  
359 C3: Wirst du auch brauchen bei, zum Beispiel, du musst die Datenbanken pflegen können (I:hm) also,  
360 (.) ich weiß nicht, ich glaub, es gibt ja (.) ich du weißt das besser sicher, wie viel Anbieter gibt es  
361 inzwischen für Textgenerierung weltweit? 50, 100? Ich weiß es nicht (.) Hm. Also, mit denen, die  
362 musst du bedienen können, mit denen musst du umgehen können. Also, das ist klar (I:hm) (.) Und  
363 das werden die alten Archivare nicht können, das werden die Redakteure nicht können, da wird es  
364 Neue brauchen (.) Rinnt der Wasserhahn? (I: (Lachen) Wie das, damit die das gleich umsetzen  
365 können, auch und gleichzeitig auch im klassischen Archivbetrieb auch mithalten können, (I:hm) also  
366 nicht so unspannend die Entwicklungen. Nur, dass wirklich dann die, alle Jobs wegfallen und aus  
367 dem System investigativ Informationen rausholen, gerade irgendwo, die es noch nicht gab und  
368 wirklich individuelle Reportagen schreiben. Ich glaub, es gab in Russland hat mal ein System einen  
369 Roman geschrieben, nicht? (2) Weiß nicht, ob der gut angekommen ist. Aber ist bis das wirklich  
370 spruchreif ist, dass die wirklich Reportagen schreiben können, brauch ich Infos, die es noch nicht gab,  
371 die herbekommen, die dann auch nicht gefärbt sind, sondern wirklich (.) ans Medium angepasst sind,  
372 wird noch dauern, vermute ich. Aber wie gesagt, ich bin kein Experte (I:hm)



**A13.12. C4**

2 >> Vorgespräch vor dem Interviewstart <<

3 C4: Dazu? Und=und übernehmen mal die Recherechsammlung, (I: Hm) das könnte man

4 natürlich machen. (.) Macht der normaler Journalist aber auch in dem den Begriff mal in [

5 \_\_\_\_\_ ] (Suchmaschine) eingibt, und mal schaut, was kommt (I: Hm). #00:00:17-0#

6

7 >>So, Bitteschön (Hintergrundgeräusche)

8 #00:00:19-2#

9

10 C4: Wie man weiß, (.) die digitalen Assistenten, also wo man sagt: „Alexa bestelle uns jetzt

11 einen ahm. ein Achtel grüner Veltliner?“ (lacht) (I: Hm). Arbeiten ja auch so, weil da so im

12 Hintergrund (.) eine Spracherkennungssoftware; (I: Hm) die über (.) über halt einen, die halt

13 Befehle erkennt. (.) Das ist viel leichter, also als einen Satz verstehen; als ein Ganzes, das

14 kommt oft nur ziemlicher Blödsinn raus, nicht? Aber wenn du sagst: „Alexa; bestelle?“, weiß

15 die genau, „aha bestellen“. (.) Das ist, das gibt es wenig ahm. Irrtumsmöglichkeit, nicht?

16 (seufzt) Und dann kommt es darauf an ob das nächste Wort, was ich bestellen soll, (.)

17 erkennt? (lacht) (I: Hm) (.) Und so ähnlich könnten z.B. auch ahm. ahm. könnte z.B. auch

18 eine Software arbeiten, im=im Journalismus, nicht? (I: Hm) Ahm. Ahm. Schwierig wird es,

19 wenn diese Software ein Interview führen soll. (lacht) (seufzt) (I: Hm). Ahm? Man kennt das

20 allerdings auch von diesen digitalen Assistenten, die geben manchmal auch eine Antwort,

21 die sogar ganz witzig ist. Ja? (I: Hm) (.) Aber natürlich weil die einfach nach einer

22 Wahrscheinlichkeit „hm, was antwortet man auf so eine Frage normalerweise?“ (lacht) Dann

23 halt eine entsprechende Antwort geben. Ja? #00:01:46-5#

24

25 I: Ja, also (.) sie hat antworten das was statistisch gesehen, häufig, am häufigsten

26 vorkommt- #00:01:52-2#

27

28 C4: Am häufigsten, am häufigsten vorkommt; also sie verstehen die Frage vom Muster her;

29 (I: Hm) und antworten nach einem Muster. Irgendwie wie ein Expertensystem, nicht also?

30 Der Journalist arbeitet auch ein bisschen so, nicht? (I: Hm) Also du hast da, du hast da eine

31 Story; und schaut einmal nach, was hast du, wenn du jetzt bei dir selbst recherchierst, was

32 hast du schon mal darüber geschrieben. (I: Hm) (.) Also (.) und manchmal verwendest du

33 auch Bestandteile, und so wird eben Roboterjournalismus auch arbeiten, diese Story für

34 eine neue Story. (I: Hm) Also wirst du das Rad nicht zwei mal erfinden. Und bei besonders

35 standardisierten Sachen, also ich glaube eine der Rob= einer der Anwendungen von

36 Roboterjournalismus ist, äh. so hm. wir haben da kein Beispiel da, aber Sportergebnisse. (.)

37 Äh. Ja. Die kommen eh rein; ja äh. (.) die kommen ja schon digital rein. (I: Hm) Alles was du  
38 tun musst, äh. ist=ist dann noch eine Überschrift machen (lacht), ist (.) auch relativ einfach  
39 ja? Ahm. ahm. und=und dann gibt es, „ja in der Bewegung so und so trennten sich“, also  
40 das immer die gleichen Sätze. Wenn du dir mal anhörst, wie Sportreporter reden; das sind  
41 völlig standardisierte Sätze; ahm. und du muss eigentlich nur mehr die Ergebnisse einfüllen.  
42 (.) Das wäre jetzt keine Kunst. (.) Der Journalist, der Printjournalist; oder der  
43 Onlinejournalist, macht das dann meistens so, er lässt die Sachen, die er schon beschrieben  
44 hat stehen; also genauso wie ein (.) (I: Hm) Roboter das machen würde, und fügt die  
45 Ergebnisse ein. Fertig! (I: Hm) (.) Mit (.) mit Kopieren und Einfügen. Also ja. Aber okay, du  
46 wolltest mich ja (.) sicher was anderes fragen, oder? (lacht) #00:03:42-4#

47  
48  
49 I: Ja war eigentlich schon ganz in die Richtung, ahm. eigentlich so die erste Frage wäre eh  
50 gewesen, ahm. #00:03:47-6#

51  
52 C4: ( ) #00:03:52-1#

53  
54 I: Ahm. Jetzt einmal die erste Frage zu Roboterjournalismus, Algorithmen, Algorithmischer  
55 Journalismus, was du damit verbindest, inwieweit du dich damit schon beschäftigt hast, und  
56 du hast eben schon ein bisschen erzählt, was deine Gedanken dazu sind oder auch ahm.,  
57 dass es eben in der Sportberichterstattung (.), dass es da eben schon ahm. zum Einsatz  
58 kommt. #00:04:17-5#

59  
60 C4: Oder Fernsehprogramme. (.) Also Programmzeitschriften, ahm. (.) werden zwar noch  
61 geschrieben von Menschen; ja? Aber die übernehmen meistens fertige (I: Hm) (.) schon  
62 fertige Sachen, nicht? Ahm. (seufzt) Äh. Äh. Ich war 13 Jahre bei der [ \_\_\_\_\_ ]  
63 (Medienunternehmen) und der Techno-Papst von [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) und habe  
64 dann auch das [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) gegründet, und ahm. (.) und bei [ \_\_\_\_\_ ]  
65 (Medienunternehmen) ist das Wichtigste, der=der TV-Programmteil. (I: Hm) In früheren  
66 Zeiten, wurde der wirklich geschrieben. Heute wird der zugeliefert. (I: Hm) Und nur noch  
67 ganz bestimmte Sachen, weiß was ich, Empfehlungen oder so, werden (.) werden = werden  
68 von der Redaktion selber gemacht. (I: Hm) (.) Und da schauen sie in Wirklichkeit nach, in  
69 irgendwelchen Filmlexika was so drüber gestanden ist. Ha! (lacht) #00:05:12-8#

70  
71 I: Ja, ahm. wenn wir jetzt sich vorstellt, dieser Algorithmischer Journalismus, wenn es darum  
72 geht, Sportberichterstattung (C4: Ja), Programme, was auch immer zu automatisieren, ahm.

73 was für denn das für vor oder Nachteile haben, wenn man das in einer Redaktion jetzt  
74 einsetzt. #00:05:28-7#

75

76 C4: Naja der= der Vorteil wäre natürlich, (.) dass du für eine, (.) Ahm. (4) wäre natürlich (.),  
77 dass du natürlich so formalisierte Sachen, (.) äh. gut das machen die Leute eh nicht, weil sie  
78 = weil sie ja mit Kopieren und Einfügen. (I: Hm) Aber sowas könntest du natürlich, (.) alles  
79 was formalisiert ist, ließe sich sehr leicht auch von einer Maschine machen. (I: Hm) Nicht?  
80 Also äh. auch wenn du einen sehr eingeschränkten Satzsatz hast, mit der immer der  
81 gleichen Stehsätzen, (.) die so verbales Füllmaterial sind, aber es ist immer, wie gesagt,  
82 also Standardsatz: „Bei der Begegnung so und so, zwischen Ried und äh. Lask, trennten  
83 sich die beiden Kontrahenten, mit (.)“ und dann kommt (I: Mit 1: 3), dö=dö. „Das äh.  
84 Siegetor schoss“. So. „In der so und sovielten Minute“. (.) Naja, das = das traue ich einem  
85 (lacht) einer künstlichen Intelligenz, schon zu, dass sie das zusammenbringt. Ja? (I: Hm) (.)  
86 Nicht? Also, das erfindet ja der Kollege, in Wirklichkeit nicht jedes Mal neu. (.) (I: Hm) Also  
87 wenn er schreibt, arbeitet er halt mit Kopieren und einsetzen und äh. (.) ja. (3) Also du musst  
88 da halt mal anschauen wo= wo sind überall so, standardisierte Sachen gibt, schwieriger wird  
89 es dann, (.) wo du natürlich auch äh. das Einsetzen könntest für Recherche nicht? (I: Hm)  
90 Also? „Alexa such alles über“. (I: Hm) Nicht? #00:07:21-8#

91

92 I: Wäre eine Möglichkeit? #00:07:21-8#

93

94 C4: Wäre= wäre eine Möglichkeit nicht? (.) Ahm. Die=die Sache ist jetzt nur, kriege ich dann  
95 eine= eine [ \_\_\_\_\_ ] (Suchmaschine) -Trefferliste? Oder begreift das Programm genauer  
96 worum es geht. (I: Hm) Das heißt, trifft es eine Auswahl. (.) Das ist ja das Problem, dass du  
97 bei so [ \_\_\_\_\_ ] (Suchmaschine)- Treffer (.), was weiß ich, weil ich bei [ \_\_\_\_\_ ]  
98 (Suchmaschine) suche, weil ich glaube eine E-Scooter Geschichte gemacht habe? Ahm. Ich  
99 suche, (.) die Amperestunden von einem E-Scooter, ( ) Datenblatt haben. (.) Na was  
100 kriegst du natürlich? Die Hälfte der Seiten, die das ausspucken, sind keine Datenblätter  
101 sondern, sondern irgend ein Blödsinn wo es um irgendwelchen Akkus geht. (I: Hm) Ja. Aber  
102 nicht um den Scooter. (.) (I: Hm) Weil [ \_\_\_\_\_ ] (Suchmaschine) kann sich entscheiden, legt  
103 es jetzt wert auf die Amperestunden oder = oder auf den Scooter-Namen. Oder ich kriege  
104 lauter Verkaufsseiten, wo aber erst wieder nicht die gewünschte Information, wieviel  
105 „Amperestunden hat der blöde Akku“ von dem E- ( ) drinsteht. (I: Hm). Also eine  
106 Software die das gewichten könnte, und die da das raussucht, das wäre schon ganz  
107 praktisch. (.) Aber das wäre sozusagen, das wäre unterstützend zu Beschleunigung einer  
108 Recherche. #00:08:36-0#

109

110 I: Hm. Das heißt also als ein bestimmter Zeitaspekt dabei. #00:08:39-8#

111

112 C4: Ein Zeitaspekt. Die=die Abfrage von Datenbanken, die vielleicht nicht öffentlich sind. Ja?

113 (I: Hm) Also, okay bei Wikipedia kann jeder nachschauen aber es gibt ja andere Quellen

114 auch. (4) Und nicht alles lässt sich, und [ \_\_\_\_\_ ] (Suchmaschine) hat nicht überall die

115 Erlaubnis ahm. äh. die=die Sachen überhaupt zu scannen, was auf (I: Hm), was auf Seiten

116 sind. Also (.) konventionelle Suchmaschinen finden vielleicht 10 Prozent des wirklichen

117 Contents im Internet. (.) Auf das andere dürfen sie gar nicht untersuchen, dürfen sie nicht

118 indizieren; (I: Hm) oder finden es nicht einmal. #00:09:18-6#

119

120 I: Das sind also Crawler, praktisch ( ) #00:09:22-3#

121

122 C4: Ja genau! (.) Genau. Das sind so Crawler; und wenn (.) man die Seite nicht

123 durchsuchbar macht, seine Website, dann kann der Crawler auch dort nix finden. (.) Oder

124 wenn das überhaupt geschlossene Systeme sind, (I: Hm) sagen wir Datenbanken, die was

125 Wert sind, wo die Information verkauft wird, na, das. (3) Du möchtest gerne an eine Studie

126 kommen, die= die 30.000 Euro kostet. (lacht) Das kannst du schon in [ \_\_\_\_\_ ]

127 (Suchmaschine) eingeben (lacht) (I: (lacht)) Ahm. Da kommst du dann auch auf die Seite

128 des Instituts, die das hat oder, dass oder =oder so; aber du kommst= aber du kriegst die

129 Studie nicht. Da steht dann, „okay du kannst sie kaufen“. Na Und? (lacht) (I: Hm)

130 #00:10:05-4#

131

132 I: Ahm. Was mich interessieren würde, ahm. wenn= wenn es in einer Redaktion z.B. Einsatz

133 findet, z.B. algorithmischer Journalismus. #00:10:15-7#

134

135 L

136

137 C4: Ja was= was natürlich schon, in ahm. (.) Was es = es gibt zwar (.) gegensätzliche

138 Tendenzen eigentlich im Journalismus. Durch die Digitalisierung ganz allgemein. Erstens

139 kannst du von viel kleineren Redaktionen, (I: Hm) ahm. ein journalistisches Produkt erstellen

140 lassen. (I: Hm) (.) Es gibt keine besonderen technischen Hürden, also, sagen wir (.) die

141 Investitionskosten um Journalismus heute zu machen; (.) sind ein Internetanschluss und ein

142 Notebook, und äh. und wenn du im Print bist ein Layout-Programm, (.) ein

143 Textverarbeitungsprogramm (I: Hm) und dann=und dann ist es schon ziemlich, ja vielleicht

144 noch ein Fotoapparat, dann ist schon ziemlich zaumgähmt. Also (I: Hm) äh. (.) Und damit

145 könntest du bereits, ein Printprodukt herstellen. (I: Hm) Ich meine, du musst jemanden

146 finden, der das druckt, aber bist zur Druckvorstufe könntest du das jetzt mal mit Desktop -

147 Publishing selber machen. (: hm (verneinend)) Das hat früher Unsummen gekostet, heute  
148 (lacht) und wann du (.) wann du im=im Bereich des Onlinejournalismus gehst, ist es noch  
149 viel billiger, weil da musst du nicht einmal was drucken. (I: Hm) (.) Du kannst sogar gratis  
150 Webspace verwendet, indem du irgendwo einen Blog schreibst. Oder=oder [ \_\_\_\_\_ ] (Social  
151 Media Plattform), oder was weiß ich. Na? Ahm. (.) äh. (.) Das (.) und es gibt (.) äh. (.) also  
152 die Investitionskosten, wenn wir jetzt vom Papier und diesen Sachen absieht, sind also  
153 relativ= sind gesunken, und ahm. (.) es lassen sich halt jetzt schon sehr viele Sachen zentral  
154 anliefern, zentral abfragen, und dadurch braucht man eigentlich äh. außer für wirklich so  
155 Hard-Core-Recherche, investigativen Journalismus, (.) das findet man dann auch nicht im  
156 Internet (I: Hm) Ja? Aber für so Standard -Journalismus ja; eigentlich immer weniger Leute.  
157 (.) Nicht? Bzw. du kannst es auslagern, (I: Hm) eben wenn du das komplette  
158 Fernsehprogramm, (.) äh. das wird für den ganzen deutschsprachigen Raum, ich weiß jetzt  
159 nicht wie = wie die heißen (lacht), gibt es vielleicht auch nicht nur einen Anbieter sondern 2  
160 oder 3, erstellt, und findet=findest dann in jeder Programmzeitschrift. (.) Ich meine früher  
161 sind Leute gesessen und haben (.) und haben = und haben das aus allen möglichen  
162 Quellen zusammengedickt. Das ist alles von gestern. #00:12:56-3#  
163  
164 I: Das heißt diese alogrithmsiche Journalismusgeschichte ist jetzt gar nicht so dieser  
165 Wahnsinns Durchbruch, sondern eigentlich eine Weiterentwicklung #00:13:04-7#  
166 L  
167 C4: Ist eigentlich eine kontinuierliche Weiterentwicklung von dem was wir haben. (I: Hm)  
168 Und= und die andere Geschichte ist natürlich, einerseits brauchst du für eine  
169 journalistisches Produkt immer weniger Leute, (I: Hm), aber dafür gibt es immer mehr  
170 journalistische Produkte. Weil durch das Internet halt, (.) ahm. und durch halt ahm. und auch  
171 ahm. durch=durch ahm. mobile Anwendungen also ja auf Handy optimierte Sachen, halt  
172 ganz neue journalistische Produkte, ja auch entstanden sind. Nicht? (I: Hm) Es gibt jetzt  
173 sehr viel mehr. Weil jeder der ein Notebook hat, kann sozusagen jetzt publizieren. (I: Hm)  
174 Äh. Das ist ja auch das bisschen das Problem vom=vom Web 2.0, es gibt ja dann so (.) äh.  
175 so Erscheinung wie, wie den Influencer (I: Hm) , der auf einmal eine Rolle einnimmt, die  
176 früher der Journalist hatte. (I: Hm) (.) Und der ist aber gar nix eigentlich. Der hat weder ein  
177 Medienhaus hinter sich, noch sonst irgendetwas, ja? (.) Ahm. Der hat nur eine gewisse  
178 Cuzpe und stellt halt, was weiß ich, auf [ \_\_\_\_\_ ] (Video-Plattform) ein Video (I: Hm) und  
179 eröffnet einen Kanal. (I: Hm) Und es ist ganz witzig, wie=wie die Konzerne auf sowas  
180 reagieren, ich meine die könnten auch sagen, das interessiert uns nicht, aber ahm. (.)  
181 manche Influencer haben, werden behandelt als wären sie Verlage. (lacht) Ja! (I: Hm) Ja so!  
182 Und die verdienen inzwischen auch Geld damit. Also das ist jetzt nicht so, dass die kein  
183 Geld verdienen. #00:14:39-5#

184

185 I: Genau, aber die könnte man auch automatisieren? #00:14:39-5#

186

187 C4: (lacht) Die Influenzier ließen sich sogar besonders leicht automatisieren, (I: (lacht)) weil

188 die, äh. (lacht) naja, äh. weil der Influencer nicht sehr viel recherchiert, eigentlich gar nix.

189 Nicht? Der Influencer sagt, „du das Handy, ahm. (I: (lacht)) gefällt mir weil, hm. ja = ja“.

190 Finde ich eigentlich ganz cool“ (lacht) Und der Schmeek des Influencers ist, dass er das halt

191 irgendwie authentisch rüberbringt, oder dann doch irgendeinen interessanten Aspekt findet,

192 warum=warum sich die Leute das dann anschauen oder (.) ding. (I: Hm) Und =und dort

193 Follower werden und Abonnent werden. Nicht? #00:15:26-6#

194

195 I: Ich habe jetzt noch eine Frage zum ahm. Einsatz von algorithmischen Journalismus in=in

196 Redaktionen? Ahm. Man braucht dafür strukturierte Daten, also bestimmte Form die vorliegt,

197 damit der Algorithmus damit arbeiten kann. Ahm. (.) Jetzt ist es halt so, dass

198 Journalistinnen, Journalisten damit konfrontiert werden, dass sie damit umgehen, müssen

199 oder wollen. Jetzt ist die Frage, was sinnvoll ist für sie oder wie siehst du das, was ist

200 wichtig, was sollten sie bedenken, oder was sollten sie können? Ahm. Wen würde man eher

201 nehmen, als Journalist ahm. oder als Journalistin, wo man sagt, ich hab das jetzt in der

202 Redaktion ahm. ich will jetzt ahm. jemanden haben, der jetzt für mich arbeitet? #00:16:09-2#

203

204 C4: Naja du wirst=du wirst auf keinen Fall jemand äh. nehmen, der eine Abneigung dagegen

205 hat (I: Hm). Also du wirst den [ \_\_\_\_\_ ] (Datenschutzaktivist) glaube ich nicht einstellen. Also

206 das ist glaube ich, ist keine gute Idee. Ja, weil da, der wird dann noch Betriebsrat und da

207 steht die Bude. Ja? Also, das wirst du sicher nicht machen. Ja? Äh. Du wirst schon jemand

208 der keine Angst vor dieser Technologie hat (I: Hm). Na? Weil=weil (3) als (.) wenn du lang

209 genug im Journalismus bist, (.) weißt du eh was nicht automatisierbar ist, (lacht) ohne

210 weiteres. (I: Hm) Und deswegen wirst du da keine Panik kriegen. (5) Ich meine (.) man weiß

211 natürlich nicht, wie die künstliche Intelligenz sich entwickelt und welche Fortschritte die=die

212 (I: Hm) macht. Ja? (.) Wenn die künstliche Intelligenz, wirklich menschenähnlich (.) wird,

213 dann (3) dann ja, dann (lacht) gäbe es natürlich äh. (.) wenn das natürlich dann, gibts dann

214 keine Reservate mehr, wo du sagst, „okay das kann nur der Journalist“. (I: Hm) (.) Wenn er

215 die Software wirklich (.) oder (.) ein Rechner (lacht), oder wie auch immer, zusammen mit

216 der Software, (.) wirklich versteht, wirklich versteht was das Gegenüber sagt, (.) und wirklich

217 versteht, also die Geschichte versteht, die es produzieren soll, (I: Hm) (.) und wirklich

218 intelligent nachzufragen beginnt, (.) auf ein Ziel hin ja? Oder Widersprüche entdeckt. (.) Ja

219 dann kann es natürlich, könnte mit dir auch ein Interview führen. Aber ich glaube das sind

220 wir weit weg. (3) Weil Siri sagt immer, wenn=wenn sie irgendwas nicht verstanden hat: „Das  
221 verstehe ich (lacht) nicht“. Ja=Ja eh! #00:18:06-2#

222 #00:18:08-5#

223

224 I: (lacht) (3) Ahm. Du hast ja, schon ganz viele Jahre Erfahrung im Journalismus und hast ja  
225 auch diesen Prozess, diese Digitalisierung und das alles miterlebt. Ahm. Wie siehst du jetzt  
226 diese Entwicklung von diesen algorithmischen Journalismus, auf was steuern wir da zu.

227 #00:18:25-3#

228

229 C4: (3) Ich sehe das gar nicht so (.). Also ich sehe es mehr so, wie du eh gesagt hast,  
230 also=also eine kontinuierliche Entwicklung. (I: Hm) Ahm. Das halt Sachen automatisiert  
231 werden, die jetzt zum Teil eh auch schon automatisiert sind, dann macht es halt gleich das  
232 Programm. (3) Du ersparst dir sozusagen, den =den Journalisten der mit Paste und Copy da  
233 sitzt und (I: Hm) ich so seine, seine Story zusammen zimmert, (.) oder hat irgendwelche  
234 Ergebnisse ein=einfüllt, die (.) äh. den=den ersparst du dir. (I: Hm). Na? #00:19:04-1#

235

236 I: Und die Journalisten und JournalistInnen #00:19:06-3#

237

L

238

C4: Du ersparst dir vielleicht auch irgendwelche

239 (.) Archivare, so ob sie dir überhaupt noch gibt (lacht). Äh. (I: Hm) Weil äh. (.) wenn eine  
240 Software begreift, was du in Datenbanken suchst, (.) dann brauchst du keinen Menschen  
241 der da nachschaut. (I: Hm) #00:19:23-2#

242

243 I: Das kann ja auch automatisch suchen. #00:19:25-9#

244

L

245

C4: Kannst automatisch suchen. Oder

246 Fotoredaktionen. Na? (.) (I: Hm) Ich meine was machen Fotoredaktionen heute. (.)

247 Fotoredaktionen (3) äh. das ist auch in hohen Grad zentralisiert und automatisiert. (.) Das

248 gibt es Schonbild-Agenturen oder (.) sonst halt, äh. (.) oder Bildagenturen. (.) Davon hat

249 man mit manchen einen Deal (.). Also da zahlst eine Pauschale (I: Hm) und dann kannst,

250 die=die Fotos gratis nehmen, (.) ahm. oder=oder du hast besonders gute Konditionen. Und

251 äh. (.) ahm. Fotoredakteurin geht her (.) und sagt okay „ich mache (.) ich brauche einen

252 Aufmacher mit Ostern?“ Da gibt die wirklich ein Ostern. (I: Hm) Oder Osterhase. (I: Hm) Und

253 schon spuckt das aus: Osterhasen. (.) Eigentlich brauche ich da keine Fotoredakteurin

254 dafür. (I: Hm) Das könnte ich erstens (.) der Journalist übernimmt sowieso immer mehr

255 Sachen, in der Produktionskette, die früher (.) Spezialisten übernommen haben. (I: Hm) Die

256 auch aus Kostengründen, na? #00:20:39-6#

257  
258 I: Könnte das bei dem jetzt auch, so sein? #00:20:38-7#  
259  
260 C4: Die=die naja, das wäre dann sozusagen die=die den Journalisten dann ersetzt. Nicht?  
261 Aber ahm. oder =oder Roboterjournalismus einen Journalisten ersetzt. Aber natürlich (.)  
262 ahm. wenn ich es mir einfach machen möchte, als=als Journalist, dann spare ich gleich mal  
263 die Fotoredaktion ein. (.) Weil, erstens könnte ich selber das eingeben, (I: Hm) (.) ich könnte  
264 natürlich aber auch irgendeinem (.) irgendeinem Programm sagen, irgendeinem Crawler  
265 sagen, „du (.) ich brauche ein Bild von ?“ Suche mir das!“ (.) Und (.) dem könnte ich auch  
266 sagen, (.) was es kosten darf, und so weiter (I: Hm). Also alle die Sachen, die =die eine  
267 Fotoredaktion macht? Das ist (.) relativ unproblematisch automatisierbar. Nicht? (I: Hm) (.)  
268 Also muss man eben nicht nur an die Redaktion im engeren Sinne denken, (.) könntest auch  
269 beginnen, das Layout z.B. den Art Direktor zu ersetzen. (.) (I: Hm) Was= weil, was macht in  
270 Wirklichkeit der Art Direktor. Er nimmt (.) du erzählst ihm, „ja da haben wir eine Story die ist  
271 so und so?“ und dann schaut der Art Direktor einmal nach, (.) wann haben wir denn zuletzt  
272 so eine Geschichte gehabt. (.) Und genau die nimmt er her. (I: Hm) Und dann sind sie dann  
273 relativ unflexibel, wenn du dann sagst: „Nein ich hätte das gerne aber anders und Dings und  
274 ned so“. Dann musst dann eher du den Text zusammenpassen, weil das halt bequem ist. (I:  
275 Hm) Nicht? (.) Ahm. und= und so = und so etwas könnte natürlich eine Software auch. (.) (I:  
276 Hm) Du hast das ja z.B. bei Webseiten so, (.) dass du bei Webseiten die du dir nicht mehr  
277 selber erstellt, sondern (.) bei den = bei den üblichen, Website-Baukästen kannst du wählen  
278 aus 1000en Vorlagen, wie= wie das Layout ausschauen soll? Das hast du im null-komma-  
279 nix zusammengeklickt? (.) Und fertig. (I: Hm) Da baut niemand, (.) in irgendeinem [ \_\_\_\_\_ ]  
280 (Programm) oder äh. in einem= in einem na, na wie heißt das Ding von= von [ \_\_\_\_\_ ]  
281 (Softwareunternehmen) schnell. #00:22:53-1#  
282  
283 I: [ \_\_\_\_\_ ] (Programm)? #00:22:53-0#  
284  
285 C4: Oder [ \_\_\_\_\_ ] (Programm) oder [ \_\_\_\_\_ ] (Programm). Wenn man mal auf eine  
286 Internetseite geht, die händisch auf die Seite.  
287  
288  
289 den [ \_\_\_\_\_ ] (Programm) hab ich noch gelernt. (lacht) L  
290 C4: Sondern du nimmst eine fertige, (I: Hm) und nimmst mehrere fertige, und arangierst da  
291 die Element und fertig und fertig ist das Layout. (I: Ja.) (.) Dazu (.) wenn du, (.) wenn du  
292 dafür einen=einen Menschen der (.), das sind die besten, du muss ja immer die Gehaltes- (  
293 ) in einer Redaktion sehen. (lacht), wo es besonders attraktiv ist (I:lacht), zu ersetzen? Der I: Ja



294 ist ist z.B. sehr attraktiv zu ersetzen, weil es meistens neben dem Chefredakteur, der der am  
295 meisten verdient, der Art Director. (3) Wenn du dir da auf die flotte einmal 7000 Euro oder  
296 8000, was der jetzt verdient, ersparst? Cool. #00:23:41-1#

297

298 I: Könnte, könnte das lukrativer sein, also mit einer Software dann zu arbeiten stattdessen.

299 #00:23:46-5#

300

301 C4: Genau. #00:23:46-5#

302

303 I: Was ist dann eigentlich mit dem Journalisten und JournalistInnen? #00:23:47-7#

304

L

305

C4: Aber da= da zum= zum Teil brauchst

306 die Software gar nicht (lacht), weil (.) das könnte= das könntest du als Journalist unter

307 Verzicht auf den Art Director (I: Ahm.) auch jetzt schon selber machen. Ja? (I: Hm) Äh. äh.

308 also das könntest du jetzt auch schon selber machen, aber (.) äh. wenn du= wenn dir das

309 auch noch zu mühsam ist (lacht), kannst du das natürlich automatisieren lassen, nicht?

310 #00:24:09-4#

311

312 I: Aber das heißt, ahm. #00:24:14-4#

313

L

314

C4: Oder=oder du könntest z.B: hergehen; also autorisierend, du

315 sagst, „naja (.) ich hätte gerne (.) jetzt eine Story“, warte mal was haben wir da (Teilnehmern

316 blättert in seinem mitgebrachten Produkten), haben wir da gehabt? (blättert). Aso! Na die ist

317 ein bisschen komplizierter, weil das= das ist z.B. was =was schwerer zu automatisieren ist

318 (Teilnehmer zeigt ein Beispiel aus seinem mitgebrachten Produkten), nicht? Aber (.) ahm.

319 (3) (blättert). (3) Nehmen wir diese Geschichte her. (Teilnehmer zeigt ein Beispiel aus

320 seinem mitgebrachten Produkten)(4). Da! Ein Notebookvergleich, ahm. über Ultra-HD

321 Notebooks (I: Ja das kann man). Lasst sich vom Layout her, relativ leicht automatisieren,

322 und zwar sogar (.) recht intelligent, in dem ich sage: „Du (.) mache mir jetzt mal Vorschläge,

323 (.) Alexa? Oder Google? Mach ma doch mal Vorschläge ahm. Ich suche jetzt Layouts für

324 Notebookvergleich“. (I: Ja.) Dann sucht er mal in der Layoutdatenbank nach, und dann sucht

325 er noch international. (.) Und da sage ich: „Du das (.) so gefällt es mir, das nehmen wir“. (.)

326 Dann flader ich einfach des Layout. #00:25:30-2#

327

328 I: Ja im Endeffekt, beim Layout ist es ja auch immer, gibt es ja ganz bestimmtes Regelwerk.

329 Und zb. die Firma die halt mehr zahlt, dessen Produkt ist größer -kleiner und das kann man

330 relativ leicht in einem (gemeint ist die automatische Größenescalierung der abgebildeten  
331 Produkte zueinander) in einem Algorithmus. #00:25:42-7#  
332 L  
333 C4: Ja. Das könntest= das könntest reinschreiben?  
334 Ahm. (.) Das kannst du immer noch selbst machen. Also (.) (I: lacht) man muss ja nicht alles  
335 machen lassen! Das wäre übrigens auch gar nicht so gut, weil die Software weiß, dass dann  
336 natürlich (.), dass das jetzt nicht zufällig größer ist, (I: Hm) und da sind wir dann bei einem  
337 sehr heiklen Ding im Journalismus, das eben Journalismus (.) ahm. wie soll man sagen, fast  
338 nichts ein Zufall ist. #00:26:11-5#  
339  
340 I: Ja wo siehst du da vielleicht die= die negativen Seiten oder wo=wo man sagt, okay in der  
341 Redaktion da müsste man vorsichtig damit sein (in Bezug auf automatisierte  
342 Textgenerierung). #00:26:19-7#  
343  
344 C4: Naja, die negative Seite wäre (.) wenn du der Software zu viel verrätst, (lacht)  
345 Redaktionsgeheimnissen? #00:26:28-1#  
346  
347 I: Ah. Ja. #00:26:28-8#  
348  
349 C4: Äh. und (.) jemand äh. (.) Also (.) und jemand hat Zugriff auf die Software und sieht das,  
350 (I: Ja) macht einen Screenshot, (3) unangenehm. (I: Hm) Oder (.) ich meine wir haben ja die,  
351 (.) Wikileaks hat ja immer davon (lacht) gelebt, dass irgendwelche Leute mit einem USB-  
352 Stick, die keiner=keiner als Gefahr erachtet hat, ja dann irgendeinen Militärcomputer geht  
353 und sich einfach da (.) hm 2 Gigabyte an Daten, an Videos und Material rüberzieht, und ihm  
354 wieder abzieht. (.) Ja. (3) Na jetzt stellt dir vor, da sind=da sind die ganzen Hintergrunddeals  
355 bei den 2 Gigabytes dabei, die Verlage haben, mit Inserenten (I: Hm), die nirgends  
356 aufscheinen. (3) Oder mit politischer Einflussnahme. (I: Hm) Also wann du da reinschreibst,  
357 bevorzuge eine bestimmte Partei, wenn du das einer Software sagst, nicht, dann ist es  
358 protokolliert. (.) Ich meine das kann eine Journalist natürlich auch erzählen, nicht, aber  
359 dann=dann werden die das natürlich abstreiten und wenn du das nicht beweisen kannst, (3).  
360 Eine der (.) es gab ja mal (3) [ \_\_\_\_\_ ] (Softwareunternehmen) hätte es fast einmal erwischt,  
361 (.) wenn nicht äh. in den USA die Regierung gewechselt hätte, da waren dann wieder die  
362 Republikaner dann, dann (.) waren der große [ \_\_\_\_\_ ] (Softwareunternehmen) - Prozess  
363 wieder Geschichte. (lacht) Ahm. [ \_\_\_\_\_ ] (Softwareunternehmen) konnte man eben  
364 nachweisen, mit welchen Methoden sie Konkurrenten, äh. die genau das gleiche Produkt  
365 hatte, einfach (.) aus dem Feld gekickt haben. (I: Hm) Ja? (.) Und das Hauptproblem von [

366 \_\_\_\_\_ ] (Softwareunternehmen) war, dass diese Vollidioten; äh. Mails geschrieben haben,  
367 wo das drinstand. #00:28:31-7#  
368  
369 I: Ah. (lacht) #00:28:30-5#  
370  
371 C4: (.) Und dann brauchst du nur den Mailverkehr, (.) es wurden dann halt, dann wurde halt  
372 dann der Mailverkehr vorgelegt, nicht? (.) Oder es wurde vom Gericht beantragt, „legt den  
373 Mailverkehr offen“. (I: Hm) Da stand da drin, ja wir werden es pulverisieren und das machen  
374 wir so und so und. (seufzt) (.) Wer jetzt nicht MS-Dos nimmt, sondern weiß was ich das  
375 Konkurrenzprodukt, ist auch Dos, kann das selbe, (.) der wird nicht beliefert mehr mit Office,  
376 oder so (als Beispiel). (I: Hm) (.) Und so haben die halt, (seufzt) äh. (3) und jetzt stell dir vor,  
377 du sagst=du sagst einem= einem Redaktionssystem das. (.) #00:29:15-6#  
378  
379 I: Mit so einem Cloudsystem vielleicht auch? #00:29:16-8#  
380  
381 C4: Ja genau. Cloud. #00:29:19-1#  
382  
383 I: Soft= Softwarefirma drinnen hängt, so ein bisschen (lacht) ? #00:29:21-5#  
384  
385 C4: Ja genau, nicht, dass wäre sagen wir nicht sehr klug. (I. Ja). Das solltest du vielleicht.  
386 #00:29:26-7#  
387  
388 I: Strategisch einfach #00:29:28-6#  
389  
390 C4: Naja es ist, (3) ahm. Das sind dann vielleicht auch die Grenzen dann, dass etwas nicht  
391 protokolliert haben willst. #00:29:38-1#  
392  
393 I: Ja? Also wenn es einfach um Betriebsgeheimnisse geht, oder Redaktionsgeheimnis.  
394 #00:29:40-6#  
395  
396  
397 Betriebsgeheimnisse, wenn es um Redaktionsgeheimnisse geht, ist es natürlich auch ein  
398 bisschen heikel, die äh. (.) ahm. (.) äh. ein so einem System anzuvertrauen, nicht? (I: Hm)  
399 #00:29:56-6#  
400  
401 I: Weil man jetzt gerade bei diesen Grenzen sind, ahm. (.) ich meine du hast eben vorher  
402 gesagt, naja man muss also alles muss man halt auch nicht automatisieren? #00:30:06-1#

403 L  
404 C4: Weil ich weiß eh, es ist immer die Frage ob es sich noch  
405 lohnt, weil es eh schon hoch automatisiert ist. (.) Es ist immer die Frage, (.) äh. Wenn du es  
406 jetzt, wenn du es jetzt eiskalt nach einer betriebswirtschaftlichen Logik machst, (.) schaut  
407 du dir einfach die Gehaltspyramide in einer Redaktion an und was alles, dran hängt. (I: Hm).  
408 Und dann schaut, wer verdient am meisten? Und genau das automatisierst. Das bringt dir  
409 betriebswirtschaftlich am meisten. (.) Und wenn du genau siehst, ist dessen Arbeit eh nicht  
410 so, dass sie unersetzbar ist normalerweise. (I: Hm) #00:30:42-6#  
411  
412 I: Wenn man sich jetzt aber die JournalistInnen anschaut, ahm. wo du eben vorher gesagt  
413 hast, „naja gut, jemand der nur das macht, den könnten wir ersetzen“. Es bleiben ja noch  
414 Leute über. Ahm. Wie siehst du das, die Rolle des Journalismus, (.) für die Gesellschaft,  
415 also welche Tätigkeiten sollte ein Mensch machen, also was sollte man nicht in einer= in die  
416 Hand einer Maschine geben. #00:31:07-0#  
417  
418 C4: (5) Hm. Naja es bestimmte Sachen, die eben eine Maschine nicht (3) aus  
419 verschiedenen Gründen nicht kann. (.) (I: Hm) Also (.) Sagen wir Aufdeckerjournalismus ist  
420 etwas, äh. (3) wo manchmal die (.) Rechercheleistung des jeweiligen Kollegen auch  
421 überbewertet wird, weil der kriegt das einfach geschickt. (I: Hm) Von= von einem  
422 bestimmten (.) interessierten Gruppen. (.) Also ohne die= die Kollegen vom [ \_\_\_\_\_ ]  
423 (Medienunternehmen) jetzt ahm. deren Arbeit jetzt ahm. minder zu bewerten, aber den  
424 Liederbuchskandal, (.) hätten die nie recherchieren können. (I: Hm) Die haben das Material  
425 fertig geschickt bekommen, (.) und wahrscheinlich vom BVT, würde ich jetzt mal schätzen.  
426 Nicht? (I: Hm) Weil wer, hätte sonst die Möglichkeit, überhaupt in den Besitz eines solchen  
427 Liederbuches zu kommen? #00:32:57-5#  
428  
429 (I: Ja?) Und wer hätte eine politisches Motiv gehabt. Und da gab es ein starkes politisches  
430 Motiv. (3) Äh. (lacht), zu verhindern, dass die (.) [ \_\_\_\_\_ ] (politische Partei) über einen  
431 bestimmten Prozentsatz kommt und damit die absolute Mehrheit der [ \_\_\_\_\_ ] (politische  
432 Partei) in Niederösterreich bricht. (I: Hm) (.) Ahm. Also gab es für mich ein starkes (.) Motiv  
433 denen irgendwas anzuhängen. Nicht? Aber (.) wer hätte überhaupt die Möglichkeit gehabt  
434 in, in einer [ \_\_\_\_\_ ] (Verbindung) die weiß ich nicht 100 Leute hat (lacht), reinzugehen und  
435 ein unbeschädigtes Liederbuch mitzunehmen. Sicher nicht der [ \_\_\_\_\_ ]  
436 (Medienunternehmen). #00:32:48-0#  
437  
438 I: Da kommt man ja normalerweise gar nicht rein? #00:32:50-3#  
439

440 C4: Kommst normalerweise gar nicht rein, und dann quält sich die [ \_\_\_\_\_ ]  
441 (Medienunternehmen) -Redakteurin, die das dann geschrieben hat, sich nicht durch 300  
442 Lieder. Da war ein Post-It drin. (.) Nicht und solche Sachen? #00:33:04-6#  
443  
444 I: Kann der Algorithmus nicht? #00:33:04-6#  
445  
446 C4: Kann der Algorithmus nicht. (I: Hm) (3) Also nicht einmal als Empfänger (lacht) ja?  
447 #00:33:14-5#  
448  
449 I: Ja? #00:33:15-1#  
450  
451 C4: Weil du schickst keinem Algorithmus so ein Material, sondern du schickst es jemanden  
452 wo du genau weißt, wie der politisch tickt und was der machen will. (.) (I: Hm) (.) Das ist wie  
453 pawlowscher Hund. (.) Klingel- Speichelfluss (I: Hm?). Nicht? Also man hat es ja auch nicht  
454 geschickt, was weiß ich, (.) das Material irgendeiner=irgendeinem Magazin wo man nicht  
455 sicher war (.) was die draus machen, sondern gezielt dem [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen)  
456 geschickt, wo du genau gewusst hast, wie die, was die draus machen werden. (I: Hm) Oder  
457 die Pilz-Geschichte, oder was weiß ich. Das sind ja alles (.), dass das sind eben alles  
458 Sachen, die = das ist nicht automatisierbar und so richtiger investigativer Journalismus, wo  
459 sich der Journalist dahinter klemmt und (.) selber versucht, irgendein ein Zipfel der Wurst zu  
460 finden? Etwas was alle vertuschen wollen. (I: Ja.) (.) Ahm. Naja da tut sich (.) ein Rechner,  
461 der=der nicht herumgehen kann (lacht) und so weiter, derweil zumindest nicht ja? Also nicht  
462 so einfach. (.) Schwer. (I: Hm) #00:34:24-8#  
463  
464 I: Das heißt diese menschliche Komponente ist total wichtig. #00:34:27-9#  
465  
466 C4: Ja! Und= und vor allem sind, beruht vieles, also vertrauliche Informationen (lacht)  
467 beruhen auf persönlichen Beziehungen. (.) Das gibst du nicht einem jeden. (.) Nicht? Weil (.)  
468 du musst ja dann auch vertrauen können, dass das dir das nicht am Kopf fällt. (3) Und(.) das  
469 sind halt die= die Sachen wo nicht so ohne weiters ein = ein Programm, ein Rechner das=  
470 das ersetzen kann. Na? (I: Hm) (3) Oder (.) eine verdeckte Recherch´. (I: Hm). (.) Du= du (.),  
471 was weiß ich, Mystery Shopping. (.) Du möchtest gerne herausfinden, (.) wieviel Rabatt, es  
472 wirklich gibt wenn du dir ein Auto kaufst. (.) Du kannst jetzt die Pressestelle anrufen, von (.) [  
473 \_\_\_\_\_ ] (HerstellerIn), die werden sagen, „Premiummarke, bei uns gibt es maximal, was  
474 weiß ich, 8 Prozent.“ (3) Okay. Stimmt natürlich nicht. Ja? (lacht) Ahm. (.) so die erste, die  
475 erste Garnitur, des Journalismus, die Wikipedia - Journalisten werden das halt mal so rein  
476 schreiben, 8 Prozent. Ja? (3) Wer dann ein bisschen ein Hintergrundwissen schon hat und

477 weiß wie die Spannung im Autohandel sind, oder welche Modelle z.B. problematisch sind, für  
478 was es vielleicht Importeursstützung gibt, und so, äh. der wird schon merken, dass die 8  
479 Prozent nicht stimmen. (.) Ahm. und wer dann wirklich eine Geschichte daraus machen will,  
480 der geht dann zum Autohändler hin, und sagt, „du weiß eh, (.) ich hätte da, jetzt keinen  
481 Eintausch und täte bar zahlen, (.) um was kriege ich denn den?“ (3) Und dann sagt der  
482 gleich mal, 12 oder 15. (I: Hm). (3) Wann der dann noch weiß, dass dieses Modell, (.) nicht  
483 gut geht, (.) oder es kommt dann der Autohändler meistens dann eh selber damit daher,  
484 wenn der irgendeine Leiche stehen hat, die er nicht anbringt? Da sagt der: „Na weißt eh, (.)  
485 ahm. da habe ich einen, das ist eigentlich genau das gleiche, aber der hat die und die  
486 Motorisierung und ist weiß, und den hätte ich schon da. Das ist eine Tageszulassung, da  
487 gebe ich dir 30.“ (I: Hm) (.) Okay. Kaufst da das (.) musst du dich als Journalist, dann  
488 aufpassen, dass es entsprechend dokumentierst, weil sonst streitet der Händler, das dann  
489 ab (lacht) oder, was weiß ich. (I: Hm). Oder=oder der Importeur ist sauer? (.) Aber dann  
490 kannst sage,: „Okay, für das [ \_\_\_\_\_ ] (Automarke) -Modell gibt es bei dem und dem  
491 Autohändler minus 30 Prozent. (3) Ist für den Leser eine wertvolle Information, sonst wäre  
492 gestanden, es gibt 8 Prozent. Nicht? (3) (I: Hm) (3) Dann dazu musst dir aber eine Mühe  
493 geben (.) und das ist ein= das ist ein Problem, weil im Journalismus nichts mehr was kosten  
494 darf? (lacht) (I: Hm) (3) Weil es eh anders auch geht. Weil, (.) irgendwas bedruckt kriegst du  
495 anders auch. Ja? (I: Hm) (.) Passiert das immer weniger (.), oder ja (.) #00:37:47-6#  
496  
497 I: Wie siehst du eigentlich diesen Umgang ahm. mit=mit Daten und der Transparenz. Also  
498 wenn jetzt beispielsweise, das in Österreich sich wirklich etablieren würde, (.) und  
499 Redaktionen das tatsächlich einsetzen werden, (.) normal steht jetzt immer drunter, wer hat  
500 es geschrieben oder [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) -Meldung oder wie auch immer. (.) Wie  
501 sollte das dann aussehen?  
502  
503 C4: Naja. Wie (lacht). Die Sache ist dann, (.) ahm. es gibt im Journalismus ja die Sache,  
504 wenn es ein rechtliches Problem gibt, (I: Ja) und viele und (.) es ist ja so, dass ja nicht nur  
505 angestellte Journalisten in ahm. Redaktionen sitzen? (.) Wenn der Journalist, wenn es ein  
506 rechtliches Problem gibt, eine Verleumdungsklage oder was weiß ich, ja? (.) Dann haftet  
507 der= der Verlag, üblicherweise zu ungeteilten Hand. Das heißt wenn du, wenn der Journalist  
508 verurteilt wird und kann es nicht zahlen (.) dann muss der Verlag es zahlen. (I: Okay). (3)  
509 Und = und da ist jetzt die Sache, äh. wie ist es wenn ein Rechner ein Blödsinn  
510 zusammenschreibt. (3) Ähm. (.) Also den Rechner kannst du jetzt schlecht pfänden. Jaß (.)  
511 Du kannst natürlich sagen, zur ungeteilten Hand, das ist jetzt eigentlich da Verlag (lacht)  
512 gewesen. (.) Und der Verlag sagt, wir haben uns, auf den Softwarehersteller verlassen. (I:  
513 Ahm.) (.) Also (.) kannst du natürlich immer noch sagen, da hat die Kontrolle des Verlages

514 nicht funktioniert, weil irgendeiner sagt: „Hätte ich am Schluss nochmal drüberschauen  
515 sollen“? (I: Hm) Äh. Was äh. der Kollege Roboter da zusammenschreibt. #00:39:33-0#  
516

517 I: Ja und woher er es hat? #00:39:33-0#

518

519 C4: (3) Und woher er es, naja? (.) Da brauchst du aber einen entsprechend qualifizierten  
520 Journalisten, der überhaupt (.) erkennt, dass das ein Blödsinn sein könnte, ja. (.) (I: Ja.) (.)  
521 Und da = und da ist ja oft, das =das Problem, also (3). Mein Nachfolger bei [ \_\_\_\_\_ ]  
522 (Medienunternehmen) (I: Hm) war ein Kollege, der kam aus dem= aus dem Bereich Chronik.  
523 (I: Hm) Also der blutige. Ja? (.) Also das so irgendwelche Kriminalfälle, oder so. So so  
524 behandelt. Ja? Ahm. Profiskandale (I: Hm) bearbeitet und a=a oder solche Sachen. Nicht?  
525 Also (.) der kam aus der Ecke „Schmutz und Schund“ (.) und hat [ \_\_\_\_\_ ]  
526 (Medienunternehmen) übernommen. Na? (lacht) Und ich hab gesagt: Du (.) ahm. du wenn  
527 du willst, ja (.) ahm. erkläre ich dir ein bisschen wie das läuft, erkläre ich dir ein paar Basics  
528 (lacht)“. Sagt er: „Du das bauche ich nicht, (.) weil ich bin ein Blattmacher und da braucht  
529 man eh kein Fachwissen (I: (lacht)) um ein It-Magazin zu führen.“ Also da habe ich gewusst:  
530 „Ah das wird lustig.“ (lacht) „Da könnt ihr euch schon gratulieren“. Na? (I: Hm) (.) Ich meine,  
531 der hat es eh nur ein halbes Jahr gemacht, nicht? (lacht) Aber (.) der hat = der hat sich  
532 natürlich von den Redakteuren (.) die auch nicht alle die besten und fleißigsten waren, jeden  
533 Schrott andrehen lassen, weil er es eh nicht kapiert hat, dass das nicht recherchiert ist. (I:  
534 Hm) #00:41:05-7#

535

536 I: Das heißt man braucht einfach, auch in dem Bezug irgendein technisches Wissen einfach.  
537 #00:41:11-7#

538

539 C4: Naja. Du brauchst ein= du brauchst ein, kein technisches Wissen, eher #00:41:15-7#

540

L

541

I:

542 Beim algorithmischen Journalismus. #00:41:16-6#

543 C4: Beim= beim Journalismus (.) der ein Produkt hat das sich halt mit Technik beschäftigt  
544 (lacht), solltest du schon eine Ahnung haben, (I: Das ja.) vom, inhaltlich. Ja? (.) Aber (3) äh.  
545 wenn ich jetzt z.B. ein Polmagazin rausgeben muss ich mich auch auskennen (lacht) in der  
546 Politik, weil nur so erkenne ich, (.) ob der das überhaupt gesagt haben kann. (I: Hm) Oder  
547 ob das jetzt (.) Moment, das ist jetzt eine 180 Grad -Wendung in der politischen Position,  
548 das kann ja wohl nicht stimmen? Nicht? Da fragen wir lieber mal nach, ja? (.) Da suche= da  
549 =da fragen wir dann den Kollegen Roboter, was ist eigentlich deine Quelle gewesen? (I: Hm)  
550 (.) Also (3) was du natürlich kannst, ja (.) ist z.B., das ist ja sehr, also es ist ja im=im

551 Zeitungsbereich, wie gesagt, sehr viel (.) ist ja schon automatisiert? Einfach durch = durch  
552 Agenturen, nicht? (I: Hm) Der [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) z.B. schreibt reihenweise die [ \_\_\_\_\_ ]  
553 [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) ab. (.) Zum Einkürzen der [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen)  
554 brauche ich keinen hochgezahlten [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) -Redakteur. (.) (I: Hm)  
555 Eigentlich. (seufzt) (4) Ich sage jetzt, aber jetzt müsste natürlich die Software erkennen was  
556 in einem Artikel wichtig ist und was nicht. Okay man nimmt, (.) ich meine, das kannst  
557 insofern automatisieren, wir nehmen den Lead von der [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen). Ja?  
558 Aber was ist aus dem Lauftext, dann das was man nicht wegküssen darf. (I: Hm)

559 #00:42:47-9#

560

561 I: Also das ist der Sinn? Ja dieses Textes? #00:42:51-3#

562

563 C4: Ja da muss den Sinn des Artikels verstehen. Da wird es dann ein bisschen schwierig.  
564 Ja? (I: Hm) Aber (.) die Software könnte zumindest, (.) wenn es noch einen Redakteur gibt,  
565 einen Kürzungsvorschlag machen. (I: Hm). (.) ( ) du weißt eh, das ist jetzt, da haben  
566 wir einen Übersatz, (.) ich meine, das siehst du eigentlich eh, im Layoutprogramm, drinnen,  
567 da hat es was. Nein? (seufzt) (5) Aber das wäre z.B., das ist eigentlich dann die Arbeit,  
568 die=die bisher der Redakteur gemacht hat. (I: Hm) Der hat gesagt: „Okay diesen Mittelteil  
569 mit dem historischen Abriss, wie alles kam, können wir auf dem Platz (.) jetzt nicht, das  
570 kübeln wir. (I: Hm) (.) Denke, das Kapitel, nehmen wir raus (.)“. Und dann musst du noch  
571 einen verbindenden Satz finden, damit äh. (.) damit du nicht merkst, dass das  
572 ausgeschnitten ist nicht? (I: Hm) Aus einem Artikel. Das könnte man vielleicht auch  
573 automatisieren. (I: Hm) #00:43:48-1#

574

575 I: Also auf das (.) die Entscheidung dann was rausfällt und was drin bleibt. #00:43:53-9#

576

577 C4: (3) Naja das, also zumindest solltest du das Ding vielleicht an = an einem = einem  
578 Kürzungsvorschlag macht. #00:44:01-2#

579

580 I: Wo man dann entscheiden kann? #00:44:01-9#

581

582 C4: Wo man entscheiden kann und, (.) das da wird es dann schwieriger, und einen  
583 Vorschlag macht, wie man diese Teile dann wieder zu einem Artikel verbindet, (lacht) nicht?  
584 Wenn=wenn da (.) ahm. ein Artikel ist ja normalerweise schon so aufgebaut, dass = dass du  
585 nicht wahllos, irgendwas rausnehmen kannst. Nicht? Da bezieht sich der eine Absatz auf  
586 den vorherigen. Wenn du jetzt einen ganzen Absatz rausnimmst, musst du irgendeinen  
587 verbindenden Satz einfügen, (I: Hm) ahm. (.) damit du dann sagst: „Aha neuer Aspekt



588 Doppelpunkt.“ (.) Und dann (I: Hm) Okay. Ja oder zusätzlicher Aspekt, wa, wa, wa. (.) Dann  
589 hast du es nicht erzählt was in dem Absatz gestanden ist, aber du sagst: „Achtung Vorsicht  
590 und jetzt, und nun noch eine andere Geschichte zur Geschichte.“ (I: Hm) Und sowas  
591 könntest du natürlich schon automatisieren, also (.) es ist ja auch so, äh. Journalisten die ein  
592 bisschen mit Sprache arbeiten, (I: Hm) äh. verwenden ja, also früher hast du ein  
593 Synonymlexikon verwendet. Jetzt ( ). Aber wann =wann der auffällt du hast schon  
594 57 Mal das Wort „Auch jetzt“ (.) äh. (.) dann wirst=wirst beginnen, also du wirst es nicht so  
595 weit kommen lassen, das wird dir beim 2. Mal auffallen. Auch wenn das relativ dings? Du  
596 wirst nach einem Synonym suchen. (.) (I: Hm) (.) Im Augenblick machst du das sozusagen  
597 per (.) Voxikon oder Duden händisch, aber das könnte dir jemand abnehmen. (.) Oder dich  
598 gleich einmal warnen: „Du heast (lacht) da kommt, da hast Wortwiederholungen.“

599 #00:45:48-2#

600

601 I: Ja. Das heißt die=die Artikel die man schreibt, eigentlich auch ahm. verbessern.

602 #00:45:53-0#

603

L

604

C4:

605 Man könnte die auch verbessern. Mit so= mit so einem System. (3) Also gleich im  
606 Programm drinnen, sagen wir in Textverarbeitungsprogrammen drinnen; (.) du drückst  
607 rechte Maustaste und es=es würde aufpoppen eine Ding „Synonym“. (I: Hm) (.) „Suche mir  
608 doch bitte jetzt schnell irgendwas, ich kann das schon nicht mehr lesen. Das habe ich letztes  
609 Mal schon geschrieben? (I: Ja) Suche mich doch irgendeinen anderen Ausdruck dafür.“ (I:  
610 Hm) (3) Also (.) ja. (I: Hm) Das wäre vielleicht auch so eine (.) Anwendungsmöglichkeit.  
611 Nicht? (.) Das einfach die Arbeit beschleunigen würde, oder erleichtern würde nicht. (3)  
612 Ohne, dass du dem Journalisten als Ganzes ersetzt. Nicht? Aber in bestimmte Bereiche, (.)  
613 könntest da ersetzen. Nicht? Und da wäre jetzt nicht wahnsinnig schade drum. Jetzt ganz  
614 ehrlich. (lacht) #00:46:54-6#

615

616 I: Gibt es noch so von deiner Seite etwas wo du sagst, das würdest du noch gerne zum  
617 Abschluss sagen, oder =oder eben zu diesem Thema, dass vielleicht jetzt so in diesem  
618 Gespräch nicht vorgekommen ist, was du noch für dich selber so (.) anbringen magst.

619 #00:47:08-8#

620

621 C4: Naja ich hätte mir so ein System jetzt gerne mal angeschaut. Jetzt täte es mich= jetzt  
622 täte es mich interessieren, ja? (I: lacht) Wie so etwas funktioniert, (I: Hm) und eigentlich  
623 hätte ich so ein = ein System ganze gerne äh. weil (3) zum Beispiel: (Teilnehmer zeigt ein  
624 Beispiel aus seinem mitgebrachten Produkt) Einer der größten der Arbeiten, der nervigsten

625 Arbeiten, und das ist Strafarbeit, das ist wirklich Strafarbeit (3) nämlich sowas.

626 Featurekästen ausfüllen. #00:47:43-5#

627

628 I: Produktbeschreibungen? #00:47:44-3#

629

630 C4: Produktbeschreibungen, wo ganz definiert drinsteht, ja? (.) Ahm. Du beschreibst ein

631 Notebook, (.) da muss vorkommen, was (.) was für ein Bildschirmdiagonale das hat, was für

632 einen Prozessor da drinnen ist, wieviel Arbeitsspeicher ist. Wie groß die Festplatte oder die

633 SSD ist? Wie dir Grafik ist, Äh. (.) Wie der (.) was es sonst noch für Ausstattung hat, wie die

634 Anschlüsse sind. Was es kostet. (I: Hm) So (.) das ist normalerweise Strafarbeit, weil das (.)

635 weil da kriegst du dann, eine Datenblatt geschickt von einem Hersteller und du schreibst das

636 ab, bzw. du nimmst dir diese Information die du da brauchst als ein Datenblatt, heraus. Ein

637 Programm (.), dass diese Datenblätter lesen könnte, und das wäre nicht so schwer. (3) Äh.

638 Und das automatisch ausfüllt, (.) täte ungefähr die Hälfte der Arbeitszeit von so einem Artikel

639 Arbeitszeit ersparen. (I: Hm) (3) Beziehungsweise ist es so, die Hersteller schicken dann

640 unvollständige Datenblätter und dann und dann. #00:48:53-9#

641

642 I: Ja! #00:48:52-7#

643

644 C4: Ahm. Und ahm. und du bist dann stundenlang beschäftigt, im Internet die Sachen, also

645 zuerst probiere ich es mit anrufen, dann sind die nicht erreichbar? Dann wissen sie es nicht.

646 Äh. dann bringst du halt Stunden im Internet, herauszufinden was da jetzt für (.) äh. (

647 ) na gerade ein blödes Beispiel, aber (.) äh. weil da ist es noch relativ einfach. Aber eben

648 wie ich gesagt habe, ja (.) wieviele dieser „E2“, das kommt in keinem Datenblatt vor, (.) äh

649 jetzt Amperestunden hat der Akku. (I: Hm) Weil das irgendein, eine Angabe, da hat sich „E2“

650 entschlossen das interessiert keinen, (I: Ja) und das kommt schon in irgendwelchen Blogs

651 vor, aber die musst du mal finden. (I: Hm) Wo dann steht, ja das hat dann 6,5

652 Amperestunden-Akku. (I: Hm) Äh. (.) das=das erfährst du dann 3 Stunden später. (3) Weil

653 du es als Mensch anschaust. (I: Hm) Wenn du es als Programm anschaust, weißt du es in

654 (.), also wenn das Programm gut ist, (.) weißt du das in einer Sekunde. (I: Hm) (3) Also äh.

655 also solche, eben alles was vor= was nervtötende, ( ) bearbeitet ist, alles was

656 nervtötende Ausfüllarbeit ist. Alles was standardisierbar ist, ahm. (.) müsste kein Mensch

657 machen. (I: Hm)

### A13.13. C4 Reaktion (F)

2

3 Vorgespräch (*telefonische Rückmeldung zum Feedback*)

4 # 00:42

5 Es gibt diese Fiktion- Leserfinanziertes Journalismus (seufzt). Ah. Das ist natürlich ein  
6 hochgradiger Blödsinn, weil Medien viel zu teuer sind. Viel zu teuer sind. Das müssten, das  
7 müssten die Leute bereit sein 5 Euro für eine Zeitung zu zahlen. Wenn sie das wirklich  
8 finanziert wollten. Ja? (.) (I: Hm) Die einzigen die so etwas machen (.) äh. in den letzten  
9 Jahrzehnten mit vielleicht mäßigen Erfolg ist die [ \_\_\_\_ ] (Tageszeitung). Ja? (I:Hm) (.) Die [  
10 \_\_\_\_] (Tageszeitung) macht sowas und wer sonst auch noch sowas macht, äh ist der [  
11 \_\_\_\_] (Fachmagazin) das ist der äh das Magazin, das ist der ah das ist für ( )  
12 Konsumenteninformation. (.) Nur! Der war ja ( ) pleite.

13 # 02:04

14 Es gibt überhaupt kein wirklich erfolgreiches Modell und darum halte ich das für einen  
15 aufgelegten Bödsinn. (I:Hm) Der Unterschied ist ein bisschen bei, ein bisschen bei Blogs,  
16 da gibt es solche Versuche die aber sagen wir, meistens politisch motiviert sind. Ja also?  
17 Wenn halt bestimmte Teil der Bevölkerung, glauben die Medien machen eh alle nur  
18 Fakenews, ja oder politisch gelenkte News und sind gleichgeschaltet, ja da gibt es im  
19 Internet natürlich dann schon so (.) Bereiche die sind nur meistens rechts angesiedelt Ja?  
20 Ah. Wo dann Plattformen entstehen die leserfinanziert sind (.) (I:Hm) Oder zumindest soweit  
21 man das von außen sieht, sagen wir mal so. Ja?

22 #03:22

23 Das sind die Wunschvorstellungen vielleicht von irgendwelchen Chefredakteuren, die aber  
24 sehr wenig Ahnung haben, weil im Wesentlichen ähm sind=sind die Medien (.) fast  
25 ausschließlich Werbefinanziert. Ja? (I:Hm) Im Speziellen in Österreich. In Deutschland ist es  
26 glaub ich ein bissl besser mit der Finanzierung, durch Leser, durch Zuseher ( ) (I:Hm) Aber  
27 in Österreich fast ausschließlich, nicht?. Darum kannst du dir auch leisten äh gratis ( ) zu  
28 machen, weil es eh wuarscht ist. (I: Hm) Das machst ja nur einen zusätzlichen Aufwand in  
29 Punkto Distribution, wenn du das, wann du das die ( ) auch noch zahlen musst, die ( )  
30 und so weiter? Vertriebsapparat, Retouren musst du nehmen. Also das ist ja mit ein Grund  
31 dafür, dass die Gratismedien boomen und immer mehr werden. Das geht genau, genau in  
32 die entgegengesetzte Richtung. (I:Hm) Ahm. Ahm. (.) Außer im politischen motivierten  
33 Bereich. Nicht? Also da, wenn nicht ohne Grund das Misstrauen gegenüber den Medien  
34 wächst (I:Hm). Ja.  
35 I: Also das wäre es schon denkbar? Aber in anderen Bereichen weniger? Okay. Oder gar  
36 nicht.

37 C4: In dem, aber dann willst du dort sozusagen auch deine Meinung sehen. Das ist  
38 eigentlich ein bisschen eine Nach- eine Renaissance der Parteizeitung, wenn man so will.  
39 (I:Hm). Äh. Leute die ihren Standpunkt überhaupt nicht vertreten sehen, die die ähm in den  
40 etablierten Medien bzw. nur sehr verzerrt äh wiedergegeben sehen und man den etablierten  
41 Medien halt ähm. aso ähm. nicht ganz ohne Grund.

42

#### 43 **Mail-Reaktion**

44 [...]Jedenfalls passiert „makroökonomisch“ derzeit genau das Gegenteil davon, was einer  
45 Deiner Experten aus dem „Chefredaktionsbereich“ (das arme Medium, in dem der CR ist)  
46 glaubt.

47 Neben dem ersten Medienmarkt B2C und dem zweiten Medienmarkt B2B, hat sich  
48 inzwischen allerdings ein dritter, irregulärer, „alternativer“ Medienmarkt etabliert. Hier  
49 versuchen Einzelpersonen oder politische Gruppierungen eine Art Gegenöffentlichkeit zu  
50 schaffen. Einen gewissen Boom erleben diese Seiten, seit viele konventionelle Medien  
51 (Print, TV, Radio, Internet) durch flächendeckende manipulative und tendenziöse  
52 Berichterstattung (Stichwort: „Gesinnungsjournalismus“) in einer tiefen Vertrauenskrise  
53 stecken (Stichworte: „Lügenpresse“ oder „Lückenpresse“).

54 Aus Kostengründen läuft der dritte Medienmarkt meist über Blogs und Internetseiten, die  
55 sich durch Spenden oder Abos finanzieren.

**A13.14. C5**

2

3 I: Gut, ah. wie gesagt, es beginnt auch immer wieder ein bisschen auch mit dem  
4 Organisatorischen. Um was geht es? Das Thema algorithmischer Journalismus,  
5 Automatisierungsprozesse in journalistischer Tätigkeit. Jetzt eine persönliche Frage an Sie:  
6 (.) Inwieweit haben Sie sich schon damit beschäftigt mit dieser Thematik? Textgenerierung,  
7 automatisiert, ah. was verbinden Sie damit? #00:00:29-7#

8

9 C5: Eigentlich vor Jahren, hab ich mir das schon, eigentlich überlegt, ich kann grad ein  
10 bisschen Excel vielleicht, ein bisschen, ein paar Formeln einfügen, da hab ich mir gedacht,  
11 naja, eigentlich wäre es ja nicht so (.) so schwer Textbausteine zu erstellen, (I:hm) und  
12 gerade bei der Wirtschaftsberichterstattung, ah. wo mehr oder weniger die Texte  
13 automatisch generiert werden. (I:hm) Indem man einfach zB was weiß ich Ergebniszahlen  
14 vergleicht, wie auch immer (I:hm) Absatzzahlen. Und dann eigentlich automatisierter Text  
15 rauskommt. (I:hm) Ah. ja, und (.) war hat natürlich bei uns hat ja das, also jetzt weder beim  
16 [\_\_\_\_\_] (Zeitung) noch bei der [\_\_\_\_\_] (Verlagsname) hatte das natürlich  
17 irgendeine Bedeutung. Ja. Weil (.) gab es auch nicht die Ressourcen oder bzw. wär es  
18 wahrscheinlich auch heute noch zu komplex ah. (.) dann wirklich da ein vernünftiges  
19 Ergebnis zu erzielen (I:hm). (3) #00:01:34-4#

20

21 I: Das vernünftige Ergebnis (.) ah. (.) wie meinen Sie das? Was wär ein vernünftiges  
22 Ergebnis? #00:01:40-8#

23

24 C5: Ah, naja, ich glaube, das ist einfach, wenn ich mir jetzt zB ein Finanz (I:hm) bin ich  
25 wieder bei (.) Wirtschaft, aber wenn ich heute einen Finanzbericht durchgehe, da kann ich  
26 mir ganz klar, Umsatzzahlen, EBTA, EGT usw. kann ich mir alles anschauen, und kann das  
27 auch vergleichen (I:hm) Allerdings ah. das Kleingedruckte im Anhang, ah. das zu  
28 analysieren, ah. wird nicht möglich sein. (I:hm) Schätz ich mal, und genau diese  
29 Zusammenhänge dann herzustellen, ah. wobei es oft auch darum geht, dass man halt dann  
30 was weiß ich, die Konkurrenz beobachtet, wie tut sich der in dem Markt (I:hm) Nicht? Und  
31 wenn man das alles einfließen lassen will, dann wird es schon sehr umfangreich (I:hm).  
32 #00:02:37-3#

33

34 I: Wären das auch ein bisschen so die Grenzen, was jetzt technologisch (...)

35

L

36

C5: Ja, ja, ja. #00:02:42-2#

37 I: Ja, ah. Sie sprechen von den Vergleichen von Zahlen, aber diese Zusammenhänge  
38 herstellen, dass die nicht möglich sind? #00:02:49-5#  
39  
40 C5: Das ist meiner Mei- also Sie werden sich besser damit beschäftigt haben, aber ah. wo  
41 ich sag, das da ist glaub ich scheitern (I:hm) scheitert man noch #00:03:02-9#  
42  
43 I: Wissen Sie auch in welche Richtung, oder in welche Richtung glauben Sie, wird es  
44 vielleicht in Zukunft gehen? #00:03:12-7#  
45  
46 C5: Ah. Standardtexte, ah. Kann ich mir durchaus vorstellen (I:hm) nicht? Wenn ich mir  
47 denk, mehr oder weniger Boulevardblätter hernehme, die wo es nicht darum, wo es nicht um  
48 Hintergründe geht, ja (I:hm) ahm. (.) da würd das durchaus, kann ich mir vorstellen, dass  
49 das zum Ein-, dass das verwendet wird. (I:hm) Und natürlich gesagt, alles, was, wo es um  
50 Hintergründe geht, oder, dass man wirklich halt dann ahm. (.) genauer hinschaut, oder (.)  
51 Querverweise mehr oder weniger notwendig sind, wird es (.) (I:hm) wird's nicht möglich sein,  
52 zumindest nicht in den nächsten (.) Jahren. #00:04:02-0#  
53  
54 I: Sie haben vorher kurz erwähnt, Sie haben sich schon vor einigen Jahren mit der Thematik  
55 beschäftigt, selber im Wirtschaftlichen Journalismus tätig, und haben sich damals schon  
56 überlegt, automatisiert, etwas zu erarbeiten. Sie sprechen da von den Ressourcen, die  
57 damals ahm. nicht....  
58 L  
59 C5: Programme, wo, Ressourcen waren nicht da bzw. auch das Know-How  
60 nicht (I:hm) Also, ahm. (3) #00:04:36-6#  
61  
62 I: Darf ich fragen, wann das ungefähr war? #00:04:38-7#  
63  
64 C5: Ja, das ist schon (.) wie gesagt, das sind so Gedankenspielereien (I:hm) die man  
65 irgendwann einmal vor etlichen Jahren hat, (I:hm) also gehabt hat. Also, schwer jetzt zu  
66 sagen. (.)#00:04:50-2#  
67  
68 I: 10 Jahre, 20 Jahre? #00:04:54-3#  
69  
70 C5: Ja, 10 Jahre herum (I.Hm, ok) #00:04:59-6#  
71

72 I: Ahm. Sie haben ja auch erwähnt, ja das Automatisierte, diese automatisierte  
73 Textgenerierung, Sie haben sich das überlegt, was hätten Sie sich damals erwartet? Also  
74 warum haben Sie das überhaupt, auch #00:05:13-0#

75

L

76 C5: Na, es war eigentlich so eine Art Gedanken- Wie gesagt,  
77 Spielerei, wo man einfach gesagt hat, ok, was wäre möglich, oder wie könnte man sowas  
78 umsetzen (I:hm) und Damals ist zB es auch darum gegangen, dass die Finanzagenturen  
79 wie [\_\_\_\_](Finanzagentur) [\_\_\_\_] (Finanzagentur) gemessen im Haus, wer die Meldung  
80 schneller draußen hat und da geht es um Zehntelsekunden. (I:ja)Dh. wenn heute zB mag  
81 das übertrieben scheinen, aber gerade, was weiß ich, Aktienhandel, Devisenhandel ahm. (.)  
82 hängt sehr oft, geht es wirklich nur um Bruchteile von Sekunden, während dann früher quasi  
83 die Order bestätigt. (I:hm) Und genau, wie ich mir gedacht habe, wie kann das noch  
84 beschleunigt werden. Mittlerweile sind wir ja beim Hochfrequenzhandel, ja. Ah. An den  
85 Börsen, dass im Endeffekt, vergleichbar ist mit dem automatisierten Journalismus, der  
86 einfach gewisse Muster erkennen und danach handeln, nicht? (I:hm) Und, ahm. ja, von  
87 daher war es eigentlich so ein Gedanken-, ja Gedankenspiel, ja. (.) #00:06:23-5#

88

89 I: Dh. ah. Sie hätten, hätten Sie sich auch Vorteile ahm. vielleicht auch überlegt für das  
90 Unternehmen? Oder für die Redaktion? #00:06:34-1#

91

92 C5: Nein, eigentlich nicht, weil das kann ich nur aus Textbausteinen erstellen. Und wenn ich  
93 jetzt das Ganze wirklich so mach, habe ich zwar womöglich eine große Anzahl an  
94 Kombinationsmöglichkeiten, aber trotzdem ist es dann relativ beschränkt das Ganze (I:Hm)  
95 #00:06:51-8#

96

97 I: Aber Sie haben von diesem Punkt Zeit gesprochen, Geschwindigkeit. Ahm. (2) Dass es  
98 eben in der, gerade bei Börsenkurse, Aktien sehr viel um Geschwindigkeit geht, dass es in  
99 Bruchteil von Sekunden die Information wichtig ist. Ahm. Wäre das auch so ein Punkt  
100 gewesen bei dieser Idee der Automatisierung? #00:07:16-0#

101

102 C5: Ja, ja, wobei natürlich ahm. wenn man sich jetzt damit beschäftigt, braucht man  
103 eigentlich keinen Text, sondern ich brauch ohnehin nur die nackten Zahlen. Also da  
104 relativiert es sich schon wieder, nicht? #00:07:31-7#

105

106 I: Dh. der, also der Kosten-Nutzen war nicht, war ungünstig in dem #00:07:37-7#

107

L

108 C5: Naja,  
109 also wie gesagt, es ahm. hätte einen sicher nichts gebracht, vor allem als Redaktion  
110 bringt´s nichts, ja, die Ressourcen hätten wir nicht gehabt, das wäre viel zu mühsam  
111 gewesen. Das wäre immer mehr oder weniger ein Standardtext rausgekommen, (I:hm) dh.  
112 wenn man da nicht wirklich Vielzahl an Variationsmöglichkeiten hat, ist es sinnlos. Ja. Also,  
113 ich weiß nicht, Sie haben gesprochen, Immobiliennachrichten, dass die automatisch  
114 generiert werden gewisse Nachrichten, ja, da mag es Sinn (.) mag es Sinn machen (I:hm)  
115 Aber rein, ahm. oder sagen wir mal so, da kann man relativ leicht vielleicht noch ein  
116 befriedigendes Ergebnis (I:hm) erzielen). Wie gesagt bei Tageszeitungen oder bei  
117 Magazinen (.) wird es halt schon schwieriger und (.) je ausführlicher und je genauer Sie  
118 berichten, umso schwerer wird´s. (I:hm) #00:08:41-7#  
119  
120 I: Also, umso schwerer wird´s von einem Algorithmus machen zu lassen. #00:08:47-5#  
121  
122 C5: Machen zu lassen. Ja, also, was weiß ich, der Klassiker in der [\_\_\_\_]  
123 (Medienunternehmen) Wirtschaftsmeldung [\_\_\_\_] (Technologieunternehmen) steigert den  
124 Umsatz um so und so viel Prozent, Gewinn um so und so viel Prozent. Es werden so und so  
125 viel Leute ausgenommen oder abgebaut. Ist ein klassischer Fünfzeiler, den wird ein  
126 Algorithmus (.) leicht schaffen. Nicht? (I:hm) #00:09:10-5#  
127  
128 I: was wär so ein Vorteil jetzt, weil Sie gemeint haben, ok, diesen klassischen Fünfzeiler wird  
129 ein Algorithmus schaffen. Was wär so der Vorteil oder vielleicht sogar der Nachteil, wenn  
130 man das in der Redaktion wirklich einsetzt und damit wirklich arbeiten lässt? #00:09:23-9#  
131  
132 C5: Hm.Ja gut, dass man natürlich weniger Leute braucht (I:hm) klarerweise. (.) ahm. wobei,  
133 halt, da ist es ja eigentlich so, wenn man zurückgeht, so die Finanzkrise, und Aufkeimen des  
134 Internets, sind ja die ganzen Auflagenzahlen eingebrochen (Husten) Und da hab ich mit  
135 einem gesprochen, der ist in der Medienbranche sehr gut verankert und der hat mir dann  
136 gezeigt anhand der Auflagenzahlen, dass die Redaktionen, die personell aufgestockt haben  
137 in der Zeit, sogar bei der Auflage zulegen konnten. Während die, die weiter gespart haben  
138 Auflage weiter verloren haben. (I:ok) Ahm. (I: hm) Also, ich kann jetzt ein paar Beispiele  
139 Deutschland, Österreich, und insofern dürfte sich dann doch die Qualität à la longue bezahlt  
140 machen (I:hm). #00:10:23-0#  
141  
142 I: Dh. dass Sie, es macht jetzt, wenn man jetzt anfängt, solche Dinge von Algorithmen zu  
143 überse, zu ersetzen zu lassen oder machen zu lassen, weil Sie dieses Thema auch, Qualität



144 auch angesprochen haben. Ist algorithmischer Journalismus per se qualitativ anders oder  
145 weniger oder? #00:10:45-8#

146

147 C5: Ich weiß nicht, wie weit die technischen Möglichkeiten jetzt fortgeschritten sind, aber wie  
148 gesagt, ahm. wenn ich mir heute egal welches Thema, oder ahm. (2) wenn ich mir jetzt zB  
149 irgendein Unternehmen hernehme, und ich weiß, die haben, ahm. die produzierten, ich  
150 weiß es nicht, angenommen in Asien dort und dort, ja, und in den USA und in Österreich und  
151 dann weiß ich in etwa wie viel sie wo produzieren. Und dann weiß ich eventuell auch wo, in  
152 welcher Region (.) ahm. wo die Entwicklung hingehen könnte. Und kann es anders  
153 einschätzen, als wenn ich jetzt das nur in Zahlen gefasst habe. (l:hm) Weil dann müsst ich  
154 eigentlich, womöglich die das Bruttonationalprodukt vielleicht noch quasi wissen. Die  
155 Bevölkerungsentwicklung wissen, die Inflationsrate wissen, bzw. müsste ich all das  
156 eingeben, einfließen lassen in den Algorithmus. Damit der dann auch verarbeiten kann.

157 (l:hm) #00:12:01-6#

158

159 I: Das heißt also, das ist dann zu komplex. #00:12:03-8#

160

161 C5: Das wäre dann zu komplex, ja. #00:12:08-1#

162

163 I: Das wär, was passiert, ich mein, wenn man jetzt den Algorithmus verwendet und der ist  
164 jetzt nicht so hoch in der Komplexität. Aber trotzdem, was könnte passieren, wenn jetzt ein  
165 Fehler passiert, eine Fehlermeldung rausgeht, wenn, wo liegt die Verantwortung, wenn  
166 etwas schiefgeht beispielsweise mit dem Algorithmus? #00:12:32-2#

167

168 C5: Naja, an sich beim, es wird immer noch einen verantwortlichen Redakteur geben (lacht)  
169 Und wenn es der Chefredakteur ist. Aber (.) ja, wie gesagt, der Algorithmus kann ja auch nur  
170 das, was man ihm praktisch (.) ja, was man, der PC kann nur das, was man ihm beigebracht  
171 hat. #00:12:57-3#

172

173 I: Was man ihm beibringt, ja. Wenn wir uns jetzt vorstellen, wenn jetzt dieser Algorithmus  
174 etwas könnte, was für sie relevant gewesen wäre, auch in dieser Zeit damals. Was wär so  
175 Ihre Anforderung gewesen, die Sie zB an eine Software gestellt hätten? (4) #00:13:23-2#

176

177 C5: Puh. (10) Naja, neue Schlüsse ziehen, neue Querverbindungen herstellen oder neue (.)  
178 ja, wenn man sagt, das müsste dann schon wirklich etwas sein, ahm. (.) wo man sagt, da  
179 hab ich wirklich einen Mehrwert (l:hm) Also qualitativen Mehrwert. #00:13:55-5#

180

181 I: Was könnte das sein? Welcher Mehrwert? #00:14:01-8#

182

183 C5: Na eben, dass ich sag, ah. (.) dass eigentlich der Algorithmus auf Zusammenhänge

184 (I:hm) kommt, die mir vielleicht die ich nicht hatte, (I:hm) oder die mir nicht aufgefallen sind.

185 Und dazu müsste er natürlich eben diese Informationen verfügen, nicht? (I:hm) #00:14:26-1#

186

187 I: Aber kann es nicht auch sein, also als Mensch, wenn man jetzt Recherche betreibt, ahm.

188 dann hat man bestimmt begrenzte Zeit. So ein Algorithmus kann ja alles durchforsten, was

189 es gibt. #00:14:39-6#

190

191 C5: Ja, ja, aber wie gesagt, es müsste halt dann wiederum kommt immer drauf an, in (.)

192 inwieweit er das kann, wenn er jetzt Informationen selbstständig abrufen kann, dann wäre es

193 natürlich toll. Also wir hatten beim [\_\_\_\_\_] (Wirtschaftszeitung) den [\_\_\_\_\_] (Agentur)

194 nicht? Und da konnten sie auf Knopfdruck sämtliche Aktien auf der ganzen Welt quasi

195 durchforsten. Ich weiß nicht ob Sie [\_\_\_\_\_] (Agentur) kennen? #00:15:10-4#

196

197 I: Sagt mir was. #00:15:12-7#

198

199 C5: Ahm. und da haben sie was weiß ich einen Filter eingegeben, ich wähl alle westlichen

200 Börsen. Ich will Kurs-Gewinnverhältnis von maximal 12. Ich will einen evidenten Rendite von

201 so und so viel Prozent. Ich will dass zumindest 4 Analysten das Unternehmen gut bewerten.

202 (I:hm) Mit der und der Bewertung. Zack auf den Knopf gedrückt und ich hab das gehabt.

203 Und wenn ich wollte, hab ich das Ganze in einer Excel-Tabelle gehabt, und konnte arbeiten

204 damit, ja. Wenn jetzt der Algorithmus so ist, dass er mir quasi solche Informationen halt aus

205 anderen Bereichen genauso liefert, dann wäre es optimal. Aber, dazu müsste er eigentlich

206 schon wirklich eigenständige Suchmaschine sein (I:hm) ich nehm nicht an, dass das im

207 Moment (lacht) möglich ist (2) #00:16:08-9#

208

209 I: Ahm. Was, wenn es möglich wär, wenn wir uns jetzt vorstellen, was ist, wenn es möglich

210 wär, welchen Vorteil würde das für eine Redaktion ergeben? Ja. #00:16:21-8#

211

212 C5: Na gut, bei der Recherche, wären natürlich dann schon Vorteile. Ich weiß inwieweit, ich

213 weiß nicht, wie weit man damit ist jetzt, das werden Sie mir vielleicht sagen können (I:hm)

214 Mit den Algorithmen (.) Ja, wären sicherlich Vorteile bei der Recherche. (I:hm) #00:16:39-5#

215

216 Aber in puncto Geschwindigkeit vielleicht? #00:16:41-3#

217

218 C5: Ja, ja, ich mein, wie gesagt, so wie es beim [\_\_\_\_\_] (Wirtschaftszeitung) war, wo man  
219 sagen konnte, dass jeder Mitarbeiter pro Tag eine Seite geschrieben hat, ja, ahm. dann, ja,  
220 gut am Freitag waren es zwei, aber das war mein Hobby. (.) Ah. (.) Dann bleibt natürlich  
221 nicht viel Zeit für Recherchen groß über. Außer man hat wirklich ein Langzeitprojekt, wo man  
222 sagt, jeden Tag zwick ich mir ein bisschen Zeit ab und recherchiere dazu (I:hm) Da wäre das  
223 sicherlich hilfreich. (I:hm) #00:17:18-6#

224

225 I: Gibt es, ich mein, wenn man sich jetzt die Rolle des Journalismus für die Gesellschaft  
226 anschaut. Ist natürlich jetzt Wirtschaftsnachrichten ist wieder was anderes, wie zB jetzt  
227 Immobiliennachrichten. Usw. Aber so allgemein, gibt es etwas für Sie, wo Sie sagen, egal  
228 wie weit die Technik ist, egal was möglich ist, aber es gibt Dinge, die müssen in  
229 menschlicher Hand bleiben. ZB von einem Algorithmus? Was würde da für Sie so eine  
230 Grenze bedeuten? #00:17:45-5#

231

232 C5: Hm (5) Na gut, das Ergebnis müsste trotzdem auf jeden Fall immer geprüft werden  
233 (I:hm) Ahm. wir wissen, was passiert, wenn jemand, wenn einfach falsche Informationen  
234 übernommen werden, ahm. (.) wo dann eigentlich (.) ja, sämtliche, Gerüchte sich dann  
235 verfestigen, also überprüfen muss man es sowieso auf jeden Fall. Ja. Und ah. wenn es  
236 richtig ist an sich, muss man sich dann überlegen, ah. (.) ja, wo ist die Grenze? Was kann  
237 man da noch veröffentlichen, was nicht? Hm. (.) da sind wir eigentlich bei [\_\_\_\_\_]   
238 (Nachrichtenportal) (I:hm) Die sagen, wir geben keinen Kommentar ab, wir liefern nur das  
239 Ergebnis (I:hm) #00:18:53-1#

240

241 I: Was denken Sie drüber? #00:18:54-9#

242

243 C5: Naja, in dem Fall find ich's gut, ja, dass man einfach Daten aufbereitet, nur kann ich mir  
244 vorstellen, dass es mitunter halt dann nicht so ideal ist, oder dieses, Thema geben kann, wo  
245 es heikel wird? #00:19:12-4#

246

247 I: Was wären das für welche Themen? #00:19:13-7#

248

249 C5: Ich weiß nicht, eben gerade (.) Politik, Wirtschaft (I:hm) Soziales, ja, inwieweit man da  
250 nicht mehr Gräben aufreißt, als man eigentlich zuschütten könnte.(I:Hm) #00:19:34-6#

251

252 I: Und das könnte durch einen Algorithmus vielleicht könnte es da so eine Gefahr geben?

253 #00:19:38-4#

254

255 C5: Naja, wenn wirklich die Daten alle quasi erhoben werden automatisch sozusagen. Dann  
256 muss man sich natürlich immer das Ergebnis anschauen. (I:hm) und dann immer überlegen,  
257 kann ich das, bringt das jetzt etwas, man sieht es letztendlich, auch ohne Algorithmen, wenn  
258 irgendetwas passiert, ahm. irgendein Verbrechen, wie auch immer, wie schnell zB der  
259 vermeintliche Täter dann in allen Medien vorgeführt wird. Und dann stellt sich vielleicht raus,  
260 nachher er war unschuldig, aber die Existenz ist zerstört. Ja. Also, da muss man immer  
261 abwägen, was ist möglich, oder wann wird es kritisch? #00:20:33-2#

262

263 I: Und das wär so ein Bereich der kritisch wär? (C5: Ja) Wenn es um Menschen geht,  
264 Schicksale geht?

265

266 #00:20:38-1# C5: Ja, wenn man sagt, bin ich mir wirklich sicher, kann ich das machen, kann  
267 ich das vertreten, bzw. welchen Sinn, welchen Nutzen hat das, um jetzt was weiß ich  
268 Fachzeitschrift für Elektro-, ah. wenn ich sag, gut, was weiß ich, dieses und jenes, ich weiß  
269 nicht, Smartphone hat diese oder jene Leistung, dann hat das einen Sinn. Oder dieser und  
270 jener Vertriebspartner hat dieses und jenes Angebot. Dann ist das eine Information, dann  
271 sag ich, gut, oder ich kann es gut oder schlecht bewerten (I:hm) und kann es begründen.  
272 was halt dann, während wenn mehr oder weniger Algorithmen irgendetwas ausspucken und  
273 dann ah. automatisch das Heischen nach der Auflage im Vordergrund steht, dass man da  
274 dann halt vielleicht nicht mehr so kritisch ist und sagt, Hauptsache wir haben jetzt die  
275 Schlagzeile. (I:hm) #00:21:40-3#

276

277 I: Das heißt, da ist ein finanzieller Druck dahinter (C5: ja, ja) #00:21:46-7#

278

279 I: das heißt, man sollte sich dem bewusst sein, in welche Richtung es geht? #00:21:52-0#

280

281 C5: Gut aber das fehlt ja zum Teil oder sehr oft heute schon. (I:hm) Dass man halt dann  
282 eher (.) zu Gunsten halt der Auflage ahm. (.) sag ich mal auf die Persönlichkeitsrechte  
283 vergisst (I:hm) (5) #00:22:16-6#

284

285 I: Wenn Sie, wenn wir jetzt an die Daten denken, die ein Algorithmus arbeitet mit  
286 strukturierten Daten, die in irgendeiner Form verfügbar sind, entweder in der Redaktion  
287 erstellt oder sie zugekauft oder wie auch immer. (C5: Ja) Wie sehen Sie das mit der  
288 Transparenz? Wenn jetzt ein Artikel veröffentlicht wird, wer ihn geschrieben hat, von was  
289 das geschrieben wurde? #00:22:42-1#

290

291 C5: Na gut, ahm. (.) in dem Sinn Redakteur gibt es ja keinen, aber man müsste zumindest  
292 die Datenquelle angeben (I:Hm) #00:22:50-7#  
293  
294 I: Dass man weiß, woher es kommt. (C5: ja) ok. (2) Weil das wären so quasi die  
295 Quellenverweise, die da notwendig wären. Ahm. (.) Ja. (2) Wenn Sie sich jetzt  
296 zurückerinnern, an Ihre Zeit als Chefredakteur, hätten Sie das damals hingeschrieben, dass  
297 das ein (.) Roboter geschrieben hätte oder ein Algorithmus oder wie hätten Sie das gelöst?  
298 (2) #00:23:19-9#  
299  
300 C5: Wir hätten es wahrscheinlich gekennzeichnet (I:ok). (8). Ja. (I:Ok). #00:23:36-2#  
301  
302 I: Hm (.) Das Transparenzthema ist immer auch ein ganz ein eigenes, weil es immer die  
303 Frage ist, will man dass die Zielgruppe weiß, wer es geschrieben hat. Weil wenn Sie sagen,  
304 es gibt immer noch einen Menschen dahinter. #00:24:00-3#  
305  
306 C5: Naja, es gibt jemanden, der die Letztverantwortung übernimmt, letztendlich.(I: Das  
307 korrigiert). Ja. Na gut, korrigieren, das ist eher die Ausnahme (lacht) #00:24:13-9#  
308  
309 I: (lacht) Oder wird es so, dass der Algorithmus die Menschen korrigiert? (lacht) #00:24:17-  
310 2#  
311  
312 C5: Also, ah. (.) wenn ich mir [\_\_\_\_], [\_\_\_\_] [\_\_\_\_] (österreichische  
313 Tageszeitungen) durchlesen [\_\_\_\_] (österreichische Tageszeitung) komplett, ganz egal,  
314 also Lektoren sind glaub ich, da wurde als erstes eingespart. #00:24:31-4#  
315  
316 I: Könnte das eine mögliche Aufgabe für den Algorithmus sein? (lacht) (4) Naja. #00:24:37-  
317 5#  
318  
319 C5: Ja, ja. #00:24:38-7#  
320  
321 I: Wäre einer dieser Vorteile, würde, hätten Sie damals genommen? (.)#00:24:46-8#  
322  
323 C5: (Zögernd: )Ja. Nur sagen wir mal so, ahm. einen [\_\_\_\_] (österreichischer  
324 Journalist) (.) wird wahrscheinlich kein Algorithmus schaffen. Die Qualität von einem  
325 [\_\_\_\_] (österreichischer Journalist) Egal, um welches Thema, von welchem Thema er  
326 schreibt, und wenn mich das Thema überhaupt nicht interessiert, schreibt er es zumindest  
327 so witzig, oder hat es früher zumindest immer so witzig geschrieben, dass ich es trotzdem

328 gern gelesen hab. (I:hm) Und ob das dann so hinhaut, bin ich mir nicht sicher, ja. (I:hm)

329 #00:25:18-2# I

330

331 : Ich hab noch eine abschließende Frage, die sich mehr so auf diese Arbeitspraxis oder  
332 auch Arbeitsalltag von JournalistInnen beschränkt, ist halt die Frage, was ist, wenn dieser  
333 Algorithmus tatsächlich, also diese automatisierte Textproduktion, ah. wirklich sich etabliert  
334 und in Redaktionen darauf zurückgreifen kann, gibt es etwas, wo Sie sagen, (.) das ist  
335 etwas, was die Journalistinnen und Journalisten können sollten, oder ihnen klar sein sollte,  
336 wenn sie damit arbeitet? (.)#00:25:56-8#

337

338 C5: Naja, eben erstens Mal die Letztverantwortung (I:hm) und dass natürlich auch der Artikel  
339 nicht nur so gut ist wie der Algorithmus sondern auch wie die Daten, die verwendet werden.  
340 (I:hm) Und dessen muss man sich, also man müsste zumindest, man muss ja nicht wirklich  
341 die Algorithmen selber schreiben, aber man sollte schon genauer wissen, wie das  
342 funktioniert, oder welche Möglichkeiten es gibt. (I:hm) Und jetzt nicht nur so quasi, wie ein  
343 Mikrowellenherd einschalten und interessiert mich nicht (I: (lacht) was passiert. (Hustet)

344 #00:26:33-3#

345

346 I: Hm. Sie haben jetzt eben auch gesagt, die Letztverantwortung liegt beim Menschen.  
347 Warum ist das für Sie so wichtig? Diese Letztverantwortung, dass die beim Menschen liegt?

348 #00:26:42-0#

349

350 C5: Na, sie muss eigentlich beim Menschen liegen. Weil irgendwo steckt der Mensch noch  
351 immer dahinter. Also, ich glaub kaum, dass ein Computer auf die Idee kommt eine Zeitung  
352 zu machen (I: (lacht) #00:26:53-0#

353

354 I: Der hat was anderes zu tun, oder? (lacht) #00:26:55-5#

355

356 C5: Ahm. Folglich steht, sobald ein Mensch dahinter steht trägt er auch die Verantwortung.  
357 (I:hm) Also, das ist ungefähr so mit dem autonom fahrenden Auto. (I:ja) Es muss einer  
358 drinnen sitzen, und so lang der drinnen sitzt hat der die Verantwortung. Er kann Zeitung  
359 lesen, ich meinetwegen Sushi essen während der Fahrt, wenn ein Unfall passiert, haftet er  
360 dafür. (I:hm) (6) #00:27:31-5#

361

362 I: Ja, wenn es von Ihrer Seite noch etwas gibt, was Sie noch gerne loswerden möchten,  
363 sagen wollen, #00:27:38-2#

364

365 C5: Nein, mich würd interessieren, wie weit man mit den Algorithmen ist (lacht)

366 #00:27:41-9#

367

368 I: Das ist eine Organisatorische Frage, ah. und ah. die ist jetzt nicht mehr Teil des ah.

369 Interviews (C5: ja,ja) aber ich erkläre Ihnen nachher den Ablauf, der nächsten Runde (C5:

370 hm) Und da wird sich diese Frage dann ah. gut beantworten lassen. Ja.

371 diese Frage dann ah. gut beantworten lassen. Ja.

**A13.15. C6**

2 #00:00:06-5#

3 *Vorbesprechung Interview (Telefonat)*

4 #00:01:07-1#

5

6 I: Genau, also bei mir in der Arbeit geht's ja um algorithmischen Journalismus bzw. auch

7 Roboterjournalismus. Also eigentlich genau in die Richtung zur automatisierten

8 Textgenerierung, was eben grad aktuell auch sehr stärker zur Diskussion kommt. Sie haben

9 ja auch letztens in der letzten Ausgabe gab es ja auch schon einen Artikel dazu. (C6:

10 Genau, ja). Genau. Ahm. Jetzt die Frage an Sie (.): Wie sehen Sie Roboterjournalismus

11 bzw. algorithmischen Journalismus so jetzt gleich als erste Verbindung die Sie dazu

12 herstellen? #00:01:40-0#

13

14 C6: (seufzt) Zwiespältig. (I:hm) Auf der einen Seite kann es Redaktionen entlasten. (I:hm)

15 Und somit Platz schaffen für zusätzliche Recherche, auf der anderen Seite lebt ah.

16 Journalismus, noch dazu wie wir ihn heute brauchen ah. immer mehr von Emotionen (I:hm).

17 Das wird ein Computer nicht können oder ein Algorithmus nicht können und drittens aus

18 Sicht der Journalisten ahm. auch ein bisschen mit Sorge, weil man natürlich als Verlag, der

19 sparen möchte, auch auf die Idee kommen kann, dass kann ja ein Computer besser (I:hm)

20 und somit könnte man dann Arbeitsplätze einsparen auch. #00:02:35-2#

21

22 I: Hm. Ahm. Sie haben gemeint, es gibt ja bestimmte Dinge, die kann der Algorithmus nicht.

23 Ahm. (.) Also es gibt Bereiche, die, wo man Menschen nicht einsparen kann. Weil der

24 Algorithmus nicht fähig ist, bestimmte Dinge zu übernehmen. (C6: Ja, ja.). Ahm. #00:02:54-

25 5#

26

27 C6: Im, im Speziellen eben, ja, wie gesagt, Emotion, äh. wie, was braucht, weil mir ist schon

28 klar, dass ein Computer eine Geschichte machen kann in der Sportberichterstattung, (I:hm)

29 ahm. über die (.) Ergebnisse am Sonntag, über die Fußballergebnisse am Sonntag am

30 Abend. Wenn das dann tabellarisch oder wie auch immer umgesetzt wird, ist ja das kein

31 Problem. Ah. Wenn man aber über ein Fußballspiel berichtet, dann geht es um was

32 Anderes. Als, nur eine Tabelle, sondern, da muss einfach Emotion mitspielen (I:hm) Ah.

33 Auch wenn ich mich persönlich in Fußball nicht auskenne (I:hm) #00:03:39-9#

34

35 I: Also, das heißt, das ist etwas, was natürlich von diesem algorithmischen Journalismus

36 nicht übernommen werden kann. Ahm. Gibt es ethische oder auch normative Grenzen, wo



37 man sagt, auch wenn es vielleicht eine Maschine könnte, gibt es bestimmte Tätigkeiten, die  
38 sollte ein Mensch machen? #00:04:01-4#

39

40 C6: Ja, generell, wenn es um Wertung, wenn es um Gewichtung geht, ist einfach der  
41 Journalist gefragt und nicht eine Maschine, nicht? Ah. wenn man beispielsweise jetzt auf  
42 einem Gebiet, wenn man sieht, wie künstliche Intelligenz bei Facebook versucht wurde  
43 sogar, Emotionen zu beeinflussen, Gefühle zu beeinflussen, und das ist denen auch  
44 gelungen und sie haben sich zwar im Nachhinein dafür entschuldigt, ahm. (I:hm) was uns,  
45 auf der anderen Seite gesagt ein Witz ist, ahm. äh. Gewichtung, Meinung usw. muss in  
46 Journalistenhand bleiben. Und darf nicht an irgendwelche Algorithmen ausgespielt werden.  
47 Und schon gar nicht, dass ich ah. den Algorithmus dann so einstelle, dass die Meinung dann  
48 so, geschrieben wird, wie sie dann den meisten Menschen gefallen könnte (I:hm) #00:04:56-  
49 0#

50

51 I: Ist das auch ein bisschen so, diese (.) ahm. SEO-Optimierung, Google-Optimierung, so in  
52 die Richtung? #00:05:03-5#

53

54 C6: Ja, gut, Google-Optimierung ist noch was Anderes (I:hm) Ah. also jetzt, Sie meinen,  
55 dass die Artikel gefunden werden können dann über die Suchmaschine? (I:hm) Da (.) seh  
56 ich weniger ein ethisches Problem, als dass mir einfach auf unser schönes Handwerk,  
57 nämlich auf unsere Sprache verzichten. Weil (I:hm) ah, Google-optimierte Überschriften sind  
58 halt einfach fürchterlich zu lesen (Lachen) und man hätte früher in der  
59 Journalistenausbildung die Bleiplatte auf den Kopf bekommen (I:hm) hätte man so getitelt.  
60 (I:hm) #00:05:39-9#

61

62 I: Dh. so diese menschliche Komponente ist ganz wichtig, dass das ein Mensch, ein Mensch  
63 dahinter steht. #00:05:47-2#

64

65 C6: Naja, bei Google-Optimierung seh ich weniger, wie gesagt, das ethische Problem, dass  
66 ein Mensch dahinter steht, sondern einfach dass wir unser Handwerk abgeben (I:hm) indem  
67 wir nicht schreiben, ah. (.) die ah. (.) bei einer Jobmeldung nicht schreiben: "Firma sucht  
68 einen ah. Redakteur für Online." Sondern: "Online-Redakteur in Düsseldorf gesucht" Ah. das  
69 würde man normalerweise journalistisch nicht so schreiben (I:hm) #00:06:19-6#

70

71 I: Geht es auch so ein bisschen um das Gefühl auch für Sprache? Das haben Maschinen  
72 nicht. #00:06:24-9#

73

74 Natürlich, natürlich, Sprache ist unser Handwerkszeug (I:hm) Wenn ein Tischler seine  
75 Handwerkszeug missachtet, wird er keinen ordentlichen Tisch daraus bekommen. Wenn wir  
76 unsere Sprache vernachlässigen, werden wir keine gute Geschichten damit  
77 herausbekommen (I:hm) #00:06:47-7#

78  
79 I: Ich hab noch eine Frage zur Arbeitspraxis von JournalistInnen. Sie haben vorher schon  
80 kurz erwähnt, es könnte sein, oder es wird so sein, dass mehr Zeit bleibt für andere Dinge,  
81 dass JournalistInnen sich auf andere Arbeiten konzentrieren könnte. Was könnte so, wie  
82 könnte so eine künftige Redaktion vielleicht aussehen, vielleicht mit einem Algorithmus?  
83 Was würde sich vielleicht grundlegend verändern, oder, ja? #00:07:16-0#

84  
85 C6: Ich persönlich glaube nicht, dass sich das so stark durchsetzen wird, jetzt dass, die  
86 Algorithmen jetzt oder die künstlichen Schreibmaschinen, wie auch immer man diese Dinge  
87 dann nennen wird (I:hm) denn, die Hälfte der Arbeit abnehmen werden und die  
88 Journalistinnen und Journalisten können dann Zeit für alles andere haben. Ich glaub, das  
89 wird schon ein bestimmter, ahm. ein bestimmtes Tool sein, das man für sich nutzen kann,  
90 dass man sich Daten aufbereiten lassen kann, Datenjournalismus ist natürlich wichtig, aber  
91 nicht, die Daten zu zeigen, sondern die Daten zu interpretieren und das wird weiterhin in  
92 Journalistenhand bleiben (I:hm) Wie gut auch immer die Algorithmen sein werden. Glaube  
93 ich, vielleicht bin ich da etwas naiv. #00:08:07-3#

94  
95 I: Ahm. Und könnte sich, könnte dieser algorithmische Journalismus vielleicht auch neue  
96 Arbeitsbereiche schaffen bzw. auch in einer Redaktion neue Aufgabengebiete entstehen?  
97 #00:08:19-9#

98  
99 C6: Mit Sicherheit, wobei ich da mit diesen Prognosen für die Zu- sind immer schwierig,  
100 besonders, wenn sie für die Zukunft gelten (I:hm) Ah. (.) Ich weiß das nicht, hätte ich da  
101 Rezepte, würde ich wahrscheinlich damit Geld verdienen. Wahrscheinlich wird draus was  
102 entstehen, wenn man sieht, wie sich Facebook entwickelt hat, dass das einmal in Wahrheit  
103 dazu gedient hat, um Menschen zu verbinden. Und jetzt ah. weiß ich was draus geworden  
104 ist, kann sich natürlich algorithmusorientierter Journalismus auch so entwickeln ah. wie  
105 gesagt, aber nachdem es im Journalismus gottseidank noch immer um Emotionen geht,  
106 (I:hm) Wird das nicht so die Macht übernehmen können. #00:09:11-3#

107  
108 I: Hm. Dh. also Ihre Einschätzung ist eher so in Richtung: Es wird ahm. es wird zwar sich  
109 etwas verändern, aber es wird nicht so grundlegend sein, dass man jetzt von neuem

110 Journalismus sprechen könnte, sondern #00:09:25-6#

111

L

112

C6: Genau, genau, genau. Und es kann natürlich für

113 faszinierende Sachen eingesetzt werden wenn beispielsweise in deutschen Magazinen jetzt

114 ah. kontinuierlich eine Deutschlandkarte gezeigt wird, mit verschiedenen Daten darauf, ah.

115 und die in Bezug zueinander gesetzt werden und das ergibt jede Woche eine spannende

116 Geschichte, dann ist das sicher was. Aber dahinter steckt ja noch immer menschliche

117 Intelligenz, die Geschichte, der Algorithmus ist ja nicht darauf gekommen, selbst diese

118 Geschichten so zu machen (I:hm) Sondern er wurde genutzt damit man diese Geschichten

119 so machen kann (I:hm) #00:10:05-5#

120

121 I: Ah. eine abschließende Frage hätte ich noch, nochmal zurück zu diesen (.) eher

122 technischen Bereichen. Dieser Umgang mit Daten und das Endprodukt. (C6: Ja) Sie haben

123 vorher schon erwähnt, in der Sportberichterstattung natürlich wird es auch eingesetzt oder

124 ist schon gut einsetzbar. Ahm. wie sehen Sie den Umgang mit dem Endprodukt? Also wenn

125 es produziert worden ist, gibt es jemand, soll es jemand geben, der es korrigiert, wie soll ein

126 Medienhaus damit umgehen, wenn es diese Texte zB ausgibt? #00:10:37-6#

127

128 C6: Es soll generell jemanden geben, jemanden zweiten geben, der das liest, bevor etwas

129 gedruckt wird (Lachen) Die, die alte Kunst des Redigierens soll im Journalismus wieder

130 Glanzzeiten erhalten. Mir ist schon klar, dass alles schneller geht und so (I:hm) aber man

131 merkt bei vielen Geschichten, die von Journalisten geschrieben worden sind, dass die

132 niemand redigiert hat ah. so merkt man es aus, wenn sie von Computern oder von

133 Algorithmen geschrieben worden sind, dass das niemand redigiert hat. Also (.) alles was

134 gedruckt wird, oder gesendet oder sonst irgendwas wird, soll jemand gesehen haben, bevor

135 es der Allgemeinheit übergeben wird (I:hm) #00:11:19-6#

136

137 I: Ist halt dann die Frage, ob es in der Realität dann auch, eben, wie Sie schon gesagt

138 haben, Sie sehen es ja manchmal schon auch bei Endprodukten, dass da manchmal auch

139 gar nicht redigiert wurde #00:11:31-1#

140

141 C6: Ja, natürlich, das merkt man ganz deutlich. Also, bei den ersten Zeilen im Vorspann

142 merkt man, ob redigiert oder nicht. Und ob die alten Tugenden des Journalismus

143 hochgehalten werden oder nicht. (I:hm) Ah. Ich glaub, das sind zwar alte Tugenden, aber

144 nicht veraltet. Und das wird auch, ganz egal, ob im Roboterjournalismus oder im

145 handgemachten Journalismus, so in diesen Tugenden weiterhin goldene Zeiten haben

146 #00:11:59-9#

147

148 I: Ahm. Was noch das Endprodukt betrifft, es gibt ja auch die Diskussion der Transparenz,  
149 also, dass eben die Diskussion darüber ist, ob, ob, wie soll man das darstellen. Da geht's ja  
150 dann um die Frage, (.) ist der Mensch dahinter, der angeführt wird, das Medienhaus (C6:ja)  
151 oder soll man hinschreiben: Das hat ein Algorithmus geschrieben oder ein Roboter (Lachen)  
152 Wie sehen Sie diese Diskussion eigentlich? #00:12:25-0#

153

L

154 C6: Diese Gefahr seh ich nicht so groß, weil, wir schreiben ja jetzt  
155 auch nicht dazu, die Geschichte wurde auf einer elektrischen Schreibmaschine geschrieben  
156 (I: (Lachen) ) Oder diese Geschichte wurde auf einem Computer geschrieben oder wo auch  
157 immer (I:hm) Ah. So, wir, so weit sind, dass diese Sache redigiert werden, ist ja wieder ein  
158 Mensch da, der das gemacht hat für die Redaktion. Es ist zwar anders entstanden, aber es  
159 ist dann redigiert worden, es ist geschaut worden, ob das in Ordnung geht so, und dann seh  
160 ich das mit der Transparenz nicht so (I:hm) ah. (.) schlimm. Dieses ethische Problem seh ich  
161 nicht so (I:hm) so, so schlimm für den Leser. #00:13:04-4#

162

163 I: Dh. es könnte ja auch, weil Sie eben vorher gesagt haben, Sie sehen das eher mehr als  
164 Tool, ah. das man verwenden kann, dass es vielleicht eben, dieser Vergleich jetzt von Ihnen  
165 mit, ok, das ist ein Computer, das ist eine Schreibmaschine, also eher in diese Richtung,  
166 diese Neuerung von algorithmischen Journalismus #00:13:22-9#

167

L

168 C6: Ich seh das nicht so groß das Problem, wenn man  
169 natürlich, wenn ein Verlag nur algorithmusgesteuerte Geschichten macht, und somit die, und  
170 die Algorithmen in eine bestimmte Richtung getrimmt sind, das kann man ja machen,  
171 jederzeit (I:hm) wie man bei Facebook auch unter anderem auch sieht. Dann wird es  
172 natürlich schon zu einem Problem. Ich kann mir aber nicht vorstellen, dass solche  
173 algorithmusgetriebenen oder-erzeugten Geschichten dann tatsächlich beim Leser oder beim  
174 User oder wie auch immer so einen Erfolg haben, dass sie auch dann sozusagen Meinung  
175 verändern könnten oder dergleichen, das glaub ich nicht so, momentan sind wir noch  
176 gescheiter als die Maschinen #00:14:07-9#

177

178 I: (Lachen) (2) Ja, ahm. also ich für meinen Teil hab eigentlich schon alles, wenn es von  
179 Ihrer Seite noch etwas gibt, was Sie gern abschließend noch sagen möchten, einfach zu der  
180 Thematik #00:14:24-8#

181

182 C6: Glaub ich, glaub ich nicht. Nein, ich glaub, wir haben alles, so durch (I: alles durch  
183 (Lachen) ja Also #00:14:34-3#

184

185 *Nachbesprechung, Verabschiedung*

**A13.16. E1**

2 I: So. (.) Ja. (.) Also bei mir geht es in der Arbeit ein bisschen stärker um diesen ahm. Werte-  
3 und Normenaspekt journalistischer Arbeit (E1: Hm.), wo es darum geht, inwieweit, was darf  
4 ersetzt werden, was soll nicht ersetzt werden? Ahm aber auch so ein bisschen in die  
5 Zukunftsszenarien, wie könnte sich das (.) vielleicht entwickeln, ja. (.) Und (.) Jetzt ein Mal  
6 so die persönliche Perspektive ahm. (.) Roboterjournalismus, algorithmischer Journalismus.  
7 Kannst du kurz beschreiben, (.) mit was du dich konkret jetzt beschäftigst ahm., was jetzt so  
8 dein großes Thema momentan ist? #00:00:38-5#

9  
10 E1: Mhm (.) Also (.) Ahm. Zuletzt habe ich mir eben angesehen ahm. ganz konkret, wie die  
11 britische Nachrichtenagentur [ \_\_\_\_\_ ] ahm. (.) Roboterjournalismus einsetzt für die  
12 Lokalberichterstattung. Dabei habe ich einen Fokus gelegt auf die (.) ethischen Implikationen  
13 von dem (I: Hm.). Also ich habe mir den Bias angeschaut, den (.) ahm. die software  
14 produziert, bzw. Entscheidungen, die (.) ahm. algorithmisch festgelegt sind - sagen wir mal  
15 so. Weil die ahm. (.) das ist wie bei vielen Nachrichtenagenturen relativ unklar, was dann  
16 schlussendlich ahm. doch noch händisch gemacht wird, oder was (.) ahm. wie dynamisch  
17 die Sachen festgelegt werden. Zum Beispiel, (.) was ich im Zürich probiert habe, ist ahm.  
18 einen dynamischen Text zu haben, der halt nicht ahm. einen=einen Lückentext (I: Hm.) ist,  
19 sondern wo quasi auch algorithmisch entschieden wird, welche Aspekt des Wetters jetzt  
20 ahm. die=der Titel der Geschichte ist, oder der (.) der erste Satz einer der Meldung ist. (.)  
21 Ahm also wenn ein Sturm ist, dann ist das die, also ist das - das Wichtigste, wenn es ein  
22 schöner Wettertag ist, dann kann man damit anfangen, dass es 22 Grad hat. Genau. Und  
23 ahm. bei den Sachen, wie eben diesen britischen Roboterjournalismus-Projekt, ist es gar  
24 nicht ein mal so klar. Also die haben nachher, hinterher nachdem ich Artikel veröffentlicht  
25 habe, mir ein E-Mail geschrieben und sich beschwehrt darüber, ahm. dass ich das  
26 missverstanden hätte, weil sie tun da die Titeln eh noch selber händisch schreiben. Das  
27 sagen sie aber niemandem. (I: (lacht)) Also das haben sie davor niemandem gesagt. Sie  
28 verkaufen das halt als=als "Roboterleistung". Ahm weil es ja cool klingt. (I: Aha.) Aber (.)  
29 ahm. (.) es lässt sich oft nicht so genau sagen, wie viel dann wirklich (.) algorithmisch  
30 generiert ist und wie viel dann Algorithmus bestimmt, ja. (I: Hm.) Ob der zum Beispiel ahm.  
31 (.) auch bestimmt, was der Aufhänger einer Meldung ist, ahm. was der Titel einer Meldung  
32 ist, wie=wie die Struktur ist, oder ob der, dass es auch möglich ist es, aus dem Datensatz  
33 einzelne Sätze generiert werden, aber die Sätze dann von Menschen eingeordnet werden.  
34 Also der Automatisierungsgrad ist oft nicht ein Mal ganz klar bei den Produkten, die  
35 ausgeliefert werden. Und das weist schon auf ein wichtiges ahm. (.) eine wichtige Frage hin,

36 ein wichtiges Problem hin: Nämlich die Transparenz bei ahm. algorithmischen Journalismus.

37 #00:03:01-0#

38

39 I: Hm (bejahend). (3) Das ist eher was ahm., wo ich sagen würde, das geht ja schon ein  
40 bisschen in diese ethische Perspektive eben rein. Man sagt, inwieweit sollen das die Leute  
41 auch (.) erfahren. Ahm. Jatzzt noch ein Mal zurück zu dieser Transparenz. Ahm. Wo siehst  
42 du das Problem, warum diese Transparenz gerade da so wichtig bei diesem automatisierten  
43 Journalismus? #00:03:26-0#

44

45 E1: (3) Ahm. Naja (.) Weil beim=beim herkömmlichen journalistischen Vorgehen gibt es ja  
46 etablierte ethische Praxien und Ehrencodexes, und so weite, die Vorschreiben, was  
47 Journalisten (.) machen können und was nicht. Ahm (3) An jetzt dem (.) die Art von  
48 Datenverarbeitung, Datenanalyse, die jetzt bei Roboterjournalismus betreiben wird, ist  
49 grundsätzlich nicht ethisches bedenkliches, aber (.) ahm. derch die (.) durch eine  
50 bestimmte, ein bestimmtes Interpretationsmuster von einem Datensatz kann halt festgelegt  
51 werden. Und diese Festlegung, ahm. diese massenreproduktion dieser Festlegung  
52 entstehen eventuell neue Dinge, die ethisch bedenklich sind. Also wenn ich zum Beispiel, (.)  
53 eben (3) ahm. als Lokaljournalist, eine einzige Geschichte oder was schreibe, dass in  
54 meiner Gegend viele (.) uneherliche Kinder geboren werden, dass ist es mein Spin, was ich  
55 in der Geschichte reinbringe. Ahm wenn ich hingegen einen Algorithmus mache, der solche  
56 Geschichten für jede (.) für jede Stadt in der=in ganzen Land schreibt, dann  
57 massenproduziere ich eingentlich immer den selben Spin.(I: Hm.) Und das da=da sollte man  
58 sich die Frage stellen, ob das nicht ahm. (.) auch eine Dimensionsänderung nicht auch  
59 einen Nachdenkprozess erfordert. Das war der eine Kritikpunkt, der ich dareingepackt habe.  
60 Und der anderer halt auch das eben so intransparent ist wie, warum die Geschichte so  
61 geschrieben wird, welche Bedenken also auch welche(.), dass der Gedanke des autors war  
62 ahm. (I: Hm.), oder des Algorithmus des Autors in dem Fall war, ja. #00:05:13-5#

63

64 I: Wie ahm. siehst du die Thematik der Quellen? Also auf welche der Quellen der  
65 Algorithmus zurückgreuft? Ich glaube, das ist vielleicht auch ein Thema, das gut ahm. zu der  
66 Transparenz auch dazu passt. Woher (.) woher nimmt der Algorithmus seine=seine Quellen,  
67 seine Textbausteine? Inwieweit sollte das für Andere irgendwie nachvollziehbar sein?  
68 Inwieweit sind die Quellen auch ahm. (.) zum zu Diskussion? #00:05:41-3#

69

70 E1: Ahm. Ja. (.) Also. Das ist eine ganz wesentliche Frage. Also ich habe in einer  
71 Untersuchung letztes Jahr auch erhoben, dass ahm. (.) dass die=die meisten Agenturen, die  
72 meisten Nachrichtenagenturen, die mit Roboterjournalismus arbeiten, ahm. externe Quellen

73 haben, wo sie dann zum Teil auch Geld dafür zahlen ahm. (.) nirgendwo können sie  
74 wirklich die Integrität der Daten unabhängig sicherstellen. (I: Hm.) Ahm. (3) Man bewegt sich  
75 auch zum teil in Abhängigkeitsverhältnisse zu den Datenlieferanten, weil wenn ich als  
76 Nachrichtenagentur meinem Kunden ahm. meinen Kunden irgendwelche Sportgeschichten  
77 verkaufe und ein Mal die Liga, die die Daten bereitstellt kommt und sagt "Das wollen wir in  
78 Zukunft nicht mehr. (I: Hm.) Weil wir machen jetzt selber Geschichten, werden selber zur  
79 Nachrichtenagentur", dann kann sie Niemand daran hindern ja. Und auch (.) auch wenn  
80 man jetzt Regierungsdaten verwendet, die so augenscheinlich neutral sind, hat man das  
81 Problem (.) ahm. einerseits der Kontextualisierung dieser Daten, und auf der anderen Seite,  
82 (.) ahm. (.) kann auch der Datensatz selber irgendwie einen Bias erhalten. Weil zum  
83 Beispiel, weiss ich nicht, ahm. (.) die wenn man eine hat eine Vermögenstatistik, aber die  
84 Leute, die am allerreichsten sind melden (.) geben ihre Vermögen nicht bekannt. Ahm indem  
85 man das aber dann so darstellt, als wäre das ahm. als wären die Daten, so wie sie da sind,  
86 ein Faktum (I: Hm.), verschleiert man eben genau die Tatsache, dass nicht alles in den  
87 Daten sich widerspiegeln kann. Also Imperfektion der Daten ist wird=wird quasi oft  
88 übersehen. (.) Ahm. #00:07:29-3#

89  
90 I: Hm (bejahend). (3) Das ist ahm., diese Imperfektion, also diese (.) (E1: Ja.) gemeint auch  
91 vielleicht Fehleranfälligkeit, ahm. oder (.) geht es in die Richtung? #00:07:44-0#

92  
93 E1: Ahm. Naja. (.) Also imperfektion. Mit Imperfektion meine ich (.) zum einen dass als der  
94 Datensatz nicht=nicht vollständig ist, dass da nicht alles drinnen ist (I: Hm.), dass der auch  
95 nicht ahm. dass es irgendwelche Gründe gibt halt warum das so ist. Eben weil (.) irgenwer  
96 das nicht melden will, oder nicht melden kann, oder die Daten nicht gut erhoben werden,  
97 aber auch (.) das quasi ahm. (.) die Daten da sind, aber ein (.) aber (.) Fokus auf diese eine  
98 Daten andere Sachen verschleiern, externe Effekte verschleiern. Also was weiss ich? (.)  
99 ahm. schaut sich an(.), ahm. wie viele Leute fahrradfahren in einem Ort. Und es gibt halt  
100 irgendeinen Ort, sagen wir in Oberösterreich, wo mehr Leute fahrradfahren als anderswo.  
101 Und die (.) wenn man das jetzt nur neutral und ohne weiteres Detailwissen auswertet, dann  
102 könnte man sagen "Ja. Die sind einfach fleißiger, oder sportlicher, als andere Leute". Und  
103 wenn man sich dann das konkrete Beispiel anschaut, kommt man drauf (Telefon klingelt)  
104 ahm. (.) - das stimmt jetzt gar nicht. Ahm (Telefon klingelt) die sind einfach nur ahm. (.) da  
105 gibt es einfach nur bessere Radwege (I: Hm.). (Telefon klingelt) Also das ist etwas, was man  
106 schnell übersehen kann beim. Ich muss nur ganz kurz abheben #00:08:58-9#

107  
108 I: Kein Problem. #00:09:02-1#

109



110 E1: [ Telefoniert ] #00:09:26-9#

111

112 I: So. (E1: Hallo.) Ich habe jetzt kurz auf (.) lautlos geschaltet, weil ich ja alles aufnehmen  
113 und, dass es halt nicht drauf ist. (E1: Also.) Ahm. Wir waren bei der Imperfektion und da gab  
114 es etwas, die über dieses Radfahr-Thema, ja. (E1: Hm.) Und (3) da geht es um diese  
115 Zusammenhänge herstellen (.) wahrscheinlich ja. (E1: Ja.) (3) Das was ich da sehr sehr  
116 spannend finde bei dieser Thematik, ist immer die Frage "Wo braucht es den Menschen und  
117 wo braucht es ihn vielleicht nicht mehr?" Ja. Das ist halt die eine der grundlegenden (.) eine  
118 der grundlegenden Fragen meiner Arbeit irgendwo. Ahm. (.) Natürlich jetzt nicht so groß, ja.  
119 (.) Ahm wenn man sich aber diese Imperfektion anschaut, wo welche Zusammenhänge  
120 bestehen (.) und der Algorithmus quasi durch die Imperfektion das vielleicht falsch  
121 interpretieren könnte, oder nicht richtig interpretieren könnte (E1: Hm.). Ahm wie siehst du  
122 diese=diese menschliche Tätigkeit? Wo=wo ist da der Mensch so wichtig? Ja. Was=was  
123 macht die journalistische Tätigkeit hier aus? #00:10:28-9#

124

125 E1: Ja der=die ahm. die Software wird (.) ist gut darin ahm. Korrelationen zu erkennen, aber  
126 nicht gut darin, Kausalitäten zu erkennen. (I: Hm.) Ahm. Dass es schwer ist, (.) aus den  
127 Daten Schlüsse zu ziehen ahm. für die Software. Das wird immer eine Aufgabe des  
128 Menschen sein, das zu machen. (I: Hm.) Also man kann ja die Statistik auswerten und  
129 sagen, dass es jetzt da und dort und da so und so. (.) Aber was das heißt? Und warum das  
130 so ist? (.) Ahm. Also wo=woraus das resultiert und wo=wozu das führt - das muss immer ein  
131 Mensch sagen. #00:11:01-5#

132

133 I: Hm (bejahend) (3) Warum? #00:11:05-3#

134

135 E1: (.) Weil ahm., (.) wie soll ich sagen, die Realität komplex ist. (I: Hm.) Ahm. Und die  
136 Maschine nicht bestimmen könnte, (.) um jetzt Kausalitäten herzustellen, nicht bestimmen  
137 könnte, was die Ursachen sind. Ursachen sind auch nicht monokausal. Es gibt einfach  
138 sachen, die kann man nicht berechnen. Also (.) ahm. ist immer die (.) es gibt immer die  
139 Debatte da oben, wann wir jetzt künstliche Intelligenz erreichen werden. (I: Hm.) Aber eine  
140 solche ahm. komplexe Form von der Intelligenz, wie es der Mensch halt hat, dass er  
141 unterschiedlichen Sachen ineinfakturieren kann (.) und auch Leerstellen im Wissen auch füllt  
142 mit Intuition oder Erfahrung. Das kann jetzt eine Maschine einfach nicht. Und auch in einer  
143 absehbare Zeit auch nicht. #00:11:51-7#

144

145 I: Das (.) könnten so die Grenzen des Einsatzes sein, oder? Also, wo man sagt "Okay, das  
146 (3) die Technologische Entwicklung kann darüber nicht hinaus gehen". #00:12:03-0#

147  
148 E1: (5) Ja. #00:12:06-7#  
149  
150 I: Ja wie=wie siehst du diese ahm. die Thematik der Entscheidungen? Ich glaube, das ist  
151 vorher, bin mir jetzt nicht ganz sicher, schon ein bisschen durchge=durchgeklungen, wo es  
152 eben um Zusammenänge geht, oder auch ahm. wer, also wo der Mensch nicht ersetzbar (.)  
153 sein kann. Ahm diese Entscheidungsprozesse, die eben auch im journalistischen Alltag  
154 stattfinden. Ahm inwieweit man überhaupt ahm. Textproduktion, oder (.) sagen wir  
155 inhaltliche Produktion automatisieren kann? (3) Also wer die Entscheidung trifft, ja? Also  
156 diese Entscheidungen den Algorithmus abzugeben. #00:12:44-4#  
157  
158 E1: (3) Ahm. Ich meine, das ist immer eine redaktionelle Entscheidung. (I: Hm.) Ahm die  
159 Verantwortung liegt auch immer bei der Redaktion, die das dann (.) macht. Ahm (.) ja, also  
160 die (.) das sollte generell klar sein, dass wenn Texte von Maschinen produziert werden, die  
161 Verantwortung nur die Redaktion hat, die das rausgibt. (I: Hm.) Ahm deswegen (.) ich  
162 vermute, dass für die nächsten Jahre Roboterjournalismus immer etwas sein wird, das auf  
163 sehr spezielle Aufgaben beschränkt ist, oder nur Vorstufen leistet (.) zu ahm. zum Haldein  
164 von menschlichen Journalisten. Also so wie jetzt ahm. [ internationale Nachrichtenagentur ]  
165 vor kurzem gesagt hat, sie glauben, sie bauen einen ahm. kibernetischen Newsroom,  
166 "cybernetic newsroom", (I: Hm.) ahm. wo (.) maschinelle Analysen in Worte gefasst werden,  
167 quasi schon Textbausteine bilden, (I: Ja.) aber ( ) immer der Mensch, die Einordnung,  
168 Interpretation, Einschätzung (.) ahm. auch die Erklärungen dazu liefert. Das heißt, die  
169 Maschine wird immer nur die Bausteine schreiben. (I: Hm.) Oder da, wo sie halt ganze  
170 Geschichten schreibt, nur da, wo es ein voll (.) komplett festgesetztes Regelsystem gibt, wie  
171 beim Sport, oder und wo ahm. (.) oder bei Finanznachrichten wo es halt inhaltlich ahm. (.)  
172 bei (.) eben so, wie das jetzt die britische Nachrichtenagentur macht: für die chronikale  
173 Ereignisse, den Lokaljournalismus. Da wiederum (.) die bauen halt jedes Mal ein eigenes  
174 Template für jede Geschichte quasi. Und selbst da finde ich es halt irgendwie fragwürdiger  
175 also. Da ahm. (3) Ja. #00:14:25-1#  
176  
177 I: (3) Hm (bejahend).(3) Mhm (3) Was mich noch interessieren würde, ist ahm. (.) wir haben  
178 so, bevor wir mit Interview gestartet haben, nur mehr ganz kurz über (.) über deinen (.) über  
179 dein Projekt gesprochen, was du gemacht hast, über dein (.) Prototypen. Ahm (.) möchtest  
180 du da vielleicht noch mal auch ganz kurz erklären (.), was da möglich gewesen wäre, oder  
181 was (.) was es könnte quasi? #00:14:58-6#  
182

183 E1: (3) Naja es war (.) an sich ahm. (.) wahrscheinlich ahm. der langweiligste  
184 anwendungsfall für die Technologie. Also es ist gegangen eben um=um Wetterdaten. (I:  
185 Hm.) Und das Projekt war, ( ) hat gesagt, Ja, sie haben jetzt eine Wetter=wetterseite,  
186 die Benutzer die selbe information gibt. Halt eine schweizweite Wetterperspektive. (I: Hm.)  
187 Ahm. (.) Und das ist halt sehr wenig spezifisch. Sie kaufen von einem Hersteller, (.) ahm.  
188 von einem Wetterdatenlieferanten, halt Daten zu, die eigentlich bis zu der Postleitzahl (I:  
189 Hm.) runtergebrochen sind. Das heißt, man könnte jedem Nutzer ahm. (.) etwas über sein  
190 speziphisches Wetter, an seinem Ort, in seinem Thal, sagen. Tut das aber nicht. Ahm. Die  
191 Aufgabe für mich war: Kannst du aus diesen Mikrodaten eine Umsetzung schreiben, die halt  
192 dann (.) eine kurze, Viersatz-Wettermeldung, dazu für vielen-vielen Nutzer verfasst? Und  
193 das habe ich dann entwickelt. (I: Hm.) Gemeinsam mit einem Programmierer. Ich habe  
194 quasi die Logik geschrieben, mit der einzelne Datenpunkte umgesetzt werden. Das war  
195 dann zum Schluss dynamisch, so dass eben (.) wenn das=wenn das Wetter so war, hat er  
196 damit angefangen, wenn das Wetter anders war hat er was anderes zuerst erzählt. Ahm.  
197 Und konnte auf spezielle Ereignisse, wie eben auf Stürme oder so, auch reagieren. (I: Hm.)  
198 Ahm. Zum Schluss haben sie dann aber irgendwie, glaube ich, entschieden, (.) dass (3) um  
199 es wirklich schön zu machen, muss man vielleicht noch mehr reinentwickeln. Und=und um  
200 es zu implementieren, es ist irgendwie technisch aufwendiger. So zum schluss haben sie  
201 sich schlichtweg einfach dagegen (I: Hm.) implemeniert. Ein Problem war auch, dass sie (.)  
202 ahm. diese=diese Standortdaten, die für das (.) interessant gewesen wären, bisher (.) nicht  
203 haben von ihren Nutzern, auch von der Nutzern heute nicht. (I: Hm.) Ahm. Und nur (.) und  
204 nur schwer implementieren konnten. Ahm. Also ich habe es entwickelt, aber sie haben es  
205 nicht verwendet. #00:16:55-4#

206

207 I: Okay. (.) Das heißt also, man hätte die Daten der NutzerInnen auch noch gebraucht. Also  
208 die hätten das freiwillig hergeben müssen, oder=oder gab es da irgendwas?.. #00:17:03-5#  
209

210 E1: Genau. Also die=die App fragt um eine Berechtigung für die Standortdaten, man kann  
211 natürlich selber seine eigene Postleitzahl, wo man gerade ist, eintragen. Das ist aber (.)  
212 irgendwie (.) also das ist weniger reizvoll halt einfach. (I: Hm.) Es ist immer schön, wenn  
213 solche Sachen automatisch funktionieren. Ahm. (.) Genau. Das war dann so User-  
214 Experience. Ahm (.) ( ) #00:17:25-7#

215

216 I: Hm (bejahend). Es ist=ist ganz schön, dass da nämlich schon User-Experience gibt. Weil  
217 das Thema ist schon, also das wirkt auf den ersten (.) auf den ersten Blick schon sehr=sehr  
218 (.), finde ich, schwer zugänglich. Also (E1: Hm.) ich habe schon=schon meine Zeit  
219 gebraucht, mich da rein zu finden, ja. (.) (E1: Ja) (.) Was ahm. ich sehr-sehr spannend finde,

220 ist dass du eben vorher gesagt hast: Um es (.) ahm. um diesen Algorithmus oder diese (.)  
221 Anwendung, um das noch schön zu machen, hätte man viel mehr Energie hineininvestieren  
222 müssen. Was=was wäre das gewesen? Also was bräuchte es, um es eben schön zu  
223 machen? Oder brauchbar? Oder=oder wirklich nützlich? #00:18:01-8#

224

225 E1: (3) Mhm. (.) Naja. (.) Also den=den menschlichen Touch, irgendeinen emotionalen Inhalt.  
226 (I: Hm.) Ahm. (.) Ja wir haben lange darüber geredet, ob man irgendwie (.) die=die eine  
227 Interpretation der Daten entlockern könnte. Wer weiss, wie das dann empfunden wird? (I:  
228 Hm.) Und was dann die (.) also wir haben oft darüber geredet, ob quasi gewisse  
229 Wettersituationen einen Witz oder (.) eine=eine lustige Bemerkung generieren könnten. (I:  
230 (lacht)) Kann der=kann der Roboter lustig sein? Ahm. (.) Die Antwort ist: Er kann. Aber das  
231 ist (.) aufwendig. Mhm. Also (I: Okay) man müsste entweder sehr-sehr viel ahm. (.) auf sehr-  
232 sehr viele einzelne Situationen eine=eine Bemerkung schreiben (I: Hm.), oder man müsste  
233 irgendwie (.) sich sehr ein sehr cleveres System ausdenken, wie etwas tatsächlich lustiges  
234 und nicht völlig (.) dadaistisches (.) generiert wird aus Daten. Also das ist gar nicht so leicht.  
235 Ahm (3) wenn man möchte, dass eben diese Sachen originell oder lustig sind. (I: Hm.) Es ist  
236 gar nicht so leicht. #00:19:07-2#

237

238 I: Um welchen ahm. Algorithmus ist da eigentlich konkret gegangen? Ahm. Ich habe mir jetzt  
239 so zum Vergleich auch davor (.) in einem Pre-Test auch mit die neuronale Netzwerke ein  
240 bisschen herumdiskutiert, gings es aber um YouTube, das ist wieder ein bisschen andere (.)  
241 Geschichte, eben um selbst lernende (.) selbst lernende Technologie. Also es geht hier (.)  
242 geht es hier auch in die Richtung, wo man sagt, es ist selbst lernend? Machine Learning?  
243 #00:19:33-6#

244

245 E1: (.) Nein. Das war es eigentlich nicht. Also es war (.) Ich glaube, es handelt sich, man  
246 kann sagen das es sich um "natural language generation" (I: Okay.) handelt. (I: Hm.) Aber(.)  
247 aber nicht ahm. (.) also nicht=nicht selbst lernend. (I: Hm.) Jede=jede Änderung, jede=jede  
248 Verbesserung erfordert wieder einen Menschlichen Eingriff. (I: Hm.) Genau.. #00:19:52-2#

249

250 I: (.) Ja so, (.) wenn man sich diese (.) Anforderungen anschaut an diese automatisierte  
251 Textgenerierung, nenne ich es ein Mal, (.) was war jetzt für dich diese extreme  
252 Herausforderung, wo hast du gesagt "Das ist schwierig" oder "Das ist vielleicht kaum mehr  
253 schaffbar oder kaum mehr lösbar"? #00:20:10-2#

254

255 E1: (.) Also es ist schwer, quasi (.) mhm menschlichen Erwartungen an Texte (.) so  
256 umzusetzen, (.) dass das Ergebnis ahm. dem entspricht. Also (.)die Frage war immer quasi:

257 Wie (.) würde jetzt ein Mensch diese Situation (.), jetzt sagen wir diese Wettersituation,  
258 interpretieren? Und wäre dann die beste Textlösung dafür? Und diese Umsetzung zu  
259 schaffen war=war schwierig. (.) Ahm auch weil sich die menschliche Erfahrungen und  
260 menschliche wahrnehmungen schwer quantifizieren lassen, bzw. sich aus=aus den Daten  
261 ableiten lassen. #00:20:48-7#

262

263 I: Hm (bejahend). (3) Okay. (5) Mhm. Was ist so (.) für dich der Bereich, wo du sagst "Okay  
264 bei der automatisierten Textgenerierung ahm. wird man (.) das wird technisch nicht möglich  
265 werden"? Also (3) Du hast es eben jetzt auch schon immer wieder auch erwähnt, in welche  
266 Richtung (E1: Hm.) es gehen könnte, aber gibt es etwas (.) also. Oder Frage. Ich Frage es  
267 lieber umgekehrt: Gibt es etwas, wo du sagst "Da würden wir gerne hin. Das würden wir  
268 gerne schaffen. (.) Und vielleicht geht es auch. Oder=oder auch nicht." ja? Also so diese  
269 Persönliche einschätzung, was da noch kommen könnte, oder was da vielleicht machbar  
270 wäre? Vielleicht (.) frage ich so (E1: Hm.). Ich glaube, (.) das ist beser. #00:21:30-0#

271

272 E1: Ja=ja. Nein ist gut. Ich ahm.. Also ich bin persönlich (.) zu dem nicht skeptisch,  
273 gegenüber der Technologie an sich. Also ich Frage mich: Wie sinnvoll als tatsächlich aus ein  
274 sehr (.) fein abgesteckter Bereich ist? Was wir vielleicht mehr sehen werden, ist ahm. (.) die  
275 Fähigkeit (.) große Datensätze ahm. individualisiert zu interpretieren. (I: Hm.) (.) Da macht  
276 es zum Beispiel Sinn. Also wenn man (.) eben (.) zum Beispiel auch ( ) in  
277 Journalismus ein großes Rechercheprojekt hat, ahm. und sagt "Ja. Ahm Ich habe  
278 irgendeinen komplexen Datensatz. (.) Ahm ich würde für den User zugeschnidet irgendwas  
279 erstellen." (.) Es kann sein. Ich glaube [ Non-Profit Organisation ] hat irgendwas gemacht,  
280 ahm. (3) wo sie sich ahm., in der USA gibt es ja (.) umfassende Schuldaten, die im Internet  
281 verfügbar sein müssen, wo sie sich ahm. (.) ahm. (.) Daten von Schulbezirken angeschaut  
282 haben. Und wo man dan als User seine eigenen (.) sein eigenes Einkommen und andere  
283 Lebensumstände hinzufügen konnte. Dann konnte man sich quasi einen Text generieren  
284 lassen, der einem sagt, wie (.) ahm. welche aussichten das eigene Kind auf eine gute  
285 Schulbildung hat gemessen an den Qualität des Schulbezirkes und den=den eigenen  
286 Einkommen. (.) Etwas in der Art=Art. Ja. Also. Sowas. Das würde das ein Sinn ergeben. (I:  
287 Hm.) Ahm. (.) Die schwedische Nachrichtenagentur hat einen read-chart, wo man sich quasi  
288 den eigenen den=die=den (.) ich glaube die Immobilienpreise in der eigenen Gegend  
289 erklären lassen konnte. (I: Hm.) Sowas. (I: Hm.) Ahm (.) ist jetzt mal wahrscheinlich etwas,  
290 was interessant ist. (.) Ahm. Man wird halt sehen, weil dieses Beispiel (.) das britische  
291 Beispiel, wie die Schule(Schuler?) macht, ahm. so chronikalen Geschichten aus großen (.)  
292 ahm. Regierungsdatensätzen zu schreiben. #00:23:23-6#

293

294 I: Hm (bejahend). Was bedeutet das? Ahm. Was kann (.) Ich kann mir darunter jetzt nicht  
295 wirklich was vorstellen, unter diesen. Ist es (.) einfach die ahm. einfach Aufschlüsselung  
296 über chronische, also über chronologische geordnete Geschehnisse? (E1: Hm.) Oder=oder  
297 wie=wie kann ich mir das vorstellen? #00:23:41-0#

298  
299 E1: Ja das sind dann die Geschichten, die wir jetzt (.) haufenweise findet. Wie [ Agentur ] in  
300 Österreich (I: Hm.) macht. Jedes ahm. (.) Monat - eine Geschichte über die aktuelle  
301 Arbeitslosenstatistik (I: Ah. Okay.), ahm. "diesmal wieder mehr Arbeitslose". Ahm diese  
302 Geschichte könnte (.) locker ein Roboter schreiben. Ahm (.) und zumindest die=die erste  
303 Meldung ahm.. Und ahm. genauso gut könnte ein Roboter dann auch für jedes Bundesland  
304 runtergebrochen, sogar für jede Gemeinde, eine eigene Geschichte machen. Weil diese  
305 Daten sind in der Arbeitslosenstatistik da (I: Hm.). Ahm. Ahm (.) also man könnte jetzt auch  
306 die Regionalzeitungen locker beliefern (.) ahm. (3) mit=mit ahm. (.) der Geschichte für den  
307 Bezirk Mürzzuschlag über "Wie sich dort die Arbeitslosigkeit entwickelt hat". Ahm. (3)  
308 Genau. #00:24:32-8#

309  
310 I: Kann der Algorithmus dann auch eigenständig zum Beispiel formulieren (.) was sich zum  
311 Beispiel verbessert oder verschlechtert hat? (3) Zum Beispiel, dass er sagt "Jetzt gibt es  
312 mehr Arbeitslose, als im Vergleich zu..."? #00:24:44-7#

313  
314 E1: (.) Genau. Das ist=das ist möglich. Und der ist also der ist (.)es wäre sonst kaum  
315 sinnvoll=sinnvoll wahrscheinlich, ahm. (I: Okay.) ohne=ohne irgendwie den Vergleich zu  
316 historischen (.) Daten. Ahm. Das ist auch, was die britische (.) was das britische Projekt  
317 kann im Grunde. (.) Ahm.(.) Aber. (.) Oder bzw., dass=dass die in Norwegen macht die  
318 Nachrichtenagentur - die haben so Sportergebnisse und die können dann so Aussagen  
319 treffen, wie, weiss ich nicht "Das war die schlimmste Auwärtsniederlage seit 1945" oder  
320 irgendwas in der Art ja. (I: Hm. Okay. Und das kann er dann.) Ahm aber=aber. Genau. Das  
321 wäre eben denkbar. Wobei ahm. oder bzw. es wäre wahrscheinlich sogar nötig, wenn man  
322 da ahm. in (.) beim Beispiel zu der Arbeitslosenstatistik zu bleiben, vernünftige Ergebnisse  
323 Leute haben wollen. (I: Hm.) Allerdings muss dann ahm. (.) allerdings ist das aufwendiger.  
324 (.) Weil man muss einerseits sicherstellen, dass die Daten immer vergleichbar sind: Weil  
325 eine mit einer Gemeinde zusammengelegt wird, dann ist es nicht mehr vergleichbar. (I: Hm.)  
326 Ahm. Und (.) es kann schnell sein, dass dann in einzelnen Bezirke das halt nicht funktioniert.  
327 Ahm. Oder in einzelnen Gegenden oder was auch immer. Ahm und die andere Sache ist (.)  
328 ahm. (.) genau, dass der Algorithmus halt um lokale Gegebenheiten nicht weiss. Also dann  
329 würde dann drinnen stehen, weiss ich nicht (.) ahm. "Letztes Jahr wissen (.)" also "Viel  
330 mehr=viel mehr Arbeitslosen, als letztes Jahr", aber es könnte nicht sagen, dass es dort

331 dieses Wer zugesperrt hat oder so. (I: Hm.) Und das ist halt dann immer die Frage ahm.,  
332 ob=ob sich dann die lokalen Einwohnern, die das lesen, nicht veräppelt vorkommen. Wenn  
333 dann (.) ahm. (.) drinnen steht "Gro..(.) Viel mehr Arbeitslose", aber nicht drinnen steht  
334 warum. #00:26:28-1#

335

336 I: Okay. (.) Ahm. (.) Was=was mich jetzt noch interessiert ahm. aus ganz speziellen Punkt  
337 ahm. ist auch diese die Arbeitspraxis von JournalistInnen. Es ist (.) es gibt noch nicht viele  
338 ahm. Menschen oder viele JournalistInnen, die damit (.) tatsächlich schon arbeiten. Also  
339 habe (.) ich führe auch Gespräche mit ahm. JournalistInnen, die mit Daten-driven  
340 Journalismus arbeiten (.) und große ahm. Datensätze verarbeiten und so. In diese Richtung.  
341 Was aber sehr spannend ist, einfach immer, wie gesagt, diese automatisierte  
342 Textgenerierung. Weil da immer in der Literatur diese Frage auftaucht: "Naja. Ahm (3)  
343 werden dann vielleicht wirklich Stellen eingespart? Wie wird das ausschauen?" (E1: Hm.)  
344 Ahm. Mich interessiert aber ahm. (.) was die Leute daraus machen könnten? Ja. Ahm.  
345 Natürlich auch was es für sie bedeutet? Welche Gefahren oder vielleicht (.) auch Risiken es  
346 da geben wird? Aber auch, was man mit dieser Technologie machen kann? (.) Und was  
347 vielleicht auch an möglichen Berufsbildern sich da ändern könnte? Ja. Wie könnte den Alltag  
348 einer Journalistin oder einen Journalisten ausschauen? Oder wie sieht der aus in einer  
349 Redaktion, in der man tatsächlich schon (.) verstärkt auf automatisierte Textgenerierung  
350 zurückgreift? Wem könnte es betreffen? #00:27:44-4#

351

352 E1: (.) Mhm. (3) Ja ich=ich glaube, dass wenn die (.) Automatisierung weiter voranschreitet,  
353 ahm. (.) dass eben so sein könnte, dass (.) viel mehr so niedergradige Arbeiten dann  
354 tatsächlich automatisch ahm. erledigt werden können. Also im Bezug auf eine  
355 Nachrichtenagentur, wie in der [ Nachrichtenagentur ] könnten dann entweder die erste  
356 Meldung zu den Arbeitslosenzahlen (.) automatisch generiert werden. Und der Journalist  
357 könnte von Sekunde 1 an anfangen (.) ahm. Reaktionen einzuholen und Einordnung zu  
358 liefern. (I: Hm.) Also dass sich das verschiebt. Das wäre (.) sinnvoll, das wäre  
359 wünschenswert. Dabei in Österreich (.) betreibt noch Niemand konkret Roboterjournalismus.  
360 Ahm. (3) Genau. #00:28:30-0#

361

362 I: (.) Also. Es gibt schon ahm. zur Datenverarbeitung, aber das ist (.) ist, also, wie gesagt,  
363 ich trenne das halt einfach auch für meine Arbeit, weil es eben viel stärker um diese  
364 Textgenerierung geht, ja. (E1: Ja. Genau.) Ahm. Das heißt du sprichst eben auf der einen  
365 Seite, dass die Arbeitsbereiche oder Tätigkeiten wegfallen können. Das heißt - alles, was  
366 einfach ist, alles, was (.) viel mit Recherche zu tun hat (E1: Hm.), Datenverarbeitung. (.)  
367 Ahm wie würde es ausschauen ahm. in, (.) dass sich Arbeitsbereiche verändern? Also nicht,

368 dass sie wegfallen, sondern dass sich bestehende Arbeitsbereiche vielleicht sich verändern,  
369 Journalisten vielleicht ihre Arbeitsweise ahm. verändern könnten? Die zum Beispiel mit  
370 dieser=dieser Text automatischen ahm. automatisierte Textgenerierung nutzen? #00:29:14-  
371 5#

372  
373 E1: (3) Ahm. (3) Ja. Also ich=ich, das ist durch aus denkbar. Ahm. (.) Aber. (.) Es ist auch  
374 eine=eine Änderung in der Organisationsstruktur eines Unternehmens (I: Hm.), es ist keine  
375 rein technische Änderung (I: Hm.), sondern sondern gibt es direkte soziale Folgen. Man  
376 muss halt dann die Abläufe ändern und neue Strukturen schaffen. (I: Ja.) Ich glaube jetzt  
377 nicht, dass per se Jobs wegfallen, weil es kaum Journalisten gibt, die sich ausschließlich auf  
378 dieser niedrigen Schwelle bewegen, wo sie halt kurze (.) Meldungen auf Basis von Daten  
379 ausschließlich machen. Ahm. Ja. (.) Ich glaube eher, dass es (.) ahm. wie soll ich sagen (.)  
380 einzelne Nachrichtenredaktionen schneller machen könnte und die Aufgabenbereiche von  
381 Journalisten viel analytischeren ahm. (I: Hm.) Tätigkeiten hinverlagert. #00:30:08-5#

382  
383 I: Also wahrscheinlich eher investigative oder auch investigative (.) Arbeiten vielleicht. Ich  
384 meine das ist auch etwas, was in der Literatur immer wieder auftaucht die. Ich weiss nicht  
385 wie du das siehst, dass dann die (.) ja, die JournalistInnen haben dann mehr Zeit,  
386 investigativen Journalismus zu betreiben und so weiter. Ahm. Denkst du, geht es, könnte es  
387 in diese Richtung auch gehen, dass sich einfach Arbeitsbereiche verstärken oder ver(.) oder  
388 abschwächen (.) lassen? #00:30:38-3#

389  
390 E1: Das wäre wünschenswert. (I: Hm.) Ja, wäre wünschenswert, wenn jetzt mehr ja  
391 Investigation dadurch gibt. Ahm es kann auch sein, dass ahm. auch bei investigativen  
392 Tätigkeiten ahm. Automatisierung hilft bei der Datenanalyse. (I: Hm.) Aber das wäre halt  
393 dann nicht Textgeneration oder Textgenerierung. Zumindest nicht (I: Hm.) nicht direkt zu  
394 solche Publikationen bestimmtes. #00:31:02-9#

395  
396 I: Hm (bejahend). (.) Da sind wir dann wieder in dieser klassischen Daten-driven (.) ahm.,  
397 der jetzt eben auch schon im=im Einsatz (.), ganz gut eigentlich, funktioniert also. Habe (I:  
398 Hm.) schon ein paar Gespräche geführt. Ahm wenn wir jetzt nochmal so JournalistInnen  
399 anschauen, jetzt mit dieser ahm. (.) automatisierten Textgenerierung. Wir haben ja vorher  
400 darüber gesprochen, dass wie das so abläuft, diesen Algorithmus in der Entwicklung ahm.  
401 (.) Könntest du dir vorstellen, dass es vielleicht in der Zukunft auch ahm. möglich ist, dass  
402 JournalistInnen sich auch zum Beispiel ahm. spezifizieren, sich damit eher beschäftigen  
403 vielleicht auf Algorithmen, Befehle zum Beispiel verändern können um das redaktionell zum  
404 Beispiel anzupassen? #00:31:50-3#



405

406 E1: (5) Es ist schwer, ich finde, schwer zu sagen. (I: Hm.) Was=was genau meinst du damit?

407 #00:31:59-4#

408

409 I: Also wenn es zum Beispiel um ahm. redaktionsinterne ahm. also, wenn es um ahm. (.)

410 Beispielsweise es geht um AI, ahm. Artificial Intelligence, und eine Redaktion kauft Software

411 zu. Und die Software ist zum Beispiel relativ, also es geht dann zum Beispiel um eh ganz

412 klassische Textgenerierung. Und der Algorithmus, bzw. die AI, ist halt (.) formuliert auf das

413 Ziel, zum Beispiel "so viele Klicks, wie möglich zu generieren" für einen Artikel (E1: Hm.).

414 Und AI natürlich nimmt jeden Klick ahm. als positives Feedback an (3) und entwickelt dann

415 zum Beispiel verschiedene Entwürfe von ahm. Headlines und so weiter. Wenn man aber

416 dann ahm. merkt, dass der Algorithmus immer stärker sich in die Richtung entwickelt, zum

417 Beispiel, dass er immer extremer wird ja, zum Beispiel bei einem Blatt, was eine bestimmte

418 politische Schiene hat ja. Ahm. dass man dann als Journalist oder Journalistin sagt "Okay.

419 Wir in der Redaktion können zumindest einfache Befehle verändern" oder "Wir können da in

420 irgendeiner Art und Weise eingreifen". #00:33:05-9#

421

422 E1: (5) Mhm. (5) Bua da tue ich mir schwer. Also da ahm. (3) kann ich dir nicht sagen.

423 #00:33:22-7#

424

425 I: Okay. (.) Ja. (3) Ahm weil es (.) also denkst du dass es vielleicht noch nähere=nahe

426 Zukunft gar nicht so Thema wird, also da auch mit Artificial Intelligence sich da tatsächlich

427 einzusetzen, oder? #00:33:36-7#

428

429 E1: Ich=ich kann nur sagen, soweit ich das überblicken kann, arbeitet noch auch niemand

430 noch annähernd mit (.) Artificial Intelligence (I: Hm.) und auch so (.) selbstlernende Sachen.

431 Da sind=sind wir noch sehr weit davon weg. (I: Hm.) Ahm also auch wenn der eine Typ von

432 der [US-Amerikanische Presseagentur] immer von der AI schreibt. Das ist ein Begriff, der oft

433 falsch eingesetzt wird (I: Hm.). Also ich glaube er meint nicht ahm. (.) selbst lernende

434 Algorithmen, sondern das ist eher so ein ( ). Also ich=ich glaube, da sind wir wirklich

435 sehr weit davon weg. #00:34:05-1#

436

437 I: Ich glaube, ist das vielleicht auch ein=ein Thema von=von Wording. Also (.) Mir ist es

438 schon auch aufgefallen, dass das man immer wieder sehr schnell spricht von

439 "Roboterjournalismus". In Wirklichkeit ist es aber kein Roboter, sondern es ist vielleicht

440 einfach ein Mal (.) ein Datensatz, der verarbeitet wird. (E1: Ja=ja.) Also. Das haben wir aber

441 auch in der Recherche immer wieder, so ein bisschen ein Stolperstein nach den anderen  
442 gelegt (lacht), muss ich ehrlich sagen. #00:34:30-0#  
443  
444 E1: Ja. "Roboterjournalismus" klingt halt cool. Es klingt halt cooler, als ahm.  
445 textgenerierende Software. #00:34:38-0#  
446  
447 I: Und das ist das eigentlich, ja. #00:34:39-2#  
448  
449 E1: Oder=oder. Und vieles, also die=die Sachen, die ich schon als Roboterjournalismus  
450 gewertet habe, jetzt im Grunde gleich funktionieren, wie jetzt (.) neue gehypete Sachen. Gibt  
451 es aber auch zum Teil sein den 90er. Und die (.) das sind Sachen, die sich mit der  
452 Serienbrief-Funktion von Microsoft Red umsetzen lassen. Also die Technologische Basis  
453 dafür ist nicht immer sehr komplex. (I: Hm.) Ahm. Neu ist einfach die Art, wie es eingesetzt  
454 wird und (.) wie es gehypet wird. (I: Hm.) Ahm=ahm. es gibt keine der großen  
455 Nachrichtenagenturen setzen, meines wissens, und das sind einige der größten  
456 Medienunternehmen der Welt, ahm. (I: Ja.) setzen meines wissens wirklich sehr quasi  
457 technologisch komplexe Software ein. Sondern das ist eher eine Innovation in den  
458 Datensätzen und wie sie bearbeitet werden. Und das ist eine Innovation, eine soziale  
459 Innovation, dass sie das jetzt machen. #00:35:31-7#  
460  
461 I: Hm. (3) Du hast vorher eben noch Mal, ahm. ich möchte noch Mal auf was  
462 zurückkommen, und du hast vorher erwähnt was die Technologie betrifft, oder generell jetzt  
463 die Möglichkeiten, ahm. (.) dass du einen kritischen Blick darauf hast. Also wir haben vorher  
464 eben über das Thema auch "Entscheidungen", "Quellen", "Transparenz" gesprochen. Was  
465 gebe es da für dich noch, wo du sagst "Das ist ein Wichtiges Thema, damit muss man sich  
466 beschäftigen." Wenn man vielleicht (.) als Redaktion in diese Richtung geht, vielleicht  
467 wirklich die automatisierte Textgenerierung zuzulassen, (E1: Hm.) was wären so für dich so  
468 die Punkte, wo du sagst "Da muss man kritisch herangehen"? #00:36:06-0#  
469  
470 E1: Ich=ich wäre dafür, ahm. innen (.) ahm. als Quelle auszuweisen, dass eben (.)  
471 automatisiert oder teil-automatisiert der Text erstellt worden ist. Und ich wäre dafür ahm. klar  
472 zu machen, was genau (.) also irgendwo zumindest zur möglichen klar zu machen,  
473 dass=dass man als Leser nachvollziehen kann, wie der Text zustande gekommen ist, was  
474 davon algorithmisch generiert worden ist, auf welchen Datenbasis das beruht (I: Hm.). Also  
475 größtmögliche Transparenz wäre gut, ahm.. Auch zum Beispiel, was die Menschen  
476 nachträglich gemacht haben. Ahm. Genau. Das wäre mal der erste Schritt. #00:36:46-1#  
477

478 I: Hm (bejahend). Also das heißt also, für dich ist dieses Transparenzthema sehr zentral  
479 (E1: Ja.), wenn es um diese automatisierte Textgenerierung geht. (I: Ja) Ganz kurzen  
480 Moment. [Spricht mit in den Raum mit Person]. #00:37:42-4#

481

482 E1: Ahm. Ja. Ich=ich glaube, ich muss gleich weg. #00:37:46-1#

483

484 I: Ja. (.) Also ich=ich muss sagen. Also wir sind eh, also wenn du jetzt noch etwas hast, wo  
485 du sagst, das möchtest noch gerne anbringen. (E1: Ja.) Also ich habe für mich alles ahm.

486 hier schon erfragt. (E1: Super.)

487

488 *Verabschiedung (Skype-Gespräch)*

**A13.17. E2**

2 I: Ja, also es geht schon. Gut. (4). Ja, wir haben eben im Vorfeld schon ein bisschen drüber  
3 gesprochen. Es geht in meiner Arbeit eben um algorithmischen Journalismus (E2 :hm)  
4 Automatisierungsprozesse, Berufsbilder von JournalistInnen. Ahm. Du bist ja auch in diesem  
5 Technologiefolgenbereich, wie, wie schaut so dein Schwerpunkt aus? #00:00:29-4#  
6  
7 E2: Also, ahm. dadurch, dass ich die Bildungs- und Kulturvermittlungsabteilung leite, (.) sind  
8 für uns die Technikfolgen und dann Abschätzung eigentlich so dieses Kerngebiet, mit dem  
9 wir uns beschäftigen. Es ist jetzt nicht so, dass wir im [ \_\_\_\_\_ ] (Kulturunternehmen),  
10 also, das, dieses Muss-Haben erklären zu wollen, wie Technik funktioniert, sondern wirklich  
11 was für Auswirkungen es hat, also was, was bedeutet das, wem, wenn 3-D-Drucker plötzlich  
12 existieren und ahm. zu so einem Preis erhältlich sind, dass sich das voll viele Leute leisten  
13 können. (I: hm) Was macht das mit unserem Kaufverhalten, was ändert das oder wenn  
14 Robotik in unserem Alltag einzieht. Also wir versuchen da jetzt nicht irgendwie die  
15 Freiheitsgrade zu erklären und wie irgendwie Kibernetik funktioniert,(I:hm) sondern es geht  
16 einfach wirklich drum, wie sich das auswirkt. Auf, auf uns (I:hm) also auf die Bevölkerung.  
17 #00:01:38-3#  
18  
19 I: Du hast jetzt ges- das Thema Robotik angesprochen (E2: hm), ahm. was verstehst du  
20 unter Robotik oder in welcher Art und Weise arbeitet ihr mit dem Thema? #00:01:50-7#  
21  
22 E2: (.) Ehm. naja, mir ist total bewusst, dass Robotik voll ein breites Thema ist, weil (.) also  
23 es gibt ja keine konkrete Definition von Robotik, in Europa wird Robotik anders definiert als  
24 wie in Japan, also es gibt zig Definition en von dem was ein Roboter ist, Ahm. wir versuchen  
25 das auch möglichst breit zu denken, aber grundsätzlich geh ich davon aus, dass wenn,  
26 wenn jetzt ein Besucher oder eine Besucherin von Robotik spricht, dass es hauptsächlich  
27 um so ahm. ahm. Maschinen geht, (I:hm) die sich bewegen, denen man so  
28 Anthropomorphismen irgendwie zuschreibt, sehr stark also um antroide Roboter (I:hm). Aber  
29 auch um Robotik wie es im Haushalt ist oder in der Industrie. Also grundsätzlich ist ja, lassen  
30 sich ja Maschinen von Robotern ziemlich schwer (I:hm) unterscheiden, wenn man jetzt  
31 genau sich die Definition anschaut. Aber ich glaub, dass grundsätzlich in der Gesellschaft es  
32 ein konkreteres Bild gibt, was Robotik ist, nämlich wirklich so dieses, diese Maschine, die  
33 jetzt nicht statisch wo steht, sondern sich bewegen kann, die mit Sensoren die Umgebung  
34 wahrnehmen kann, aber jetzt auch medial sehr stark geprägt durch diese Anthropoiden,  
35 Anthropoiden Geschichten (I:hm). (2) #00:03:18-8#  
36

37 I: Und was jetzt diese Androiden, also diese Maschinenroboter oder Robotik-Unterschied,  
38 was ist jetzt so der große Unterschied zwischen Maschinen und=und Roboter. #00:03:30-0#  
39

40 E2: Also für mich, für mich liegt der große Unterschied in der Psychologie der Maschinen.  
41 Weil ich ja so diese Anthropomorphismen (I:hm) angesprochen habe, also, ich glaub  
42 einfach, es macht voll den Unterschied, ob ich jetzt vor meiner Waschmaschine steh, die ist  
43 wie gesagt, die bewegt sich nicht. Die steht dort, die ist, ist, quadratisch, das ist für mich eine  
44 Maschine (I:hm). Nur der, die, jetzt sag ichs absichtlich: Staubsaugermaschine, ist für mich  
45 der Roboter, er heißt ja auch Roboter, das liegt daran, dass er sich bewegt (I:Hm), dass er  
46 schon alleine von, von der Anordnung der Knöpfe sich viel eher ein Gesicht ergibt als wie bei  
47 der Maschine und viel mehr interagieren kann. Also aufgrund der Sensorik des  
48 Staubsaugerroboters, hab ich das Gefühl, der reagiert auf mich. Weil wenn ich da steh und  
49 er fährt an, dann fährt er ja retour, also das ist so eine Interaktion (I:hm), die da vorgetäuscht  
50 wird. Und (zögernd), ich glaub, dass diese Interaktion von Maschine mit Mensch äh. ahm.  
51 eher so diesen Roboter erklären kann. Noch eher also wie das eine Kaffeemaschine tut, die  
52 das ja nicht gut, außer ich drück am Knopf und (I:hm) eine Waschmaschine genauso.  
53 #00:04:56-0#

54

55 I: Wenn wir jetzt bei dieser Thematik bleiben, der Reaktion, oder auch diese Mensch-  
56 Maschine-Interaktion, (E2: hm) möchte ich ja trotzdem auf diesen Softwarebereich (E2:hm)  
57 ein bisschen eingehen, ahm. (.) wie siehst du diese Entwicklung, wenn wir uns anschauen,  
58 ok wir haben jetzt diesen Roboter, er wird von einem ganz bestimmten Algorithmus, also  
59 gesteuert, programmiert, mit einem ganz bestimmten Ziel (E2:hm). Ahm. habt ihr auch  
60 momentan so in eurer Ausstellung, habt ihr vielleicht so Beispiele, oder an was ihr gerade  
61 arbeitet, gibt es da etwas Aktuelles? #00:05:33-0#

62

63 E2: Wir entwickeln jetzt keine Roboter, wir haben ja das Future Lab, wir haben unsere  
64 Forschungs- Und Entwicklungsabteilung, da wird kein Roboter entwickelt, sondern  
65 künstlerisch-wissenschaftliche Forschung betrieben. (I:hm) aber was, also, was ein ganz ein,  
66 wir haben ein ganz ein total simples Beispiel von Robotik in unserem Ausstellungsraum,  
67 schon seit Jahren und immer noch begeistert das die Leute, und der ist so simpel der  
68 Roboter, aber er evoziert so viele Reaktionen und das ist dieser Parour? diese Roboter-  
69 Robbe? Kennst du die? #00:06:08-2#

70

71 I: Ja, ich bin auch total verliebt (lacht)

72

L

73 E2: Ja, aber es ist auch total arg, es ist auch total arg. Weil es ist so  
74 ein relativ simples Ding. Also da ist kein KI dahinter, da hab ich keine künstliche Intelligenz.  
75 (I: hm) Sondern, da hab ich einfach, da hab ich einfach dieses Konstrukt, was ein paar  
76 Sensoren hat. Es hat Stimmenerkennung, es hat ah.ah.ah. Licht, Lichthelligkeitssensoren,  
77 es hat einen Lagesensor, und, und es erkennt so Touchsensorik, wenn man es streichelt, am  
78 Schnurrbart, und am Körper. Und dieses Reagieren, dieses unmittelbare Reagieren Plus  
79 diese formalen Eigenschaften wie große schwarze Augen, runder Kopf, weißes Fell, das  
80 Design. Also es ist Design und Bewegung, was uns so schnell unser Gehirn austricksen  
81 lässt. Und wir wissen, es ist jedem bekannt, außer wir haben wirklich eine stark demente  
82 Person im Haus (I:hm) ahm. oder Kinder, die halt einfach noch die magische Weltvorstellung  
83 haben. Aber sonst ist jeder Person klar, dass das ein Gerät ist. Es ist eine Maschine (I:hm).  
84 Und man lässt sich aber sofort auf eine emotionale Erfindung ein. Und das ist total, also es  
85 ist voll interessant, man kann es dann teilweise erschreckend nennen und da muss man  
86 sagen ist noch nichtmal eine KI dahinter. (I:hm) Da muss man sagen, it is as simple as it can  
87 be. Und, das ist halt für mich so ein Beispiel, wie, wie trügerisch das Gegenüber, nicht wie  
88 trügerisch, aber wie leicht sich unser Wahrnehmungssystem einfach täuschen kann (I:hm)  
89 täuschen lassen kann und das ist ja auch so, wenn wir sagen, ok, wir haben, es werden jetzt  
90 Zukunftsszenarien gebildet, wo künstliche Intelligenzen uns vortäuschen echte Menschen zu  
91 sein, jetzt im Chatbot und wir drauf (I:hm) reinfallen, und das ist, ja. also im 1. Moment  
92 passiert sowas relativ schnell. Du hast dich selbst erwischt, wie du dich auf diesen Roboter  
93 einlässt (I:L genau) und reinfällst auf dieses süße Ding und das ist natürlich bei KI auch so,  
94 aber ich glaub, dass in weiterer Folge in einer näheren Auseinandersetzung mit dem Gerät  
95 oder mit dieser Software das natürlich offensichtlich ist, dass das was Algorithmisches ist,  
96 dass das was Generatives oder was Programmirtes ist (I:hm) Ich brauch nur also ganz ein,  
97 ein simples Beispiel aus meinem Alltag mit Siri (I:Hml). (.) Es war total lustig am Anfang Siri  
98 zu bedienen zum Spaß, Siri zu fragen, (3) halt versuchen, Siri Fragen zu stellen, wo man sie  
99 halt irgendwie aufs Glatteis führen kann, und wo man halt Siri gefragt hat, ob Siri einen gern  
100 hat und Siri dann gesagt hat, nein, Nicole mit uns beiden wird das nix oder so (I: (lacht) Und  
101 das ist natürlich extrem lustig. (I: (lacht) Das ist auch extrem lustig aber für wie lang? (I:hm)  
102 Also dieser Humor und auch diese Witze, von denen du vorhin erzählt hast, also dieser  
103 witzprogrammierte Algorithmus das findet man natürlich jetzt toll, wie uns das unterhält, aber  
104 das geht ja über einen gewissen Zeitraum. Oder eine gewisse Frequenz an Begegnung  
105 (I:hm) geht ja das nicht hinaus, das wird ja dann auch irgendwann fad. Und wenn ich mir  
106 denk Siri für die schnelle Unterhaltung ist ok, aber darüber hinaus funktioniert das überhaupt  
107 nicht. (I:hm) Also sie versteht mich nicht, oder er versteht mich nicht, es versteht mich nicht.  
108 Wenn ich konkrete Anweisungen gib, also so intelligent ist das Ding nicht (I:hm) Aber worauf  
109 ich hinaus will ist, dass die erste Begegnung oft staunen lässt, wie weit das geht ,und wie

110 gut das nicht funktioniert. Und dann ist man irgendwie geblendet und denkt sich hm, was  
111 nicht alles funktioniert. Aber in weiterer Auseinandersetzung bricht für mich, also dieses  
112 Potential total zusammen wieder (I: hm) weil es natürlich Gespräche, Gesprächsführung,  
113 Unterhaltung, Geschichten erzählen, ahm. einfach mehr Aspekte hat als wie nur ein  
114 Erkennen von ganz bestimmten Wörtern und das einordnen und das äh. äh.  
115 Zusammenfügen von gewissen Fakten oder Datensätzen und daraus schon irgendwie ein  
116 Ergebnis zu generieren, (I:hm) da gibt es einfach mehr, was da dazwischen liegt. Das ist mir  
117 auch, wenn man das jetzt auf den Qualitätsjournalismus oder überhaupt auf Texte  
118 Generieren ummünzt, hast du halt dieses faktenbasierte Schreiben was halt diese ganzen  
119 Daten zusammenholt, was ja halt von Algorithmen machbar ist, und dann hast du aber auch  
120 diese Qualität oder diese Meta-Ebene in einem Text was ein Algorithmus aber einfach noch  
121 nicht zusammenkriegt. Oder weiß ich nicht, vielleicht, es gibt ja diese russische, dieses True  
122 Love, ich hab (I:hm) das nicht gelesen, was ja ein Algorithmus generiert hat, ich kann es  
123 noch sagen, es ist jetzt auch nicht in deutscher Sprache. ich hab ein paar ahm. Poems  
124 gelesen, die irgendein Generator konstruiert hat, wo jetzt im 1. Moment, wenn jetzt Englisch  
125 nicht die Muttersprache ist, wo man sich denkt, aha, das hätt ich mir jetzt nicht gedacht,  
126 dass das ein Computer generiert hat. (I:hm). Aber da fehlt mir auch das Verständnis, das  
127 tiefe Verständnis für die Englische Sprache. Also nämlich auch für dieses, das ist ja in  
128 diesem Altenglisch geschrieben, was ich gelesen hab, das verstehe ich natürlich nicht in  
129 dem Sinne. Ahm. Was ich sagen will, ist diese Finessen, die eine Sprachqualität  
130 ausmachen, das ist was, was ich jetzt gerade einem Algorithmus nicht zutraue. (I:hm)  
131 Dieses Verwenden von, von Stilmitteln, von Tropen, oder von Oxym...was ist die Mehrzahl  
132 von Oxymoron? Oxymora? (lacht ) Nein (I: Weiß ich nicht (lacht)) Oder Pleonasmen oder  
133 so, also das ist was, was ich einer künstlichen Intelligenz noch nicht zutraue (I:hm) Natürlich  
134 funktioniert es wenn ich Fakten aneinander reihe (I:hm) das ist eh, das wissen wir eh, ja,  
135 weil was schreiben Algorithmen? Das sind Sporttexte, also Sportergebnisse, eh das was du  
136 gesagt hast, Finanzberichte, (I:hm) Also nicht, Fernsehprogramm kann ich mir auch  
137 vorstellen, dass er machen kann. Halt immer wenn es um dieses Zusammentragen von  
138 Fakten geht. Aber wenn es drum geht, wenn es drum geht eine gesellschaftliche Analyse zu  
139 machen (I:hm) (.) dann ist ja der Algorithmus oder die Künstliche Intelligenz ja voll am  
140 Endpunkt zur Zeit (I:hm) #00:13:42-5#

141

142 I: Weißt du, gibt es in der Entwicklung von AI oder KI Bestrebungen das vielleicht ich Zukunft  
143 doch auch irgendwie zu schaffen? #00:13:55-4#

144

L

145

E2: Auf jeden Fall, wenn man sich die Transhumanisten anschaut

146 (lacht) also, (lacht) so wie Ray Kurzweil der ja in Zusammenhang mit künstlicher Intelligenz

147 ja permanent zitiert wird, aber auch andere, diese, Singularity-Anhänger (I:hm) die gehen ja  
148 davon aus, dass, ich mein, das Datum wird auch immer weiter rückverschoben, aber wann  
149 ist es jetzt, 20, 2030 oder 2028? (fragend) oder so soll ja diese Singularität eintreten wo halt  
150 Mensch und Maschine nicht mehr unterscheidbar ist, was zur Konsequenz hat, dass  
151 Maschinen ein Bewusstsein haben. Dass Maschinen eine Moral haben, eh wie wir vorher  
152 auch schon gesagt haben, eine Vorstellung von dem was Ethos ist, (I:hm) Und was ich  
153 überhaupt nicht, also das glaub ich überhaupt nicht. Erstens einmal: Was ist Bewusstsein?  
154 Wir sind beim jetzigen Stand 2018 haben wir keine Idee, was Bewusstsein wirklich ist ahm.  
155 und drum glaub ich nicht (lacht)dass es äh. in 10 Jahren oder in 12 Jahren ahm. irgendwie  
156 gelungen sein wird, irgendwie eine Maschine mit einem Bewusstsein auszustatten. Aber das  
157 ist jetzt ein, ein, meine geisteswissenschaftliche Position. (I:hm) Das sehen andere anders.  
158 Ich war vor (.) wann war das letztes Monat, war eine Philosophy-Conference in Wien. Da  
159 gibt es natürlich Leute, die sagen Bewusstsein ist möglich, aber das ist dann so eine  
160 biomechanische Vorstellung von der Welt, so Fritz Kant? HR-Giger mäßig (lacht)und  
161 (zögernd) was mir aber da aufgefallen ist, ist einfach die Definition von Bewusstsein eine  
162 ganz eine andere ist, wie es Psychologen, Soziologen, usw. haben. Da ist einfach die, die  
163 Definition von Bewusstsein, das was eine moralische Agentur ist, das, was, das Bewusstsein  
164 des eigenen Körpers in Abgrenzung zur Umgebung ist ganz anders definiert (I:hm) Und da  
165 kann man vielleicht dann schnell einmal sagen, ok eine Maschine könnte eventuell ein  
166 Bewusstsein haben. Aber das ist eine ganz eingeschränkte Sicht von dem was  
167 Wahrnehmung ist (I:hm) Weil wenn man, man kann natürlich alles analogisieren. Ich kann,  
168 Bosmis- also das Biologische mit dem Mechanischen ganz leicht analogisieren. Das machen  
169 wir in der Didaktik ja auch, also in der Technik. Und in der Wissenschaftsvermittlung. Um zu  
170 sagen, Maschine und Mensch irgendwie gleichsetzen und sagen, ok, Sensoren, sind die  
171 Sinne, also, ist ja auch etymologisch auf derselben Ebene, weil Sense, Sinne, und Sensoren  
172 und Aktuatoren unsere Muskeln und das ist da der Motor und so, damit versuchen wir  
173 einfach ein Verständnis zu erzeugen, wie das funktioniert. Und das geht ja nur bis zu einem  
174 gewissen Grad. Dieses, ahm. Gehirn und Computer zu analogisieren, das find ich total  
175 veraltet, das ist was, was man in den 80ern und 90ern gemacht hat. Und mittlerweile wissen  
176 wir, dass das dieses extrem komplexe neurologische System des Gehirns mit den  
177 Millionenfach verzweigten Synapsen gar nicht mit der Funktion eines Computers  
178 vergleichbar ist (I:hm) Also dieses Bild dieses analog und wird gern verwendet, aber (I:hm)  
179 Aber das ist einfach eine zu starke Versimplifizierung und bedingt halt auch dadurch, dass  
180 wir ständig Maschine und Mensch irgendwie gleich setzen zu versuchen und daraus auch  
181 so, in, in den Popular Sciences ein falscher Eindruck von dem Status Quo der Technologie  
182 entsteht. Also ich find, zB, wenn ich da, ich find, dass gerade Robotik, Robotikwissenschaft  
183 und eben auch die KI-Forschung und, und Zusammenhang mit Androide, das sind die



184 fettesten Fake-News die derzeit kursieren. Weil die ganze Robotik-Industrie versucht den  
185 Schein eines Status Quo aufzubauen, der für mich nicht existiert. Und mit den Videos, der,  
186 wie heißt es denn, nein nicht Alter (3) es gibt auf jeden Fall [ \_\_\_\_\_ ]  
187 (Robotikunternehmen), Sophie. Es gibt ja das Video der Sophia, dieses weiblichen  
188 Androiden (I: ja genau) von [ \_\_\_\_\_ ] (Robotikunternehmen) wo einfach eine falsche  
189 Information find ich vermittelt wird. Nämlich, dass Androide bei einem Stand der Dinge sind  
190 mittels KI; dass sie reflektieren können, dass sie über ihr, genau ihr Leben reflektieren  
191 können in ihrer Position in der Gesellschaft reflektieren können (I:hm) Weil wenn die Sophie  
192 sagt, sie möchte auch irgendwann mal zur Schule gehen können und ein wichtiger Teil der  
193 Gesellschaft sein können, das ist ja, das sind gescriptete Videos, die ja so, das ist ja kein  
194 Gespräch, das generiert wird. Es ist ein Dialog auf so basalem Level wie nur möglich und  
195 mit diesem Video wird einfach ein ganz falscher Stand transportiert. #00:20:03-2#

196

197 I: Ich möchte kurz auf was eingehen (E2:hm) was du eben vorher schon auch ein bisschen  
198 erwähnt hast mit diese Vergleiche, naja, ich mein, das Gehirn kann man nicht mit einem  
199 Computer vergleichen, das sind so unterschiedliche Systemkonzepte, ahm. Wenn man jetzt  
200 in die Richtung gehen, auch in der Robotik oder auch in der technologischen Entwicklung,  
201 wie siehst du diese Idee, so etwas zu machen, wie den Menschen. Also, den Menschen in  
202 einer gewissen Art und Weise technologisch zu modifizieren. Dass er über Fähigkeiten  
203 verfügt, die der Mensch auch auch. #00:20:38-3#

204

205 E2: Das find ich, ahm. eines der spannendsten Aspekte, die uns Menschen ausmacht. (.)  
206 Weil das ist ja, dieser Wunsch das zu machen ist ja keiner unserer technologisierten Zeit,  
207 sondern das ist ja kultur-historisch ein ziemlich bedeutendes Bedürfnis von Menschen das  
208 zu machen. Brauchen wir uns, also wenn ich jetzt an Mary Shellys Frankenstein, wenn ich  
209 den zitier, dann ist das nicht mal das früheste Beispiel, da brauchen wir uns ja nur ins antike  
210 Griechenland schauen, Pygmalion-Effekt zB, wo ein Bildhauer, wo der Bildhauer sich in  
211 seine Skulptur verliebt (I:hm) und aus einem toten Material Stein, ja, tot, unbelebt, Stein eine  
212 menschliche Gestalt haut, und diese menschliche und diese unbelebte Materie plötzlich zu  
213 Fleisch wird und, und sich dieser Pygmalion sich in diese Statue verliebt (I: hm) (.) Dann  
214 brauch ich mir nur die jüdischen Geschichten zum Golem anschauen (I:hm) Der Mensch aus  
215 Lehm oder nicht, dieser Mensch, diese Figur aus Lehm, die ja auch programmierbar war,  
216 indem, dass man auch diese Karten in den Mund gesteckt hat und ihm somit Befehle hat  
217 geben können. #00:22:16-4#

218

219 I: Aber Golem war ja eigentlich nur ein Gehilfe.

220

L

221 E2: Aber (I: Der war eigentlich....) E2: Aber trotzdem auch  
222 von dem, er ist herummarschiert, hat sich ja auch (.) verliebt, oder? Hat sich der Golem nicht  
223 verliebt? (I:hm) Oder auch wenn man sich Sandmann anschaut, diese Olympia. Ahm. diese,  
224 diese Frauenpuppe aus Holz die, in die sich auch der Hauptdarsteller aus dem Sandmann  
225 aus ETA Hoffmanns Roman verliebt hat, (I:hm) wo einfach über die Materialität hinweg  
226 gesehen worden ist, die war aus Holz (I:hm) und einfach ahm. (.) ungeachtet dieser  
227 Oberfläche eine sehr emotionale Bindung genossen hat. Und auch nicht erkannt hat, wie  
228 wenig (lacht) responsiv dieses Objekt, Subjekt ist, was einem da irgendwie über, (I:hm) das  
229 find ich ja auch voll interessant, weil und da kommt man schon auf ganz interessante  
230 psychologische, also diese Gestaltwahrnehmung, von der unsere Wahrnehmung so lebt,  
231 find ich, kommt da immer so raus, weil wir vervollständigen, wir ignorieren, wir channeln,  
232 alles Mögliche um letzten Endes mein Gegenüber als möglichst lebendig zu erachten.

233 #00:23:44-3#

234

235 I: Das ist ja letztendlich das Prinzip dieser Robbe. Weil ich hab ja das an mir auch erlebt L

236 E2: Genau, hm. I: Wie süß die war. E2: Genau, ja, ja. I: Also ich hab total vergessen in dem  
237 Moment, die kann sogar mit den Augen klimpern. (lacht) I: Ja, und das ist ja das vom Design  
238 her schon konkret lebendig (I: ja) Aber es gibt ja, so sozialwissenschaftliche, psychologische  
239 Studien aus den 1970er Jahren, ich weiß nicht, ob du die kennst, wo so ahm. Dreiecke, also  
240 geometrische Formen animiert worden sind. I: L was waren die? E2: Nur Dreieckerl, also  
241 wirklich ganz basale geometrische Formen, die sich halt so herumbewegt haben. (I:hm) Und  
242 dann hat man die Probanden gefragt, sie sollen erzählen, was sie da gesehen haben. Und  
243 eigentlich haben sich nur geometrische Figuren herumbewegt (I:ah) Und was sie aber  
244 erzählt haben war eine Geschichte von zwischenmenschlichen Interaktionen (I: (lacht))Von  
245 geometrischen Figuren, also das ist halt schon, das find ich entlarvt unser Hirn schon sehr  
246 als ah. als System was drauf ausgelegt ist, Beziehungen erkennen zu wollen. #00:24:59-4#

247

248 I: Könnte das auch bei dem Thema dieses algorithmischen Journalismus diese  
249 Textgenerierung vielleicht auch so in die Richtung gehen? Dass man sagt, man liest einen  
250 Text und man gibt dann vielleicht sogar etwas Menschliches hinzu? #00:25:13-5#

251

252 E2: L natürlich gibt man mehr dazu, das ist ja, sonst würd Literatur ja kaum funktionieren,  
253 wenn ich dieses bildhafte Vervollständigung nicht hätte. Drum, ahm. also das ist auf jeden  
254 Fall so. Wenn ich lese, bin ich beeinflusst von dem, was da steht. Aber mein Gehirn  
255 vervollständigt das und gibt dem ganzen natürlich das Volumina, dass es natürlich auch als  
256 dreidimensionale Begebenheit in meinem Kopf entsteht. #00:25:41-2#

257

258 I: Wie würdest du (zögernd) die Möglichkeit einschätzen für Journalistinnen, die zB mit  
259 Algorithmen zB vielleicht später benutzen zur Textgenerierung. Wie würdest du diese  
260 mögliche Beziehung einschätzen, was könnte sich daraus ergeben? #00:26:01-8#

261

262 E2: Du hast es eh vorher auch schon erwähnt, also es sind einfach, was im Moment mit  
263 Algorithmus möglich ist, ist einfach die Generierung von Texten, soweit ich das verstanden  
264 hab, die jetzt nicht grad, so diese Hochkultur des Journalismus sind (I:hm) Ja, also diese  
265 Sportberichterstattung oder diese Ergebniszusammenfügung und solche Sachen. Also  
266 grundsätzlich find ich schon, kann man diesen Textalgorithmus schon auch mit jeder  
267 anderen Technologisierung vergleichen und sagen, das hat schon auch sein Potential.  
268 Natürlich hat es die Risiken. #00:26:45-4#

269 L

270 I: was wären das für Risiken z.B.? #00:26:45-4#

271 E2: Naja, also eh die Angst, die bei den Journalisten natürlich entsteht, ersetzbar zu sein.  
272 Aber das ist ja jetzt auch kein Effekt der künstlichen Intelligenz oder dieses Algorithmus  
273 sondern das haben wir ja auch schon gehabt mit den ersten Maschinen. Mit der  
274 Industrialisierung, darum hat es ja, warum haben die Arbeiter den Aufstand gemacht und  
275 haben ihre Sabots in die Maschinen reingeschmissen um sie zu stoppen, weil sie Angst  
276 gehabt haben, dass sie ersetzt werden. Das ist immer so die erste Reaktion (I:Hm) wenn  
277 Technologie in einem Bereich einzieht ist natürlich die 1. Reaktion oh mein Gott, ich bin  
278 ersetzbar (I.Hm) Ich find, das darf man nicht, ich will das jetzt auch überhaupt nicht  
279 runterspielen, und sagen, das ist jetzt so wie es immer war, sondern es kommt da natürlich  
280 dazu, dass diese Algorithmen plötzlich mehr können und sind schon allein tätig. Das will ich  
281 gar nicht. Ich will nur sagen, diese 1. Reaktion ist immer Angst. (I:hm) Auf Erneuerung. Ich  
282 find, es natürlich diesen Aspekt, man kann jemanden, man kann einen Menschen dadurch  
283 ersetzen, so wie in allen Berufsfeldern, die von der Digitalisierung, Maschinisierung,  
284 Robotisierung betroffen sind. Aber es natürlich schon auch das Potential, dass ich sag, ahm.  
285 Das ich sag, ich kann einfach dem Journalismus wieder diese Gewichtung und diese  
286 qualitativen Aspekte zuordnen, weil ich, ich weiß es ja nicht (lacht)weil ich bin keine  
287 Journalistin. Aber was ich jetzt mal sagen würde, ist dass so dieser investigative  
288 Journalismus so eines der Sachen ist, die so diese Hochdisziplin (I:hm) Also so sehe es ich  
289 jetzt einmal als nichtjournalistische außenstehende Person. Also für mich ist als Leserin, als  
290 Konsumentin ist dieser investigative Journalismus irgendwie das, was oben am  
291 Journalismus droben ist. Ich weiß nicht, ob das von Journalisten auch so gesehen wird.  
292 Ahm. (2) und ich denk mir, das ist halt was zu dem ein Algorithmus nicht fähig ist. Und so  
293 die Konzentration von Journalisten. Fakt ist, dass in den Medienhäusern, Zeitungen also  
294 einfach weniger Journalisten gibt, weil halt überall eingespart wird, das sieht man ja auch.

295 Also die Qualität der Artikel, die Artikel die leiden ja, fällt mir auf, ich lese Standard, ich lese  
296 Falter, ich mein, im Falter nicht, aber im Standard durchaus fällt mir teilweise eine schlechte  
297 Recherche auf, gerade in wissenschaftlichen Artikeln. Und ich denk mir, dass liegt einfach  
298 daran, dass Journalisten unter Druck sind, möglichst schnell zu produzieren ahm. mit  
299 Ressourcenknappheit und ich denk mir, da könnte man vielleicht den algorithmischen  
300 Journalismus nutzen, um eben diese lästige Arbeit (.) abzugeben, an die Maschine, die das  
301 vielleicht eh viel schneller erledigen kann wie man selber. Um dann zu dem qualitativ, zu  
302 dieser qualitativen Arbeit, die natürlich formuliert und definiert werden muss, ahm. man sich  
303 als Mensch als Journalist dem mehr widmen kann. #00:30:27-0#

304  
305 I: Aber das klingt jetzt für mich so ein bisschen dass es sehr getrennt ist. Wie könnte man  
306 sich das vorstellen, vielleicht so eine Art ah. also, ich stell mir das so vor, in einem  
307 journalistischen Kontext in einer Redaktion, es gibt diesen Algorithmus, (E2:hm) der  
308 übernimmt jetzt die Sportnachrichten, und nehmen wir an, ich bin jetzt Sportredakteurin, so  
309 (E2:hm) da kann ich jetzt diese Fußballgeschichteln (E2:hm) wer gewonnen hat, wer  
310 verloren hat, kann ich dem überlassen. Aber das klingt noch so, als wäre das der eine Teil  
311 der Arbeit (E2:hm) und das andere. Was ich mach. (E2:hm) Also wär das getrennt?

312 #00:31:02-1#

313  
314 E2: Ja, ich kenn mich, vom Aufbau dieser Software kenn ich mich nicht so aus. Aber vom  
315 Grunde kann natürlich ein Journalist das auch als Werkzeug nutzen, also als Recherchetool,  
316 als Recherchetool nutzen, man muss halt aufpassen. Es generiert natürlich dieser  
317 Algorithmus auch aus einer gewissen Blase. Ahm. Und die Frage ist halt, ahm. vielleicht gibt  
318 es dann ein Konglomerat aus mehreren Algorithmen, die ein Journalist nutzen kann um sich  
319 möglichst viele Informationen zu holen. Es wird wahrscheinlich die Recherche verkürzen.  
320 Man muss halt, ahm. natürlich aufpassen, was, wo die überall herum crawlen. (I:hm) Aber  
321 ich denk, dass natürlich dieser Algorithmus als Werkzeug dienen kann. Also, es ist ja, die  
322 intelligenteste Nutzung von sowas. Wenn ich mich eben nicht ersetzen lassen, sondern die  
323 Funktion einfach verwende. Es ist ja, das machen wir ja, das ist ja wie gesagt, auch bei  
324 anderen Technologien auch so. Es ist ja per se, eine Technologie nicht gut oder schlecht. Es  
325 kommt halt immer drauf an, wie ich es anwende. Und wenn ich unser ah. doch sehr  
326 technophobe, so mitteleuropäische technophobe Einstellung, also immer so diese Angst,  
327 von dieser Technologie übermannt zu werden ist ja sehr stark in uns drinnen. Ich find eh.  
328 also dieses Kollaborative, also ich find dass Kollaboration die Zukunft ist, wie man mit  
329 Technologie, wie man mit Robotik wie man mit KI einfach um- umgehen sollte. Und so sollte  
330 es auch aufbereitet werden. So sollte es auch von den äh. Entwicklern ahm. programmiert

331 werden. Dass sie als Tool dienen, dass sich die irgendwie von der Schnittstelle her so mach,  
332 dass es einfach nutzbar wird. Von Journalisten. #00:33:14-6#

333

334 I: Das heißt also, dass JournalistInnen jetzt nicht zwingend programmieren können müssen,  
335 um was zu #00:33:19-7#

336 L

337 E2: Nein, gar nicht, nein, es braucht einfach, es braucht also es braucht find ich eine  
338 interdisziplinäre Herangehensweise. Weil es ist ja oft so, dass ich mein, wir wissen das von  
339 Programmierern, dass sie einfach, also wir kennen das von den Beispielen der letzten  
340 Jahre, wo wir zB das Problem gehabt haben, ahm. nicht Microsoft, (.) wo dieser Algorithmus  
341 schwarzafrikanisches Pärchen, als Affen (.) ahm. titulierte hat. (.) (I:ja) Google hat bei dieser  
342 Erkennungssoftware, (I:ja) (unverständlich) da war eine Familie, eine afrikanische Familie  
343 oder so, und hat das ahm. mit der Bildunterschrift "Affen" (I:aber) beschrieben. (2) Da fragt  
344 sich natürlich, woher kommt das? (I:hm) Das kommt daher, dass, wer sitzt da, wer sind denn  
345 die Programmierer? Die Programmierer sind (.) ahm. hauptsächlich weiße Männer und die  
346 natürlich dieses System mit ihrem in ihren Lebensumständen und Lebensrealitäten  
347 entsprechenden Wahrheiten befüllt haben. Das heißt jetzt einfach nur, ahm. (.) als Beispiel  
348 bin ich jetzt ein weißer Mann und programmiere diese KI oder füttere diese KI mit  
349 Informationen, zb mit der Info, ok, das ist ein menschliches Bein, dann (.) denken die nicht in  
350 der (2) oder sagen wir so, dann ist dieses Bild, was sie von einem menschlichen Bein  
351 haben, nicht der Durchschnitt aller Menschen auf dieser Welt, sondern die denken  
352 hauptsächlich in ihrer Lebensrealität, sondern die denken hauptsächlich ein menschliches  
353 Bein füttern die, oder sie füttern die KI mit einem menschlichen Bein, was wahrscheinlich  
354 hauptsächlich weiß ist. Dh. diese KI, wenn du die KI ein menschliches Bein suchen lässt,  
355 dann wirft es halt hauptsächlich Bilder aus, von einem weiß oder hellhäutigen menschlichen  
356 Bein, also das ist keine Abbildung von dem, was das widerspiegelt, was auf der Welt alles  
357 an vielfältigen (lacht)ahm. Hautfarben gibt und da hab ich schon das Problem, dass die  
358 Programmierer für sich allein sind und es würde, also Sinn würde es machen, wenn ich  
359 sage, ok, es gibt so ein Developer-Team, und in diesem Developer-Team sitzen nicht nur  
360 Programmierer, sondern auch Journalisten, die mit dem arbeiten und die entwickeln das  
361 gemeinsam. Mit den Bedürfnissen, mit den Bedarfen, die Journalist, des Journalismus an so  
362 eine, Art, Datensuchmaschine, also das wär die beste Lösung. (I:hm) #00:36:36-2#

363

364 I: Ahm. Ich möchte gern noch auf ein Thema eingehen, nämlich genau das, diese woher  
365 nimmt der Algorithmus seine Informationen. Wer gibt ihm das Rüstzeug zu entscheiden, was  
366 er wie interpretiert. Und da geht es ein Stück um die Quellen, woher hat er das? Wenn man  
367 jetzt auf diese journalistische Thematik zurückgehen mit investigativem Journalismus. Mit,

368 ahm. mit Recherche. Bei einer Recherche taucht ja das gleiche wieder auf, wenn es um  
369 Quellen geht. Wo siehst du diese, diese ethischen Komponente im Journalismus, wo es  
370 schwierig werden könnte, was die Quellen betrifft, die Informationen vom Algorithmus.

371 #00:37:21-3#

372

373 E2: Da sind wir ja wieder bei dem (I:hm) nur ein weiteres Beispiel, es ist ja so, es gib ja  
374 Trolle (I:hm) Und ich denk mir dass, dass Ergebnis, oder das beste Beispiel ist das Tay. Die,  
375 die Tay, dieser ahm. dieser Chatbot von [ ] (Softwareunternehmen), der nach  
376 ein paar Stunden wieder vom Netz genommen worden ist. Dieser Chatbot war in den  
377 sozialen Netzwerken unterwegs, Twitter Facebook, und noch irgendwo, um von den Usern  
378 zu lernen, was haben die für Themen, da ist es eher um Themen junger Menschen  
379 gegangen, dieser Chatbot Tay hätte lernen sollen. Über die sozialen Netzwerke, und die  
380 haben ihn dann innerhalb von ein paar Stunden abdrehen müssen weil Tay plötzlich ah.  
381 rassistisch und antisemitisch worden ist. Und warum? Es ist natürlich nicht so, dass unsere  
382 jungen Leute alle ah. rassistisch und antisemitisch worden sind. Nur lockt halt sowas Trolle  
383 an und ahm. wer postet den recht stark? Also, das. es geht halt auch sehr stark in eine  
384 Richtung . Also da hab ich dann genau dieses Problem, nämlich das Problem der  
385 Quellenzuschreibung und das haben ah. ahm. Algorithmen, also künstliche Intelligenz auf  
386 jeden Fall weil sie das eruieren wo die Quelle herkommt und das Überprüfen der Quelle weil  
387 da ist ja jede Quelle gleichwertig (.) und das find ich, ist ein großes Problem. (.)#00:39:01-0#  
388

389 I: Hm. Was ah. könnte (.) wenn wir das jetzt weiterspinnen, mit diesem Beispiel mit Tay zB  
390 (E2: ja) was könnte da jetzt passieren, wenn ich sag ok, was, ich mach eine automatische  
391 Textgenerierung zum ah. Fußballspiel, ja. also zum Ergebnissen, ich hab eine I die vielleicht  
392 schon so ein bisschen mehr beschreiben kann oder vielleicht (E2: L Synonyme findet)  
393 genau, oder beschreiben kann, was passiert ist, wie das Spiel war (E2:hm) vielleicht, ahm.  
394 würdest du auch sagen, dass es da bei den Quellen vielleicht auch zu Problemen kommen  
395 könnte? Grad was wir jetzt gerade von (unverständlich) besprochen haben. #00:39:38-8#  
396

397 E2: Naja, sicher weil, weil Kontextualisieren in sozialen Begebenheiten, kann ja der  
398 Algorithmus nicht (i hm) ich hab ja immer alles so völlig entkontextualisiert und wirklich nur  
399 auf gewisse Begebenheiten beschränkt. Und (.) ah. also das (.) wie soll ich sagen, einfach  
400 diese Kompetenz, ahm. darüber hinaus zu schauen, über dieses Ereignis und über dieses  
401 Fakten und und Kausalitäten zu, herzustellen und zu finden, ahm. das ist halt total  
402 problematisch aber das geht jetzt an deiner Frage vorbei. (.) Das geht an dieser Frage  
403 vorbei, jetzt täte ich, jetzt hab ich den Faden verloren #00:40:32-1#

404

405 I: Hm, also (2) also ich hab auch wieder diese Quellenthematik aber auch wieder auf diese  
406 automatisierte Textgenerierung, wo es darum geht, erstens Mal woher, wie speis ich den  
407 Algorithmus, welche Daten speise ich ein und ah. (2) welche Grenzen muss ich wo ziehen,  
408 also wo muss ich anfangen Grenzen zu ziehen? Wenn ich jetzt zB mit diesem Algorithmus  
409 kollaboriere in meinem (.) Arbeitsalltag. #00:41:03-5#

410

411 E2: Ja, ahm. wir sind da eh wieder bei dem Thema Ethik und Moral und dass (2.) dass ich  
412 halt einfach glaub, dass es extrem schwierig ist, einen gewissen (.) Code of Ethics (I:hm) so  
413 einer Maschine zuzuschreiben, also, das sind natürlich Fragen sie sich  
414 Technologiephilosophen oder die ethischen Kommission auf jeden Fall stellen muss und  
415 stellen wird, aber ich hab da auch keine Lösung, ich weiß nicht, ob, wie sehr man einen  
416 Ethos an einer Maschine lernen kann. Noch dazu, (3), ja da muss man definieren, was Moral  
417 ist (I:Hm) und Moral ist halt schon, was was sehr Mensch-ureigens ist und da sind wir, das  
418 ist so ähnlich wie beim Bewusstsein (I: L Genau, und bei der Reflexionsfähigkeit), genau, bei  
419 dieser Fähigkeit, dass (.) halt diese wenn-dann (.) funktioniert halt nur bis zu einem  
420 gewissen Grad. (2) Ja, ahm. schwierige Frage. #00:42:19-4#

421

422 I: (lacht)Ahm. wenn wir jetzt (.) zurück gehen zu der Situation, wenn wir sagen, ok, es gibt ja  
423 noch den Faktor Mensch. Der eingreifen kann, ist die Frage, wo fangen wir an zum  
424 Eingreifen? Oder wo sollte er anfangen zum Eingreifen und wo kann er sagen,ok, das kann  
425 ich dem Algorithmus überlassen? Das kann ich der Technologie überlassen (.) ohne jetzt  
426 irgendwie (.) negative Folgen zu erwarten oder so. #00:42:45-7#

427

428 E2: Ja, ich glaub, dass man das jetzt so, ahm. generalisierend auch nicht sagen kann. Es  
429 kommt, es hat ja auch irgendwie, wenn man es jetzt am Journalismus anwendet, hängt es ja  
430 auch voll von der Qualität des Mediums ab (I:hm) zB (.) das ist ja jetzt auch keine Frage, nur  
431 die man sich stellt, weil es jetzt diesen Algorithmus gibt (lacht)ich finde, das müsste man (.)  
432 bei anderen (.) bei menschlicher Autorenschaft ja teilweise auch schon machen. Also, wenn  
433 ich jetzt die Kronenzeitung oder so anschaut (I: ja), also das ist jetzt eine Frage, die find ich  
434 nicht algorithmisch spezifisch ist. Ahm. (.) wahrscheinlich (.) schwierig. Ahm. (3) sobald hm.  
435 Urteile fällen (I:hm) ja, (3) #00:43:50-3#

436

437 I: Also ich will auf die Entscheidungsmacht hinaus. (E2: ja, hm.) Also wann (.) ah. wo ist die  
438 Grenze welche Entscheidung kann man zB bei den Sportnachrichten ist es zB relativ  
439 einfach. Aber wenn wir jetzt erwarten, dass die Texte dann vielleicht in Zukunft etwas  
440 komplexer werden (E2: hm) , ein bisschen mehr beschreiben können, dass man sich die  
441 Frage vielleicht stellen muss, welche Entscheidungen muss ich als Mensch treffen uns sie

442 müssten in meinem Machtbereich sein. Und welche Entscheidungen kann man abgeben  
443 oder darf man das überhaupt? (E2: ja) oder sollte man das komplett vermeiden? (E2: hm)  
444 (3) #00:44:30-6#

445  
446 E2: Also, wir haben ja diese selbe Fragestellung ja auch, wenn wir uns jetzt andere  
447 Technologien wie zB so autonome Fahrzeuge, (I: ja) da haben wir ja auch (I: L das geht  
448 alles, genau) diese Frage der Entscheidung (.) die ja nicht die Technologie an sich stellt,  
449 sondern die ja der Programmierer (I:Hm) vorher macht Ahm. (.) was ist ich hab als, als  
450 Mensch hab ich ja, ah. ich weiß nicht, ob es das im Journalismus auch gibt, aber ich glaub  
451 schon, aber zB bei den Mediziner gibt es den Hippokratischen Eid (I: ja) den gibt es ja bei  
452 Journalisten auch, wie heißt der? #00:45:06-8#

453  
454 I: Ja, es ist einfach, wie soll ich sagen, es wird eher es gibt jetzt keinen Begriff jetzt im  
455 klassischen Sinne (E2 :ja) sondern es ist mehr so die journalistische Ethik oder die  
456 journalistische Selbstverständnis (E2: ja hm), also in dem dass man sagt, man will die Leute  
457 aufklären, man will ihnen Zusammenhänge, komplexe Inhalte zugänglich machen.  
458 #00:45:27-2#

459 L  
460 E2: Eh, aber dieses Wort Selbstverständnis (I: Öffentlichkeit)  
461 dieses Wort Selbstverständnis ist eh schon ein gutes, (I:hm) weil da sind wir wieder bei dem  
462 Punkt, den ich vorher gesagt hab. Dass ich mir nicht vorstellen kann, was heißt  
463 Selbstverständnis, was ist da drinnen? Das heißt, ich hab ein Bild von dem, wer ich bin, was  
464 ich bin, und wie ich in der Welt positioniert bin, wie ich gewissen Dingen gegenüber stehe,  
465 und was ich ahm. (.) was ich für ein Weltverständnis hab, was für Ideologien ich hab, und  
466 das ist halt ein total ein komplexes System, da ist auch wieder die Moral und die Ethik  
467 drinnen und das Bewusstsein. Das Bewusstsein von mir und da sind wir wieder bei dem,  
468 dass wir das an einer Maschine (.) wahrscheinlich nie, also, das ist jetzt total naiv, wenn ich  
469 sag nie, weil ich bin nicht in der Position, ah. das vorhersagen zu können, aber ich glaub,  
470 dass das nicht so schnell möglich ist. Dh. diese (.) eine Maschine kann kein  
471 Selbstverständnis haben, wenn wir jetzt davon ausgehen, dass das nicht geht, dann kann  
472 für mich eine Maschine (.) keinen relevanten (.) kein relevanter Journalismusersatz sein,  
473 sondern immer nur ein Instrument. Denn, das der Journalist nutzen soll (I:hm) also, abseits  
474 von diesem faktenbasierten Sport-Fernsehprogramm, finde ich, braucht es eine weitere  
475 Instanz, nämlich den Journalisten, der für sich selbst in seinem Selbstverständnis in seinem,  
476 in seiner journalistischen Ethik mit dem Material, was in dieser Journ, dieser Textbot quasi  
477 liefert, umgeht, in, in seinem Selbstverständnis und mit seinem Stil und mit seinem  
478 Verständnis für das, was Textproduktion und Information in einem Text drinnen sein soll,



479 abändert und das dann rausgeht. Das ist ja im Grunde so, wenn man selber Text produziert.  
480 Also (.) man ist ja selber auch sehr, also, man ist ja selber auch eine Instanz, die Sachen  
481 rausgibt. (I:hm) Also wenn man jetzt sagt, dieser produz- dieser fremdproduzierte oder  
482 maschinenproduzierte Text ist einfach ein Material, mit dem ich arbeite, dann obliegt es ja  
483 mir, was ich dann mach. Also, (.) wo brauch ich da noch mehr Informationen. Ich hab das  
484 auch so gut gefunden, gestern hat der [ \_\_\_\_\_ ] (Journalist) auf Facebook ah.  
485 gepostet, dass einfach viel zu schnell, auch er, also da hat er sich auch selbst nicht  
486 rausgenommen, Urteile abgeben. Was natürlich auch dem Medium ah. (2. ) Social Media  
487 Plattformen auch zugrunde liegt (I:hm) einfach viel zu schnell beurteilt und Bewertungen  
488 abgibt. Und hat halt aufgerufen, die Journalisten dazu aufgerufen, keine Bewertungen allzu  
489 schnelle Bewertungen abzugeben, weil es einfach unprofessionell ist, bevor sie  
490 irgendwelche anderen Akten angesehen haben, und Fakten geprüft haben, ahm. und das  
491 find ich einfach, das hab ich gestern einfach so gut gefunden, weil es mich dann auch an  
492 einen algorithmischen Journalismus wieder erinnert hat. Einfach dieses Überprüfen von  
493 Fakten ob ich jetzt einen, eine künstliche Intelligenz verwendet habe, die mir Teile des  
494 Textes produziert hat oder nicht, und ob ich das alles selber produziert habe, ich muss  
495 sowieso alles, also es muss sowieso eine Revision geben und eine permanente Reflexion  
496 von dem, wo ich jetzt steh und wie ich als Journalist arbeite. Wei durch (.) am Anfang hab  
497 ich vielleicht diese ideologische Grundhaltung, weil die ist mir durchs Studium irgendwie  
498 eingebläut worden oder (.) einfach durch mein Vorhaben ein guter, hochqualitativer  
499 Journalist oder Journalistin zu sein, ist das irgendwie in meinem Mindset verankert. Aber  
500 wenn eine Arbeit irgendwie Alltag wird, Routine wird, fällt oft Ideologie und Qualitätsanspruch  
501 (2) nicht weg, aber, schwimmt mit, mit Kompromissen, die ein bisschen der Alltag bringt.  
502 Und wird halt kleiner, und ich find das ist sowieso die Aufgabe von einem jedem, egal, ob er  
503 jetzt Journalist ist, Mediziner ist, äh. Kulturbetreibender ist, Künstler ist, Lehrer, Lehrerin ist,  
504 ahm. muss seine Arbeit immer wieder hinterfragen auf die Qualität, auf die moralisch-  
505 ethische Qualität und auf die ideologische Qualität, auf alles. (.) und ich find, die Frage  
506 taucht nicht, soll nicht nur auftauchen, weil es einen algorithmischen Journalismus gibt,  
507 sondern sollte sowieso bestehen bleiben (.) Ja. (4) Genau. #00:50:48-6#  
508  
509 I: Ahm. Ich hab für meinen Teil (.) alles eigentlich schon untergebracht. Es gibt nur (.) jetzt  
510 wenn von deiner Seite es noch etwas gibt, wo du sagst das möchtest du anbringen, oder das  
511 ist dir noch wichtig, oder das ist im Gespräch nicht vorgekommen, was dir jetzt noch wichtig  
512 wär zu sagen als Abschluss. (4) #00:51:16-0#  
513  
514 E2: Nein, ahm. eigentlich eh nur zusammenfassend dass es wahrscheinlich wichtig wär (.)  
515 ahm. einfach wirklich zu schauen, wie man diese Technologie nutzen kann in intelligenter Art

516 und Weise nutzen kann, ohne dass man sich in seiner Position, in seiner Profession bedroht  
517 fühlt, ja, das ist das. Ja, und wie gesagt, dass halt einfach ist, der Journalismus ja nur ein,  
518 oder eine, der Journalist oder Journalistin das ist ja nur eine Berufssparte ist, eine von  
519 vielen, die genau sich mit genau denselben Problemen konfrontiert sieht (I:hm).

**A13.18. E3**

2

3 E3: Alles=alles aufnehmen. #00:00:02-2#

4

5 I: So (.) Das ist jetzt (.) Genau. #00:00:03-9#

6

7 E3: Muss mal schauen, dass alles ja (3) kommt=kommt #00:00:06-9#

8

9 I: Es ist ahm (.) glaube das (.) versteht es (.) gut #00:00:11-1#

10

11 E3: Jetzt muss ich aufpassen, dass ich kein Blödsinn mehr sage #00:00:13-5#

12

13 I: Nein=nein. (E3: (lacht)) Das passt schon. Ich lege das nur darauf, damit das=das (3) ohh

14 #00:00:18-4#

15

16 E3: Wo ist? (.) okay hm (bejahend) (.) ja. #00:00:20-5#

17

18 I: (lacht) #00:00:21-5#

19

20 E3: Jaaa #00:00:22-1#

21

22 I: Okay (.) ahm. Das heißt(.) Was ist diese Textgenerierung (.) oder sowas betrifft also (3).

23 Du hast gemeint im Vorfeld schon (.) ahm #00:00:32-6#

24

25 E3: Soll ich nochmal wiederholen, was wir gemacht haben damals? OK. #00:00:34-5#

26

27 I: Ja. bitte. Genau das wird (.) also nur als, im Groben #00:00:36-5#

28

29 E3: Im Groben? Der Zeitpunkt waren die frühen 80er Jahre. Und es ist damals darum

30 gegangen, aus einer Zinsüberhangsanalyse, ich weiß heute nicht einmal mehr was das ist,

31 aber es was damit zu tun, wie Zinsen sich verändern, aus einer Gruppe von Maßzeilen mit

32 (.) einfachen Textbausteinen das Verbal wiederzugeben. Und zwar so, das es nicht von

33 einem Superexperten, sondern auch von einem durchschnittlichen Bankberater verständlich

34 ist. (I: Hm.) Das heißt: Man hat die Zahlen genommen von Gestern, von Heute, von wie

35 könnte es morgen sein. Und dann kommt halt raus ein-zwei Satzerl über, wie es bisher war,

36 ein Satz zur "Situation heute", ein Satz zu "Und morgen erwarten wir" - so irgendwas, ja. (I:

37 Hm.) Ganz. Nur mit ein paar Zahlen verglichen und dann, ganz dumm - sage ich ein Mal, die  
38 Textbausteine eingefügt, die dann dynamisch, je nachdem wie sich die Zahlen verändert  
39 haben, zusammengesetzt worden sind. #00:01:27-5#

40  
41 I: Hm (bejahend). Das ist also eigentlich ein Lückentext=textprinzip in Wirklichkeit #00:01:30-  
42 4#

43  
44 E3: Jaa (.) Aber noch mehr, weil (.) ein Satz, keine Ahnung, kommt nur, wenn=wenn sich  
45 mehr, als 3% ändert, dann haben wir einen bestimmten Satz, oder bestimmten Absatz (I:  
46 Ach. Okay.) eingefügt. Wenn die Änderung nur plus-minus 1% war, dann haben wir das gar  
47 nicht erwähnt. Also nicht nur (.) ein Text, wo es drinnen steht "es hat sich um 1... es hat sich  
48 um 1,1... es hat sich um 2% geändert", sondern auch die Entscheidung: Kommt... soll man  
49 ein Satz überhaupt sagen? Ist es überhaupt wichtig, dass das Teil von diesem=von diesem  
50 Bericht wird? #00:01:56-2#

51  
52 I: Hm (bejahend) (3) ahm. Das heißt, das geht eigentlich schon so in der Richtung, von  
53 dieser automatisierten Textgenerierung in (.) Wahrheit. (E3: Ja) Also das ist schon ( )  
54 #00:02:05-1#

55  
56 E3: Ja=Ja. Wir haben noch nicht "Robojournalism" diesen genannt (lacht) #00:02:07-1#  
57

58 I: Ja=Ja. Nein es war auch noch nicht in journalistischen Kontext (lacht) #00:02:09-9#

59 L  
60 E3: Na es war (lacht) ( )

61 Ja=ja. Nein, überhaupt nicht. Nein. #00:02:12-3#

62  
63 I: Ahm. Was jetzt diese Algorithmen oder Artificial Intelligence betrifft, wo es um  
64 Textgenerierung (.) geht, ahm ich weiß nicht inwieweit du dich jetzt mit dem beschäftigst?  
65 Ahm. Oder in welchem=welchem Bezug? #00:02:26-6#

66  
67 E3: Hm (bejahend). Also ich=ich kann dir vielleicht zwei (.) Dinge sagen, die dazu passen  
68 auch. Wir haben ein ähnliches Problem ist: einen Artikel zusammenzufassen. Also wir sagen  
69 "Summarisation". (I: Hm.) Und (.) bei der Summarisation (.) kannst sagen, ich habe einen  
70 Artikel in der Presse. Ich möchte ihn auf 10% zusammen schricken=zusammen schricken (I:  
71 Hm.), also zusammendrücken. Ein Verfahren ist: Ich suche mir die Sätze raus, nach einem  
72 Algorithmus und da gibt es verschiedene, wo ich sage: In den Sätzen, wenn ich schon auf  
73 10% runter gehen (.) muss, dann wähle ich mir nur den, den dritten, den siebten und den

74 zehnten Satz aus. Das ist eine Art. Heißt "Extractive Summarisation". Haben wir schon  
75 gemacht. Das Zweite ist - du könntest sagen: ich versuche den Text zu verstehen. Habe  
76 darunter eine semantische Repräsentation. Und erzeuge mir dann, aus dieser  
77 Repräsentation heraus, einen kleinen Text. Und der muss gar nichts - der ist nicht  
78 wortwörtlich, hat nichts zu tun mit irgendeinem Satz in dem ursprünglichen Artikel, der kann  
79 ganz neu generiert sein. Es wäre dann eine "Generative Summarisation". Ich könnte mir  
80 vorstellen...#00:03:32-2#

81 L

82 I: Okay. Das geht in die Richtung. #00:03:33-1#

83

84 E3: Und wieder, genau, ein=ein Robojournalism. Dann nehme ich mir entweder irgendwelche  
85 vorgefertigten Bausteine her. Dann weiß ich schon, dass die Fälle, und Plural, und Singular,  
86 und so - das (.) das habe ich schon in meinem Baustein drinnen, dass das passt. Ahm. Oder  
87 ich generiere mir das, oder dann brauche ich echt eine tiefe Repräsentation und dann muss  
88 wirklich ahm, dann müssen die Verben in der richtigen Zeit, dann müssen die Adjektive  
89 übereingestimmt sein, (.) wo auch immer sie dazugehören. Da ist dann viel mehr, nein da  
90 sind dann viel mehr linguistische Komponenten gefragt. #00:04:02-4#

91

92 I: Okay. Was=was sind so die Herausforderungen bei dieser Repräsentation, bei diesem  
93 Summarising? #00:04:09-0#

94

95 E3: Dass es=dass es nichts gibt, dass (.) Die Frage ist: wie breit gefächert du das machen  
96 willst? (I: Hm.) Wenn du immer nur mit Finanznachrichten zu tun hast, dann (.) Welche, was  
97 gibt es da für die Entitäten? Nun gut: da gibt es "Börse", da gibt es "Händler", da gibt es  
98 "Firmen", da gibt es ein paar Ausdrücke, die muss man kennen. Aber das kannst dann nicht  
99 anwenden für Sport, oder Wetter, oder=oder Society. Ja. (I: Hm.) Und (.) so ein Modell zu  
100 haben, das wirklich alles in einer ganzen Zeitung derart abgedeckt werden, die=die Subjekte  
101 - das ist=ist nicht schwierig. Ich glaube das (.) Also eine der Sachen ist ein Mal, dass das  
102 wahrscheinlich sehr Domänenbezogen wäre ( ) #00:04:43-4#

103 L

104 I: Ja. Wo, denkst du, ist...wäre es am  
105 leichtesten jetzt im Einsatz eigentlich. Also wo würde jetzt ( ) #00:04:50-6#

106 L

107 E3: Überall, wo die=überall wo die  
108 Sprache sehr geregelt ist, sehr einfach ist, sehr=sehr ahm wenig Abweichungen ahm. Also  
109 ich könnte mir vorstellen, der Finanzbereich ist ganz gut. Ahm. Katastrophenbereich könnte  
110 ganz interessant sein auch. #00:05:03-9#

111  
112 I: Ja. Also so ahm Meldungen z.B., wo... #00:05:06-9#  
113 L  
114 E3: Ja. welche fi... #00:05:07-5#  
115 L  
116 I: ...Erdbeben... #00:05:08-1#  
117 L  
118 E3: Jaa! Also=also. Ahm.  
119 Naturkatastrophen. Ahm: welche Naturkatastrophe? Wo ist die gewesen? Wie viele Leute  
120 sind verletzt, oder sind gestorben, oder verletzt worden? Ahm. Wie ist die Infrastruktur in=in  
121 Gange noch? Ja. Wer ist vielleicht schon dorthin unterwegs? Das könnte man relativ  
122 standardisiert zusammenfassen. Das wäre super für Rotes Kreuz, für Ärzte ohne Grenzen,  
123 für ahm das technische Hilfswerk in Deutschland und=und. Also für alle Einsatz... für alle  
124 "first responders". Alle, die wohin gehen. #00:05:35-8#  
125  
126 I: Hm (bejahend). Das wäre auch eine Möglichkeit, dass man sagt: Okay, online-  
127 Journalismus wäre es dann beispielsweise (.) abrufbar. Oder vielleicht sogar App-gebunden.  
128 #00:05:43-6#  
129  
130 E3: Ja. Warum=warum nicht? Ja. Also überall, wo (.) wo man die Domäne einigermaßen  
131 eingrenzen kann, und wo nicht zu erwarten ist, dass jetzt ganz was anderes kommt. Bei den  
132 Naturkatastrophen hast eben typischerweise, du musst schon wissen: bei einer Flut ist ein  
133 anderes, wie bei einer (.) bei einer Lawine und beim Erdbeben oder beim Tsunami. Ja.  
134 Aber=aber trotzdem bei einer Flut wird da immer das Vokabular wird da plus-minus gleich  
135 sein. Da gibt es nicht so viele Andere Sachen, die passieren. #00:06:09-1#  
136  
137 I: Hm (bejahend). Was ist das Problem mit Vokabular? (E3: Hm.) Also du hast eben vorher  
138 gesagt: Das ist so wichtig, dass es eben wo es geregelte und einfachere oder (.) ich weiß  
139 nicht, geregeltere Sprache gibt (E3: Hm (bejahend)). Was ist das Problem mit  
140 diesen=diesen stilistischen Einheiten? Warum gibt es da Grenze? #00:06:24-6#  
141  
142 E3: Die=die. Einerseits sind das die Fachvokabulare. Ich glaube es, man muss aufpassen,  
143 für wen man (.) so einen Artikel schreibt. (I: Hm) Ahm. Ich habe ein Wort kennengelernt -  
144 "Lahare". (.) Weißt du, was das ist? #00:06:34-2#  
145 L  
146 I: Ja was ist es?  
147 I: Nein. #00:06:34-5#

148

149 E3: Ein Erdbeben. #00:06:35-9#

150

151 I: Aha. #00:06:36-4#

152

153 E3: Wenn du für einen Geologen oder einen, jemandem, der (I: Ah.) ahm irgendwo in einer  
154 Naturkatastrophe unterwegs ist, und schon weiß, ja (.) Lahare sagst, dann weiß der was dort  
155 stattgefunden hat. (I: Okay.) Wenn du für jemandem auf der Straße, Team Ö3 oder so da  
156 helfen willst, sagst "Lahare" - der wird dir sagen "Was?!". Ahm. Also die=die ich glaube, man  
157 muss gezielt das richtige Register, wahrscheinlich würde man sagen (I: Hm.): Möchtest du  
158 es kolloquial für den Durchschnittsbürger verständlich, für einen Experten verständlich...  
159 Stell dir vor, irgendwelche medizinischen Ausdrücke, ja, oder auch finanzielle, ja. Wenn da  
160 irgendwelche... Wir haben diesen "Zinsüberhangsanalyse" - weiß jetzt nicht mehr, was das  
161 ist, aber wenn irgendwelche finanziellen Spezialterme verwendet werden, dann würde ich  
162 nicht ein Mal mehr Bescheid wissen, was mir das sagen will, obwohl das in drei Sätzen sagt.  
163 Für ein Experten ist alles sonnenklar in drei Sätzen. Also das=das Zielpublikum glaube ich.  
164 Auf welcher=welcher Ebene, wie spezialisiert sind die, die das lesen werden. Ich glaube auf  
165 den muss man aufpassen. (I: Hm.) Und das Zweite ist wahrscheinlich - wie offiziell, oder wie  
166 kolloquial möchtest du rüberkommen. Möchtest du so locker, nebenbei, für Jugendliche als  
167 Target Publikum (I: Hm.), oder möchtest du für das seriöse Target Publikum rüberkommen.  
168 Du wirst wahrscheinlich längere Sätze, vielleicht ein bisschen raffiniertere Ausdrücke  
169 drinnen haben wollen und ein bisschen ein komplexeres Vokabular. #00:07:46-1#

170

171 I: Hm (bejahend). Also bei mir geht's eher so in der Richtung Online-Journalismus, wo es  
172 um klassische (.) Tagesberichterstattung geht (E3: Hm=hm). #00:07:53-6#

173

174 E3: Also da wirst du wahrscheinlich ein bisschen zurückschrecken vor zu Fachspezifisches  
175 Vokabular. (I: Genau=genau.) Da Würde man dann "Erdbeben" sagen und nicht "Lahare".  
176 #00:07:59-6#

177

178 I: Oder man würde... also da geht's eher dann in die Richtung, dass natürlich dann die  
179 Berichte teilweise nicht so ausführlich (E3: Ja.), sondern ( ) in der erster Linie kurz...  
180 #00:08:06-5#

181

182 E3: Genau. Keine 2 Seiten lang. #00:08:08-0#

183

184 I: Also da ist die Einsatzgebiet=die Einsatzgebiet (E3: Ja.) noch (E3: Ja.) vom  
185 algorithmischen Journalismus (E3: Ja.) möglich. #00:08:12-3#  
186  
187 E3: Ja=ja. Und weil auch ein "first responder" wird wahrscheinlich genau wissen wollen, wie  
188 Geokoordinaten, wo hat das stattgefunden, ja. (I: Ja.) Keine=keine Ahnung, Luftfeuchtigkeit,  
189 Luftdruck, Windgeschwindigkeit - die alle wichtig sind, um die Leute dorthin zu bringen. Und  
190 für einen Durchschnittsbürger ist halt einfach interessant: "Okay. In Tirol ist eine Lawine  
191 abgegangen. Punkt." #00:08:29-9#  
192  
193 I: Hm (bejahend). (.) Ahm. Aber es gibt dann die Möglichkeit. Also wenn wir vorher eben  
194 darüber gesprochen haben, über diese örtliche ahm Koppelung. (E3: Hm.) Also eben auch  
195 mit Apps (E3: Hm.). Z.B. wenn er jetzt in Tirol jetzt in diesem Dorf lebt, also dann vielleicht  
196 andere Infos kriegt (E3: Ja.), wie er sich vielleicht verhalten könnte, oder... #00:08:46-9#  
197  
198 E3: Ja. Also ich glaube schon, dass das... Also wenn=wenn sowas sein sollte - nicht nur  
199 berichten, sondern, vielleicht als Warnung auch. Nämlich ( ) wie du gerade sagst, wie  
200 er sich verhalten soll. Ich glaube, da ist es umso wichtiger die Sprache zu sprechen von den  
201 Leuten, die man adressiert, weil wie glaubw... Oder=oder halt von einer Autorität=Autorität,  
202 Ja. (I: Hm.) Weil wie glaubwürdig kommst du mit einem (.) Artikel rüber, der ahm künstlich  
203 geschrieben ist, wenn er geschrieben ist, als wäre er für den 14. gemünzt, ja? (I: Hm.) Für  
204 einen Vierzehnjährigen gemünzt. Wäre schwierig. Man muss da wahrscheinlich eine  
205 gewisse Balance treffen zwischen den Leuten so noch. Die müssen so sich selber  
206 erkennen, ja, aber andererseits muss es offiziell genug klingen, weil sonst wird es nicht ernst  
207 genommen unter Umständen. #00:09:23-5#  
208  
209 I: Das heißt, das ist halt wäre so eine Grenze, oder? Von diesem algorithmischen Einsatz.  
210 (E3: Hm.) Die Schwierigkeit, die Sprache (.) zu finden (E3: Hm.) des Gegenübers.  
211 #00:09:31-3#  
212  
213 E3: Hm=hm (bejahend). Das müsste wahrscheinlich (.) irgendwie einstellbar sein, ja. Dann  
214 müsste ich, wenn ich sage "Okay, ich möchte eine spezielle Art von=von Nachrichten ahm,  
215 (.) die möchte ich" (.) Also man müsste wahrscheinlich, die Sprachen müsste man auch  
216 noch machen. Weil es kann ja auch noch sein, dass in Wien ich will was auf Türkisch  
217 generieren (I: Hm.) oder auf (.) Bosnisch, oder sonst was. Also das heißt, das ist auch ein  
218 Mal die erste Entscheidung wahrscheinlich: In welcher Sprache (I: Genau.) möchte ich was  
219 generieren? Und innerhalb der Sprache dann - welches Register, welche (.) wie=wie  
220 kolloquial, wie offiziell, was ist wahrscheinlich das Zielpublikum. Ich glaube, da gibt es



221 bestimmte Räder, an denen man (.) drehen muss. Ich, wenn ich das System verwende, dem  
222 Algorithmus sage "Und jetzt erzeuge mir mal, ja. Dann mach es besonders cool und kurz.  
223 Oder mach besonders offiziell klingend, ja, mit langen Sätze (I: Hm.) und großen  
224 Konstrukten." Das sollten wahrscheinlich Parameter sein, die man einstellen können möchte  
225 als (.) Betreiber einer robojournalistischen (.) Maschinerie. #00:10:26-9#

226

227 I: Wie ist es eigentlich bei Softwareunternehmen, wenn man jetzt eine Anfrage kriegt  
228 beispielsweise von einer Redaktion? Ahm. (.) Würde man dann sowas auch (.) ahm  
229 anbieten, oder=oder eben (.) anraten, dass sie Parket regeln, indem sie auch diese  
230 Entscheidungen treffen können eigenständig? #00:10:45-9#

231

232 E3: Ja. Also ich glaube, es ist wie bei vielen Technologien. Ich bin aber da ein  
233 Technikvorsitzender, ein Verkäufer sagt was Anderes. Also ich glaube immer (I: Hm.), ich  
234 glaube immer, dass man le... dass diese Verlockung "Wir geben dir was und das macht  
235 schon das Richtige, kümmerge dich gar nicht (I: Hm.) darum" in den meisten Fällen nicht  
236 ausreicht. Ja. Das reicht aus, um eine sexy Demo zu geben. Ich glaube, dass (.) Da gibt es  
237 ja auf Englisch dieses "no free lunch": Ja, du kriegst was, aber nein, es ist nicht gratis. In  
238 dem Sinn, dass du ab jetzt nichts mehr tun musst. (I: Hm.) Sondern du hast bestimmte  
239 Aufgaben noch zu erfüllen, ja. Vielleicht magst du dann deine, über die Dauer lernst du,  
240 dass du mit drei-vier Einstellungen das ( ) findest, aber das reicht dir ja: das Eine ist  
241 halt für, keine Ahnung, lokale Nachrichten, das Zweite ist wenn du jetzt über internationaler  
242 Politik berichtest, und das Dritte war Sport. Und das sind meine drei Einstellungen. Und ich  
243 glaube schon, dass du (.) als Anwender (.) auch Einflussmöglichkeiten haben wollen wirst.  
244 #00:11:37-9#

245

246 I: Hm (bejahend). Also das betrifft dann z.B. in erster Linie dann die Redaktion. Oder die  
247 JournalistInnen (E3: Ja.) selbst? Also die User/Userinnen? #00:11:45-0#

248

249 E3: Ja. Moment. Vielleicht noch eine Sache, was ich mir noch vorstellen könnte ist, dass du  
250 (.) diese=diese Bevorzugungen nicht direkt gibst, dass du nicht lernen musst "ich muss hier  
251 ein bisschen mehr drehen, und muss hier die Variable auf das setzen", sondern dass das  
252 System interaktiv von dir lernt. Und sagt: "Ich mache dir das jetzt". Und du sagst: "Gefällt  
253 mir. Und zwar der Teil gefällt mir, der Teil gefällt mir." Markierst das, markierst das (I: Aha.).  
254 Und sagst: "Der Teil gefällt mir nicht". Dann probiert das System noch ein Mal. Und lernt von  
255 dir, als Journalistin, interaktiv, was denn deine Präferenzen sind. #00:12:13-0#

256

257 I: Das ist dann Artificial Intelligence. #00:12:15-2#

258

259 E3: Genau. Das ist Artificial Intelligence oder Machine Learning. Im Normalfall das heißt,  
260 dass das System selbst lernt, keine Ahnung, "du bevorzugst kürzere Sätze". Das ist einfach  
261 dein Stil. (I: Hm.) "Du bevorzugst mehr Verbalsätze", oder ahm keine Ahnung, "du  
262 bevorzugst irgendetwas von dem Ausdruck her oder von der Struktur her", "du bevorzugst  
263 keine Überschrift, die länger als 5 Wörter ist" aus irgendeinem Grund. #00:12:35-7#

264

265 I: Okay. Ahm. Wie kann ich mir das dann vorstellen in einer Redaktion? Ich meine, wie lang  
266 müsste ich (E3: (seufzt)), oder mit wie vielen Texten müsste ich so einen (.) so einen...

267 #00:12:43-8#

268

269 E3: Kommt immer drauf an, wie viel Parameter gelernt werden. Aber da bist ( )  
270 typischerweise in (.) ich glaube, das wäre ein kontinuierlicher Vorgang. (I: Hm.) Und dann ist  
271 die Frage: Wie viel Freiheit hast du in deiner Redaktion? Darfst du wirklich die Texte so  
272 schreiben, wie du sie willst? Oder gibt es dann doch dahinter etwas, (.) wo die Zeitung sagt:

273 "So. (seufzt) Bei aller (.) ahm Liebe zu dich (lacht) und zu deinem Stil, das geht nicht.

274 Sondern, keine Ahnung, das soll Identity der=der Zeitung, oder der Zeitschrift sein." Da

275 kommen dann deine Ideen und vielleicht die von (.) der Zeitschrift unter Umständen ein

276 bisschen gegeneinander auch. #00:13:16-8#

277

278 I: Das heißt, man muss in der Redaktion zuerst Parameter überlegen, (E3: Ja.) wie

279 verwende ich die Technologie, welche regeln...#00:13:24-3#

280

L

281 E3: Ja=ja. Ich glaube ja=ja. Ich=ich. Ja=ja.

282 #00:13:25-0#

283

284 E3: Ich glaube schon, weil letztlich hast du ja, weiß ich nicht, wie ein Journalist arbeitet, aber

285 ich glaube nicht, dass er 100% Freiheit hat, wie er Dinge macht. (I: Hm (verneinend).)

286 Sondern es ist wahrscheinlich eine Mischung zwischen den Individuellen und. Genau. Und (

287 ) das müsste wahrscheinlich reflektiert sein in so einen (.) in so einen System. #00:13:38-5#

288

289 I: Ja. Das heißt, dass in der erster Linie, bevor man so einen System in Betrieb nimmt, die

290 Überlegungen, welche (.) Regeln, nach welchen Regelwerken arbeiten (E3: Hm.) wird (

291 ) zu reflektieren. #00:13:47-7#

292

293 E3: Oder, anders gesagt, das begleitende Einführen von Technologie und begleitende (

294 ) heißt das für die Organisation. Nicht nur geschwind Technologie einführen, sondern zuerst

295 ein Mal überlegen: "Und was heißt das für uns als Team? (seufzt) Wird es mehr Arbeit?  
296 Weniger Arbeit? Ahm. Gibt es andere Rollen?" Das Organisatorisches sich da Parallel dazu  
297 überlegen und nicht nur das Technische sehen. #00:14:06-7#

298

299 I: Was=was könnte da passieren, wenn man jetzt beispielsweise (.) in einer Redaktion  
300 Sportnachrichten, Finanznachrichten ahm und so Sachen ahm algorithmisch quasi  
301 produzieren lässt, (E3: Hm=hm.) Was könnte sich da (E3: Ja.) verändern? #00:14:23-8#  
302

303 E3: Keine Ahnung. Ich könnte mir vorstellen, dass es so jemandem wie [     ]  
304 (Versicherungsunternehmen) gibt, der dann einen anderen Job hat. Der nur noch einmal  
305 schnell drüber schaut, oder der (.) die automatisch generierten (.) Beiträge schnell  
306 durchforstet nach einem Set von Regeln, um zumindest grobe Probleme zu verhindern, weil  
307 man möchte sich ja keine (     ) (I: Hm.) nach außen schicken. Das heißt, diese Rolle  
308 wird es auf alle Fälle noch geben müssen. Und wahrscheinlich auch noch sowas, wie "Ich  
309 lese ein Artikel und dann letztlich muss ich noch sagen, wie wirkt der denn auf mich?" Ja.  
310 Weil du kannst faktisch alles richtig berichten. Und das kommt aber rüber, dass die Leute  
311 sagen: "Sag, san die dappat? (I: Hm.) Die reden über hundert Tote so, als wäre das nix." Ja.  
312 (I: Hm.) Also. Das ist einfach emotional ganz andere ahm Dinge auslöst, die gar nicht  
313 beabsichtigt sind. Und das kann man wahrscheinlich schwer an einer durch eine Maschine  
314 checken lassen. #00:15:08-0#

315

316 I: Das heißt, es die Kontrollfunktionen, menschliche Kontrollfunktionen und  
317 Korrekturfunktionen. #00:15:10-5#

318

L

319

E3: Ja=ja. Glaube ich auch. Ja. #00:15:13-0#

320

321 E3: Und da ist=bist wieder beim Feedback-Cycle (I: Hm.), weil diese Korrekturen - die  
322 können sehr wohl wieder zurück einfließen in die Erstellung dann morgigen Artikel dann.  
323 Das System kann jeden Tag weiterlernen. Ich glaube schon, das es keinen (einen?)  
324 kontinuierliches Lernen wäre. #00:15:25-3#

325

326 I: das heißt es würde z.B. ahm (.) Jobposition entstehen, wo ein Person dafür zuständig ist,  
327 ein Algorithmus zu feedbacken (E3: Ja=ja), ahm mit den redaktionellen Grundsätzen zu (.)  
328 zu drillen quasi? (E3: Ja.) Ihn zu korrigieren, ihn zu überwachen (E3: Hm.) in einer gewisser  
329 Art und Weise? #00:15:44-2#

330

331 E3: Also es gibt zum... mit dem ganzen "Big Data AI"-Geschichte sind so die Data-Scientists  
332 als=als Job (.) plötzlich=plötzlich also raufgekommen. (I: Hm.) So eine Mischung zwischen  
333 Statistik, Informatik, Mathematik und (.) noch ein paar Sachen auch. Ja. Vielleicht gibt es ja  
334 dann, was=was auf den Gegenseite ist? Man muss mit der Sprache Vertraut sein. Man  
335 muss ein bisschen mehr mir Computerei vertraut sein. Man muss wahrscheinlich mit  
336 Statistik ein bisschen eine Idee haben, weil (.) sehr=sehr viele von den Modellen werden  
337 statistisch sein. Ja. Vielleicht ist es so eine Art neue Jobdescriptions werden "Data-  
338 Scientists". Aber jetzt auf den anderen Seite, der nämlich (.) Dinge raustreibt, statt Dinge,  
339 die herein kommen, begutachtet und interpretiert. #00:16:18-7#

340  
341 I: Sowas, wie der (lacht) Computerjournalist? Oder ich weißt nicht, wie ich das sagen soll.  
342 #00:16:22-5#

343  
344 E3: Ja=ja. Sowas die die Rückseite von Data-Scientists. #00:16:25-6#

345  
346 I: Es fehlt nämlich der Begriff. Es gibt ja den Begriff des Datenjournalismus. (E3: Hm.) Ahm.  
347 Das ist aber noch ein Mal eine Stufe davor. (E3: Hm.) Also da geht es darum, dass man (.)  
348 dass man mit ahm Software ahm Daten durchforstet und der strukturiert quasi Daten. Und  
349 dann kann man sie, kann man diese Daten verwenden. Ja. (E3: Hm=hm.) Ahm. Der nächste  
350 Schritt wäre, dass man=dass diese Content=Content dann automatisch erstellt (E3: Hm.)  
351 wird in Form (E3: Hm.) in Form eines Textes (E3: Hm.). Das wäre dann diese algorithmische  
352 Journalismus. #00:16:51-0#

353 L  
354 E3: Hm=hm (bejahend). Da gehe ich #00:16:52-2#

355  
356 E3: Da gehen ja auch so Sachen rein, wie Terminologie. Weil. Was dich betrifft und auch die  
357 Organisation: Ihr nennt es, also unser Wort für Völkermord ist die dieses so.Nicht "Genozid",  
358 oder was auch immer, sondern es ist immer "Völkermord". (I: Hm.) Da geht auch die  
359 Terminologie hinein. (.) Und da bist wieder bei dem "Welche Art von Fremdwörtern möchtest  
360 du denn? Wie viel möchtest du da rein tun?" Und dann bist bei den Registern: Wie=wie  
361 spezifisch soll ein Text sein? Wie abgehoben soll er sein, oder, wie ahm so "auf der Straße  
362 gesprochen" wird? Also da gibt es diese Terminologiekomponente ist da auch drinnen. Wie  
363 nennst du Phänomene? Wie möchtest du denn, dass der Algorithmus auswählt, wenn er  
364 zwei oder drei verschiedene Möglichkeiten hat für dasselbe Ding? #00:17:29-7#

365  
366 I: Hm (bejahend). Und da wären wir dann wieder bei dieser redaktionellen (E3: Ja.) ahm  
367 Rahmenbedingung. Ahm. (.) Du hast ja vorher kurz erwähnt: Als=als Journalist oder

368 Journalistin sollte man sich mit dieser Computer-Geschichte ein bisschen auskennen. Man  
369 sollte Ahnung haben von Statistik und so weiter. Was gebe es? #00:17:47-0#  
370  
371 L  
372 E3: Das=das muss nicht als Journalist sein. #00:17:48-3#  
373  
374 E3: Sondern Vielleicht arbeiten dann plötzlich auch Informatiker und Journalisten enger  
375 zusammen? Ich glaube (I: Hm.) nämlich. Also es ist immer gut. Ahm. Also als Informatiker,  
376 gefällt mir immer, wenn man mit etwas anderen arbeitet. Dass man ein bisschen so einen  
377 groß (.) interdisziplinär (I: Hm.) arbeitet. Und ich glaube, du musst nicht als Journalistin ahm  
378 plötzlich programmieren können und=und Statistik in kleinen Finger haben (I: (lacht)). Ahm.  
379 Vielleicht gibt es dann Informatiker, oder sowas wie Daten-Analysten, die zusammen  
380 arbeiten? Weil ich sehe das immer wieder. Übrigens, mit=mit der [ ]  
381 (Publizistikmitarbeiterin) (I: Hm.) auf der Publizistik wir schreiben ein Proposal. Wir  
382 verwenden alleine Mal die Ausdrücke, wo Sie zurück kommt und sagt "Hm. Moment! Das ist  
383 aber das falsche." (I: (lacht)). Und wir wissen das als Informatiker ja gar nicht. Ja. Also das  
384 heißt du kannst auch nur. Und ich kann jetzt nur bis zum St. nimmer deines Tag weiter  
385 lernen, weil wir (.) bei der Publizistik so daheim sind, wie bei der Informatik. Vielleicht gibt es  
386 dann neue Jobs, wo dann Informatiker in den Zeitungen, oder Zeitschriften, oder (I: Hm.)  
387 dort=dort mitspielen auch. Und mit, gemeinsam, mit=mit Journalisten arbeiten. #00:18:45-8#  
388  
389 I: Bei der Positionen, die so=so Schnittstellen, Brücken, Brückenpositionen. #00:18:49-2#  
390  
391 E3: Ja. So interdisziplinäre Positionen. #00:18:51-8#  
392  
393 I: Das heißt ahm, du denkst, dass sich jetzt der Job "der Journalist" oder "Journalistin" per  
394 se nicht so stark jetzt, also es wird jetzt wird es Journalisten wird es wahrscheinlich immer  
395 geben. (E3: Ja.) Aber dass vielleicht neue Jobs entstehen? Neue Positionen? #00:19:06-8#  
396  
397 E3: Ja. Kann durch aus=durch aus sein. Ja. (I: Ja.) So Misch=Mischungen, so Hybride. Ja.  
398 Etwas. Keine Ahnung, vielleicht gibt es ja auch Leute gelegentlich, die Publizistik und  
399 Informatik Studieren. Ja. Oder so irgendwas. Ja. Oder halt zumindest ein bisschen was.  
400 Oder vielleicht gibt es irgendwann eine Studienrichtung, ja. Wer hätte gedacht, dass sowas  
401 wie (.), gibt es bis heute glaube ich in Wien nicht, Computerlinguistik gibt? Linguistik  
402 gemischt mit Computerei. Macht aber doch eine Menge Sinn. Gibt es aber nicht. Also bei  
403 uns - nicht. Woanders - schon. Ja. Und jetzt gibt es dann aber vielleicht Datascientists und  
404 dann heißt genau diese, bei den Datascientists kommt genau Statistik, Informatik und so

405 weiter zusammen. Ja. Ich könnte mir es durch aus vorstellen, dass (.) Kombinationen auch  
406 zwischen Anthropologie (.) interessant werden (I: Hm.) mit Informatik. Wenn du nämlich so  
407 Social Networks anschaust, da hast jetzt ja sehr viel von menschlichen Verhalten, was in  
408 uns drinnen steckt, und irgendwelche Stämme (I: (lacht)), die sich bilden. Ist auch etwas,  
409 was gibt es so nicht. Das macht ( ). Und vielleicht passiert sowas auch dann zwischen  
410 der Publizistik und der Informatik (I: Hm.). #00:20:01-0#

411  
412 I: Ahm. (3) Gibt es etwas die dieser algorithmisch, also sagen wir bei dieser automatisierten  
413 Textgenerierung, wir haben jetzt schon ganz viel darüber gesprochen, welche  
414 Möglichkeiten, wo könnte es schwierig werden, oder was könnte funktionieren? Was ist ahm  
415 für dich ein Punkt, wo du sagst: (.) "Aus meiner Sicht gibt es (.) eine Grenze und das und  
416 das wird nicht funktionieren." #00:20:24-7#

417  
418 E3: Hmm. #00:20:25-1#

419  
420 I: Also was jetzt die automatisierte Textgenerierung betrifft. #00:20:27-4#

421  
422 E3: Ja=ja. Also Ich=ich. Humor. (.) (I: Ja.) Ich bin nicht ganz sicher, ob man das gut rüber  
423 kriegt (.) als Maschine. (lacht) Zynismus. Also ich glaube nicht, dass, oder=oder  
424 Wortgewandtheit ja - Dinge, die als=als Leser einfach dann (3) diesen Unterschied  
425 ausmachen zwischen den trocken hingeschriebenen (.) Kasblattl und einen nett  
426 geschriebenen Artikel. Ich glaube, sowas eher, das ist eher trockene straightforward Sache,  
427 ja. (I: Hm.) Die=die werden für sowas sein ja. (I: Hm.) Du wirst nicht (.) irgendeine tolle  
428 Geschichte, eine fesselnde Geschichte automatisch generieren. Pff. Ja. Schwer zu sagen,  
429 schwer zu sagen. #00:21:02-9#

430  
431 I: Hm (bejahend). Also das heißt - ahm der Faktor "Mensch" ist da auf jeden Fall #00:21:06-  
432 5#

433  
434 E3: Ja. Ich=ich glaube, wie bei so vielen Sachen, wird der da drinnen bleiben und das=das  
435 Salz in der Suppe ausmachen. Und vielleicht kann man ein Text dann zu 90% so gut  
436 machen, wie wenn es von einem Menschen geschrieben ist, aber diese restlichen...  
437 Typischerweise gibt es diese "90/10 - Regel" ja. Mit 10% des Aufwandes, kannst 90% des  
438 Effektes erreichen. Mit 10% des Programmieraufwands kann man vielleicht einen=einen  
439 Artikel schreiben, der 90% so echt ist, wie von einem Menschen. Ja.(I: Hm.) Dann bleibt da  
440 noch die Frage "Wie misst man Echtheit?" Ja. Aber die restlichen 10% wären eigentlich 90%  
441 des Aufwands. Und das eine ganz flache Kurve. Das heißt du tust mehr=mehr Aufwand in

442 die Algorithmen Entwickeln und verfeinerst es noch einmal und machst es noch besser. Und  
443 machst aber nur mehr ganz=ganz kleine schritte und nur mehr ganz=ganz wenig besser.  
444 Und jetzt tust noch 2 Jahre weiter forschen und wieder nur 3% des Zeugs besser gemacht.  
445 Und für die nächsten 3% brauchst jetzt nicht 5 Jahre, sondern 10 Jahre, weil die Kurve so  
446 flach ist. #00:21:56-4#

447

448 I: Das heißt, das wird eigentlich immer (.) ahm der Entwicklungs=Entwicklungsstand  
449 verlangsamt sich jetzt durch die Komplexität in dem Bereich? #00:22:05-2#

450

451 E3: Nein. Ja. Naja. Ja. Also meistens passiert das immer so in Kurven. Und es kommt  
452 immer darauf an, wie viel da auch hineininvestiert wird von der Forschung. Weil entweder du  
453 bleibst auf einer Kurve, die wird dann immer flacher, und du musst dann immer mehr Zeit (.)  
454 machen, verbringen, um den gleichen Fortschritt (I: Hm.) zu erzeugen. Außer (.) es gibt  
455 irgendwelche Paradigmenwechsel. Irgendwelche neue Dinge, wie es zum Beispiel bei dem  
456 Machine Learning passiert ja. Da gibt es dann plötzlich Deep Learning und Deep Neural  
457 Networks, und die haben uns irgendwie auf einen neuen - jetzt waren wir schon flach wir ein  
458 paar verfahren sind wir plötzlich wieder auf einem steilen Ast von den nächsten Verfahren.  
459 Und der steile Ast ist dann wieder die typische (.) Technikentwicklung. Du musst dann ein  
460 Sprung machen, weil sonst wenn du auf dem bleibst ja, musst irrsinnig viel Aufwand  
461 reinbuttern, um dann noch einen ganz kleinen Gewinn zu machen. Diese Gewinne sind  
462 dann oft so minimal, dass die von einem Menschen gar nicht mehr wahrgenommen werden.  
463 Dann verbesserst du den Algorithmus und du bist zwar selber gesichert, es ist noch besser,  
464 aber kein Leser merkt da irgendeinen Unterschied. Ab einer gewissen, da gibt es glaube ich  
465 irgendwo eine Schwelle, wo (.) wenn du die Verbesserung wenn du schon so gut bist ja,  
466 dann dass so eine kleine Verbesserung für einen Leser (.) - die ist wuarscht letztlich. Der  
467 merkt das nicht=der Merkt das nicht. #00:23:11-9#

468

L

469 I: Nicht mehr wahrnehmbar. #00:23:13-8#

470

471 I: Ahm. Du hast gerade vorher das Thema "neuronale Netzwerke" angesprochen. Ahm. Ich  
472 kenne das jetzt momentan nur von YouTube. (E3: Hm.) Weil der YouTube-Algorithmus  
473 quasi sich selbst schon (.) alles schön lernt. Ahm. Inwieweit wären so neuronale Netzwerke  
474 auch im Sinne von automatisierten Textgenerierung denkbar? (E3: (seufzt) Ja.) In der  
475 Redaktion. #00:23:30-5#

476

477 E3: Ja. Das. Nein da=da ist dann die Frage "Was sind die Inputs und die Output?",  
478 aber=aber das ist, das wäre natürlich ein=ein, da könnte - man braucht halt sehr viel

479 Lernmaterial (I: Hm.) für die neuronalen Netze (I: Hm.), und dann ist die Frage "Was will  
480 man da lernen? Was sind die Inputs? Was sind die Outputs?" - aber da könnte man eine (.)  
481 eine Menge von Fakten oder ein paar Artikeln reintun und was da rauskommt - ist eine ganz  
482 neue (.) sexy Beschreibung auf, wies ich nicht, 15 Zeilen. Ja. Und=und wie das stattfindet,  
483 könnte das Netzwerk machen? Das Problem bei denn neuronalen Netzen ist=ist immer,  
484 dass man nicht weiß, warum das rauskommt, was rauskommt. (I: Hm.) Die sind selber so  
485 komplex, dass du zwar sagen kannst "Das. Wenn das rein geht, kommt das raus." Aber das  
486 "Warum?" bleibt dir (.) verborgen, ja. Das passiert da drinnen und du kannst dann=dann die  
487 einzelnen Verbindungen anschauen. Aber das wird sehr schnell so komplex, dass es fast  
488 unmöglich ist. Das ist mit einer der Gründe, weil bei=bei finanziellen (.) Modellen, die  
489 Bonitäten oder so bewerten, ahm kann ein neuronales Netzwerk gut funktionieren. Das  
490 Problem ist nur - du kannst dann nicht sagen, warum das rauskommt. Und deshalb wird es  
491 nicht zugelassen zu bestimmten Verfahren. #00:24:35-5#

492

493 I: Das heißt, das was gibt ahm hier ahm auch so ethische Grenzen im=im Einsatz dieser  
494 Technologie? #00:24:42-7#

495

496 E3: Also das war ein mal eine technische. Ob es ethische Grenze auch noch gibt, wo ich  
497 sage "Das würde ich, also da würde ich". Ich meine, wenn es um Leben und Tod geht ja, (I:  
498 Hm.) wenn es um irgendwelchen Meldungen geht, wo=wo ahm wo Leute gerettet werden  
499 sollen - um bei den Naturkatastrophen zu bleiben - oder die wirkliche soziale extreme  
500 Schwankungen haben. Ich meine, wenn da System vorhersagt, keine Ahnung, Alle=alle  
501 verkaufen dann plötzlich ihre=ihre Wertpapiere (I: (lacht)) wenn das System etwas falsch  
502 gesagt hat. Ich meine, stell dir vor. Und es kommt zu einem Börsencrash, weil eine  
503 automatische. Also die=die Frage ist dann natürlich "Wer ist dafür letztlich verantwortlich?"  
504 Ja. "Ist das der, der das einsetzt? Sind das die, die das geschrieben haben?" Also so, wo es  
505 um Leben und Tod geht, ahm wäre ich extrem vorsichtig (I: Ja.) automatisiert etwas zu  
506 machen. #00:25:26-5#

507 L

508 I: Also das ist. Ja. Entschuldigung=Entschuldigung. #00:24:46-1#

509

510 I: Also das heißt, also (E3: Zumindest nicht, wenn es nicht gut qualitätsgesichert ist.). Das  
511 heißt, ahm da soll dieses Mensch sein? Ja? #00:25:35-3#

512

513 E3: Ja. Oder zumindest ein Mensch sein, der sagt "Das geht nicht, da geht nicht  
514 automatisch. Aus. Und das muss nochmal gesichert (.) und verifiziert werden von mir." Ja.  
515 #00:25:43-5#



516

517 I: Das heißt, die=die (E3: Ja.) Entscheidungsmacht sollte #00:25:46-9#

518

519 E3: Ja. Ich glaube die sollte bei Menschen bleiben. #00:25:48-3#

520

521 I: Ja. Weil dies ist ja bei den Neuronalen Netzwerke ja das Problem (E3: Ja=ja.), wenn man

522 nicht mehr nachvollziehen kann (E3: Ja. Exakt.) wie es funktioniert #00:25:54-7#

523

524 E3: Wenn=wenn ich mir das, wenn ich zwar nicht nachvollziehen kann, warum das so

525 geschrieben ist, wie es geschrieben ist, aber noch ein Mal drüber schauen kann bevor es an

526 2 Millionen Leser rausgeht, (I: Ja.) ist es gut. Wenn es automatisch getwittert wird - stell dir

527 vor, ja. Da=da wird irgendwas getwittert. Es gibt diese, da sind wir wieder bei diesen ganzen

528 Falschmeldungen. Da braucht nur irgendeinen Twitter, keine Ahnung, irgendwie "Bill Gates

529 hat sich verkühlt." oder=oder (I: Ja.) "Mark Zuckerberg hat ...", keine Ahnung. Ja. Und dann

530 geht schon plötzlich um 2 Milliarden Dollar (lacht) irgendein Kurs runter. Ahm ich glaube,

531 solche Sachen, die So extreme Auswirkungen haben - sozial, finanziell und so - die=die sind

532 der Weh. Das würde ich sehr mit Vorsicht genießen. #00:26:28-2#

533

534 I: Das, was ahm=ahm, weil du jetzt gemeint hast, dieses Thema "Falschmeldungen"

535 angesprochen hast, beispielsweise bei den neuronalen Netzwerke, dass die ihre Sachen

536 eigenständig schon=schon zusammensuchen. (E3: Ja.) Ahm (3) Betrifft das dann eigentlich

537 die=auch die Quellentransparenz (E3: Hm.) in dieser Arbeit? #00:26:42-7#

538

539 E3: Ja. Könnte man=könnte man auch machen, ja. Weil=weil theoretisch. (.) Also unseres

540 System: Wir schauen hier ahm so 3,5 Tausend - 4 Tausend Nachrichtenseiten kontinuierlich

541 (I: Ja.) an, und Twitter, und Facebook. Theoretisch könnten wir, du könntest da so suchen

542 und sagen (seufzt) "Trump" und "Nordkorea", und das System könnte dir jetzt schon

543 automatisch irgendetwas, einen Artikel aus allen Artikeln, die wir haben und allen

544 Überschriften und allen Wörtern könntest du kurz zusammenfassen und sagen (.) "Was ist

545 im Moment gerade der Stand zwischen Trump zu Nordkorea?" (I: Hm.) Aber vertraust du

546 dem jetzt und, weil da kommt es natürlich darauf an, welche Sourcen: Wir können dir genau

547 sagen, welche Sourcen wir verwenden. Wir können auch genau sagen, warum wir dem

548 System was zeigen, weil ich glaube das ist extrem Wichtig ja. (I: Hm.) Wir ich dir die

549 automatische Zusammenfassung auf einem Zettel, eine Halbe Seite, gebe und sage "So.

550 Das ist der Zustand von Trump (I: (lacht)) und Nordkorea". (.) Hm=hm (verneinend). Ja.

551 Aber das ist natürlich die Gefahr. Also das. Und ich glaube, das ist ja bei. Und das spielt ja

552 auch mit bei=bei Fake-News extrem eine=eine Rolle, diese Transparenz über Ketten von

553 "Woher kommt die Information? Welche Quellen? Wer hat was wie wo gesagt oder Zitiert?".  
554 Ich meine, das nachvollziehbar zu machen - das ist ja wieder einer der derzeitigen Ansätze,  
555 wie man das verbessern könnte. (I: Hm.) Weil lustigerweise das, was du vorher gesagt hast,  
556 ahm "Wie formuliere ich ahm Überschriften?" - das ist genau die andere Seite. Was die  
557 machen, ist "Wie formuliere ich Überschriften damit du die möglichst schnell weitergibst?".  
558 Und zwar meistens machst das dann ohne den Artikel gelesen zu haben. (I: Hm.) Und  
559 schon schickst du mir was falsches. Nur weil die Überschrift für dich cool ausgeschaut hat.  
560 Weil da gibt es diese Untersuchungen bei Facebook. Glaube ich haben das gemacht in= in  
561 Amerika irgendwo, dass 6 von 10 (.) Nachrichten weitergegeben wurden, ohne dass die  
562 Leute das gelesen haben. Nur weil es eben geschwind die Überschrift gesehen haben. (I:  
563 Hm.) (.) Also. Und dann stell dir vor, was dann mit ( ) zu treiben wäre, wenn ich da  
564 automatisch dich da hinein trickse (I: Ja.), dann gibst du 7 von 10 weiter. (.) Also. Natürlich ist  
565 das Potential, dass man das negativ verwendet, extrem groß. #00:28:43-7#  
566  
567 I: Ja. Was=was gebe es noch, was wäre es noch eine Gefahrenquelle? (.) Also wir haben  
568 jetzt gehabt ahm die Quellen möglicherweise als Gefahrenquelle (E3: Ja.) #00:28:52-5#  
569  
570 E3: Manipulation. Ahm. Das halt da Jemand dahinter ist mit einer Agenda. Ich meine, jetzt  
571 habe ich meine tolle, die ich irgendwo sitzen habe und Nachrichten schreiben. Und das noch  
572 einfacher, ja? (lacht) Dann habe ich einfach Hundert solche Programme, die irgendwo auf  
573 der ganzen Welt verteilt, damit nicht alles aus der selben Adresse kommt oder von Selben  
574 ahm (I: Hm.) kommt da plötzlich Artikel. Ahm einer der den Strategien bei der russischen  
575 Propaganda-Maschine - gibt es ein paar nette Artikel darüber. Ist ja, also so Sachen, wie  
576 "Du musst möglichst zuerst sein, weil auch wenn das nachher korrigiert oder widerlegt wird  
577 - wuarscht. Der erste Eindruck ist der, der klebt im Hinterkopf", dann "Möglichst viele  
578 verschiedene Alternativen gleichzeitig präsentieren, damit du möglichst Alles in Frage  
579 stellst." Weil wenn ich dir Eine gebe, dann - naja. Wenn ich dir aber Zehn gebe, dann bist so  
580 unsicher - also da gibt es was dafür und was dagegen. Ja. Zehn kann ich dir leicht, ich kann  
581 dir auch Hundert leicht hier automatisch präsentieren. Dann mache ich alle Geschichten, die  
582 so ein bisschen wahr sind, aber ein bisserl was (I: (lacht)) ist nicht wahr, ja. Damit möglichst  
583 nicht weißt, weil sonst ist ja einfach wenn es alles falsch ist, ist ja einfach zu sagen. (I:  
584 (lacht)) Muss ein guter Mix zwischen "falsch" und "nicht falsch" sein, damit du darauf rein  
585 fällst. Und das kann man damit locker ahm multiplizieren. #00:29:54-3#  
586  
587 I: Aber ahm kann man da nicht als Redaktion, zum Beispiel wenn man so ein Software ahm  
588 zukauf, ahm nicht irgendwelche Sicherheitsmaßnahmen setzen? #00:30:01-6#  
589

590 E3: Ja, als Redaktion - schon. Aber die Software. Wer sagt, dass=dass nicht an=an  
591 irgendwem ganz anderem geht? (I: (lacht)) Ich kann da wetten ja: Dann gibt es irgendwelche  
592 Open Source Projekte. Dann ladet sich das irgendwer runter, der in einem Keller irgendwo  
593 sitzt. (I: (lacht)) Also. Die=die Chancen sind da extrem groß, dass=dass ( ). Ich=ich  
594 meine, wenn ich, keine Ahnung, morgen den Bitcoin-Kurs ahm (I: Ja.) beeinflussen will,  
595 dann mache ich mal Zehntausend falsche Artikel. Und zwar noch ganz schön verteilt über  
596 die Welt und natürlich nicht alle gleichzeitig. Sonst zu auffällig, ja. Und ahm (.) dann kaufe  
597 ich mir das Zeug nachher, wenn es runter gefallen ist. #00:30:33-4#  
598  
599 I: Ja. Also das wäre quasi eine diesen=diesen großen Risiken. Diese=diese (E3: Hm.)  
600 Technologie. #00:30:39-3#  
601  
602 E3: Hm (bejahend). Glaube schon. Ja. Glaube schon. (I: Ahm.) Also für manipulative  
603 Zwecke (I: Hm.), ahm Wahlbeeinflussung, ja. Das ist nur noch ein weiteres Instrument dort -  
604 Meinungsbeeinflussung. #00:30:49-1#  
605  
606 I: Genau. So bei=bei die (.) Wahlen in der USA gab es diesen Polivote=Polivote. Ist ja auch  
607 automatische ahm quasi Prognosen erstellt hat (E3: Hm.) und dadurch ja in Wahrheit sehr  
608 viel Einfluss genommen hat auf das Wahlverhalten. (E3: Hm=hm) Das, also, das  
609 erschreckende ist - es gibt ja eigentlich schon total viel Sachen, die im Einsatz sind. (E3:  
610 Ja=ja.) Auf dem ersten Blick weiß man das gar nicht, ja. Also diese Transparenz ist die  
611 Thematik, die (.) die das sicher noch... #00:31:17-3#  
612  
613 E3: Weil was steht denn dann da darunter bei solchen Artikel? Steht dann da darunter  
614 "Geschrieben von Robo-irgendwas", ja? (.) Weil, wer ist denn dann der Autor von dem? Und  
615 ist das sichtbar für den Lesern? Sollte das nicht sichtbar sein? (.) Ist man dann eigentlich  
616 nicht dazu verpflichtet, das sichtbar zu machen? #00:31:30-4#  
617  
618 I: Genau. Das eben=eben die Frage. (E3: Hm.) Was=was, wie du das siehst? Also wenn du  
619 sagst (.) Nein wie siehst du das? Also soll man das dazu schreiben? #00:31:40-6#  
620  
621 E3: Ja. Ich würde das unbedingt sichtbar, ich würde darauf bestehen, dass das sichtbar  
622 gemacht wird. #00:31:43-9#  
623  
624 I: Sollte man da auch vielleicht noch Infos darunter schreiben, wo woher (.) woher die  
625 grundquellen stammen? Oder? #00:31:52-0#  
626

627 E3: Wäre=das wäre schön im Sinne der Transparenz. Ja=ja. Die Frage ist auch, ob das  
628 nicht schon in ein Datenmodell auch dahinter gibt, dass man sagt für, wenn dann solche  
629 Artikel wieder von anderen Programmen (I: Ah okay.) automatisch weiter verarbeitet  
630 werden, dass die wissen. Weil unseren Programm zum Beispiel sammelt ja so alle Artikel.  
631 Für uns wäre es dann interessant zu wissen, der und der und der Artikel - die wurden  
632 automatisch erzeugt, die sind nicht von einen wirklichen Redakteur. Ich meine, dass wissen  
633 wir jetzt auch nicht so wirklich, weil da kann jeder "Hans Hugo" darunter schreiben. Aber es  
634 wäre natürlich gut, wenn so eine Konvention gebe, und sich dann die öffentlichen ahm die  
635 große Publishing Houses und Zeitungen daran halten und Verlage. Weil dann kann man  
636 ahm, ich weiß nicht, vielleicht möchte [ ] (Suchmaschine) anders reagieren, wenn es alles  
637 in der Welt abgrast, vielleicht möchte anders reagieren auf Artikel, die automatisch  
638 geschrieben worden sind im Gegensatz zu den Artikeln, die von einem Menschen  
639 geschrieben worden sind. #00:32:38-7#

640  
641 I: Ich überlege jetzt gerade ahm wie=wie könnte es ausschauen? Also wenn wir jetzt bei der  
642 Transparenz bleiben. Also zum Beispiel, wenn ich Journalistin wäre, und dann hätte ich zum  
643 Beispiel eine Software, mit der würde ich es machen. Ahm dann sind meine Quellen zum  
644 Beispiel aus=aus 20 verschiedenen Datensätzen. Ahm (.) und ich gebe dann an, dass=dass  
645 diese Artikel wurde von der und der Software, oder von mir als ( ), oder in=in  
646 Kooperation mit Robo-Journalismus erstellt. (E3: Hm.) Ahm der nächste (.) Daten (lacht)  
647 Datenjournalist fährt drüber (E3: Ja. Das ist immer schwierig. Ja.), nimmt quasi nimmt mein  
648 Artikel mit (E3: Ja=ja.). Ahm aber dann hat er das wieder drinnen. Also. #00:33:20-0#

649  
650 E3: Ja. Ich habe=ich habe gerade Gestern das Problem gehabt. Es gibt es ja schon jetzt. Du  
651 twitterst was, ja.(I: Ja.) Ich retwittere das. Jemand retwittert von mir und ändert vielleicht ein  
652 Wort (I: Ja.), dann retwittert der das wieder, ja. Der fünfte liest. Wer ist der Autor? (.) Waren  
653 das alle? Der letzte? Der erste? (3) Auch nicht sichtbar. Auch schwierig, ja. Ich glaube den,  
654 meine Antwort war den, von dem ich es unmittelbar bekommen habe, den weise ich. (.) Der  
655 andere, der mich interessieren würde, wäre der Ursprung. Und der ist schon viel=viel  
656 weniger zu sehen dazwischen. Ja, ich meine es ist interessant, wenn du dich nämlich genau  
657 mit dem, wie verteilt sich die Nachricht, dann möchtest genau die in der Mitte wissen, ja. (I:  
658 Hm.) Aber oft weiß man nur den letzten. Ja. Und ob das jetzt wirklich der Autor war, oder der  
659 davor, oder fünf davor? (.) Pff. Weißt jetzt schon nicht. #00:34:01-2#

660  
661 I: Naja an sich jetzt bei diesen klassischen=klassischen redaktionellen Arbeit, wo man, wo  
662 Personen dahinter stehen, kann man das vielleicht noch irgendwie nachvollziehbar gestalten

663 (E3: Hm.), indem man rausfindet, wer bei wem war (E3: Hm.), wer das Interview mit  
664 jemandem, mit wem (E3: Hm.) geführt hat. #00:34:15-4#

665

666 E3: Ja. Weil ich meine. Ich, als Leser, weiß das nicht, ja. Das weiß der Journalist in der ahm  
667 bei [ ] (Tageszeitung) ja. Die wi..., hoffentlich (I: (lacht)), die wissen das, was da verwendet  
668 haben, nein? (I: (lacht)) Ich, als Leser, sehe den Beitrag von XY. Ich weiß nicht, was dessen  
669 oder deren quellen waren, ja. (.) (I: Hm.) Elektronisch könnte man das machen, das wäre  
670 ganz nett. Dann habe ich ein Artikel, dann klicke ich vielleicht rechts drauf, dann sehe ich  
671 "Quellennachweis" dazu. Wäre doch ganz cool eigentlich. #00:34:38-7#

672

673 I: Ja. Weil ich kann ja bei=bei Online- bei die Webseiten kann man die Struktur... Nicht die  
674 Quellen, sondern kann man anschauen, wie die Webseite aufgebaut ist zum Beispiel. (E3:  
675 Hm.) Sowas wäre #00:34:48-3#

676 L

677 E3: Geht=geht das? Sieht man die Quellen? Sieht man die Quellen? #00:34:44-2#

678

679 E3: Ja aber ich würde, in dem Fall würde ich sogar sagen, sowas wäre dann interessant ja.  
680 Weil du kannst ja auch Mischsachen haben. Du könntest ja haben, keine Ahnung, bei  
681 längeren Artikel gibt es Teile, die automatisch erzeugt worden sind. Und dazwischen gibt es  
682 aber was, was du hinein geändert hast einfach, um den Fluss  
683 kontinuierlicher=kontinuierlicher zu machen, um irgendwas reinzubringen, was du=du  
684 reinbringen wolltest, aber das System gar nicht gewusst hat, ja. So wenn du irgendwo  
685 anders das gehört hast fünf Minuten vorher beim Kaffee. (I: Hm.) Ja, dann hast so diese  
686 hybriden Artikel wahrscheinlich. Es ist, gibt ja nicht nur von Menschen 100%, es ist  
687 wahrscheinlich so zwischen 0 und 1 ja. Also, das wir, oder zwischen 0 und 100, es ganz  
688 menschliche, ganz computerisierte, und es wird wahrscheinlich irgendwas dazwischen auch  
689 noch geben. #00:35:26-1#

690

691 I: ( ) (5) Ja. (5) Also ich habe für meine ahm (3) für meine ahm Zwecke jetzt eigentlich  
692 alle Fragen gestellt. ( ) Nur wenn du etwas noch abschließend ahm sagen möchtest  
693 zu der Thematik, also was=was dir da noch einfällt. Bzw. oder sagst, das kam nicht vor und  
694 das möchte ich noch gerne los (E3: Hm=hm.) los werden. #00:35:54-4#

695

696 E3: Hm=hm (bejahend). Na wir habe die ethischen, die rechtlichen Aspekte eh gehabt. Wir  
697 haben die sprachlichen gehabt. (3) (seufzt) Ich meine für mich die nächste Frage ist "Wer  
698 mach dann die=die Fernsehbeiträge?". Weil im Moment reden wir ja nur über schriftliches,  
699 ja. (I: Genau) Wer nimmt die richtigen Bilder dazu? ( ) Dann noch das Bildmaterial, ja.

700 Nach welchen Kriterien wird das ausgewählt? Ahm. Und dann wenn man, sehr schnell  
701 kommt man zu den Bildern und zu Multimedia, ja. (I: Hm.) Weil theoretisch kannst ja auch  
702 den Fernsehbeitrag dann automatisch (I: Genau.) machen. (I: (lacht)) ( ) Was ich dir  
703 vorher erzählt habe mit der "Summarisation", mit der ahm (I: Ja.) ahm wie sagt man?  
704 Summary-erzeugung, die wir gemacht haben. Also ich nehme einen Artikel her. (.) Der hat  
705 Hundert Sätze. (.) Und ich sage er soll, mein Algorithmus soll ihm auf 10 Sätze  
706 komprimieren. Dann nehme ich die 10 Sätze, von denen ich denke, dass sie am (.)  
707 repräsentativsten von dem Gesamtdokument sind. Wenn ich meine Sätze jetzt von der [ ]  
708 (Tagesnachrichtensendung) nehme und nicht, also ich lasse sie automatisch transkribieren  
709 (I: Hm.) von meinem System. Dann habe ich das gesprochene Wort. Dann lasse ich mir das  
710 auf 10% zusammen tun. Und ich weiß dann wann was gesagt wurde. Dann kann ich eine  
711 Videosummary machen. Dann kann ich sagen "Du kannst jetzt [ ]  
712 (Tagesnachrichtensendung) anschauen. In wie vielen Minuten willst das? 1,5? 2? 3? 4?" Du  
713 suchst das dir aus. (schnippt mit den Fingern) Das System baut dir On Demand die [ ]  
714 (Tagesnachrichtensendung) in 4 Minuten. Nur für dich. Und für mich die [ ]  
715 (Tagesnachrichtensendung) in 5 Minuten 30. (.) Also das geht dann auch, dass man es  
716 kombinieren kann. Und wahrscheinlich wird es dann auch so sein, ja. Wahrscheinlich kann  
717 ich auch sagen "Ich will verschiedene Formate. ( ) in Zug in 17 Minuten. (schnippt mit  
718 den Fingern) "Okay. Passt. Die [ ] (Tagesnachrichtensendung) in 17 Minuten". Du hast  
719 nur 5 Minuten hier - "Gut. Die [ ] (Tagesnachrichtensendung) in 5 Minuten". #00:37:27-2#  
720  
721 I: Das ist aber interessant, wie=wie sich dann vielleicht auch Berufsbild auch dadurch  
722 verändern eben ja. (E3: Hm.). Beispielsweise, ich meine, da wären es jetzt noch mehrere  
723 Sachen: Vom Schnitt und Kamera (E3: Hm.) und alles mögliche. Ahm. Ich frage mich immer  
724 "Was=was (.) mit die JournalistInnen passiert, wenn sie mit algorithmische oder mit  
725 automatisierte Textgenerierung arbeiten müssen, (.) oder arbeiten werden, (.) oder tun es  
726 überhaupt ein Mal?" #00:37:53-3#  
727  
728 E3: Hm. Ich weiß es nicht. Vielleicht ist es ein bisschen eine ähnliche Situation, wie  
729 Dolmetscher oder Übersetzer, ja, die sich die Frage schon vor einiger Zeit gestellt haben:  
730 "Was tue ich wenn da plötzlich ein Übersetzungsprogramm kommt?" Und wahrscheinlich  
731 verwenden manche auch Übersetzungsprogramm und gehen noch ein Mal drüber, oder sind  
732 halt doppelt so schnell, oder wie auch immer. (.) Das einschneideste, was ich dazu erlebt  
733 habe: Ein Freund von mir ist ein Dolmetscher. Und er ist wirklich gut. Und wir haben uns  
734 ihm, und er lehrt auch hier an=an der Uni. Und ich habe, wir haben uns immer, ich habe, wir  
735 haben uns immer gescherzt, dass ich gesagt habe "Irgendwann, eines Tages (klopft mit  
736 Finger auf dem Tisch), mache ich dann das Programm, das dich ersetzt!" Und das war halt

737 immer so ein Scherz, ja. Und letztens hat er mich angerufen und gesagt, er hat jetzt DeepL,  
738 er hat sich ein Übersetzungsprogramm angeschaut und gesagt: "Du. Ich würde heute nicht  
739 mehr Dolmetsch studieren." (lacht) Ja. (.) Hm. (lacht) Vielleicht ist es bei den Journalisten in  
740 ein paar Jahren? So "Pff. Ich würde heute nicht mehr Publizistik Studieren." (lacht). Nein.  
741 Nicht. Das ist jetzt nur ein Schwarzmalerei=Schwarzmalerei. (I: (lacht)) Aber=aber ja, ich  
742 meine, die Technologie ist nicht aufzuhalten, ja. (I: Ja.) Es wird sich sicher ändern. Ich  
743 meine jetzt nicht von Jetzt auf gleich, ja. Aber=aber so graduell. #00:38:55-8#  
744

745 I: Aber es gibt Bereiche, die da (.) die ahm immer von den Menschen gemacht werden.  
746 #00:39:01-0#  
747

748 E3: Ich glaube, schon. Ja. Ich glaube du brauchst immer noch letztlich ein bisschen den  
749 Kontext ja. Und wenn du den Kontext nicht hast, und das System hat Kontext immer nur bis  
750 zu einem gewissen Punkt, ja. (.) Vielleicht ist das genau das lustige, oder genau das  
751 interessante, dass eine historische Referenz darein bringst. Weil du weißt, von 10 Jahren  
752 hat der (schnippt mit den Fingern)das genau so gesagt am Ballhausplatz. (I: Hm.)Woher soll  
753 ein System es so machen? Vielleicht ist genau das, wo es man sieht: "Aha. (seufzt) Richtig.  
754 Es ändert sich ja doch nicht, ob Rot, Schwarz, Türkis, oder Blau, oder was auch immer. Es  
755 ist doch gleich." Oder, weißt du? Das sind dann die=die, ich glaube nicht, dass das System  
756 so, (.) das sagt dir einfach: "Heute hat der, keine Ahnung, [ ] (Politiker) das gesagt. Punkt.  
757 Aus. Ende." Ja. Das hat nicht diese Anspielungen, Hintergrundinformationen, Dinge, die=die  
758 man mitfühlen kann vielleicht, die mitschwingen, aber nicht jetzt explizit gesagt werden. Das  
759 ist, ich stelle mir es jetzt irrsinnig schwer vor, als=als automatisch generiert. #00:39:52-9#  
760

761 I: Naja. Aber Journalisten und Journalistinnen, die aufwendigere Texte produzieren, kosten  
762 ja was. Das wird teuer.(lacht) Programm ist auch nicht gratis, ja. Die Frage ist so, ob das  
763 Programm quantitativ ja schafft es vielleicht mehr in kurze Zeit mehr=mehr Content (E3:  
764 Hm.). Und die Frage ist, (.) ob es wert ist? #00:40:17-9#

765

L

766 E3: Jaa. Das Programm wird auch nicht. Das wird auch nicht  
767 gratis sein. Das wird ob es verlagert wird irgendwo #00:40:09-1#  
768

769 E3: Aber=aber ich glaube, je mehr Recherche für einen Artikel notwendig ist, je mehr  
770 verschiedene Quellen und verschiedenen Typen (I: Hm.) und Domänen von Quellen von  
771 Nöten sind, desto mehr wird der Vorteil noch beim Menschen sein, ja. Das wirklich, diese  
772 Übersicht zu kriegen. Ob er sagt: "(schnippt mit den Fingern) Ui! das passt mir was noch aus  
773 der Anthropologie dazu! Ui! Da passt noch was aus der Archäologie dazu (I: Hm.)" Und=und

774 weißt? Darum=darum glaube ich mir, (.) diese Breite zu haben. Ich glaube, sind wir wieder  
775 beim Anfang ja, diese ganz engen Domäne, wo es nur darum geht, die Fußballergebnisse  
776 zu verbalisieren - Okay. Ja. Und wenn es darum dann geht, gehen wir von Fußball zu  
777 mehreren Sportarten - auch noch Okay. Aber wenn wir von Sport dann zu, weiß ich nicht,  
778 und Politik, und Natur, und=und - wird es immer schwieriger werden. Weil da immer  
779 verschiedenste Wissensgebiete sind. ( ) Ich glaube, dort in diesen Assoziationen liegt  
780 unsere, als Menschen, unsere Stärke auch. Und das gilt genau so für einen Journalisten. (5)  
781 Hoffe ich. (lacht) Ist es, du magst, dass ich um=um Publizistik Studenten davon abzuhalten,  
782 Publizistik zu studieren? (lacht) #00:41:16-6#  
783  
784 I: (lacht) Neein. (lacht) #00:41:20-5#  
785  
786 E3: Was wird da rauskommen? #00:41:21-5#  
787  
788 I: Ahm. Hm. Hm.



**A13.19. E4**

2

3 I: Wunderbar. (.) Ja, also in meiner Arbeit geht es um algorithmischen Journalismus, (E4:  
4 Hm (bejahend)) um automatisierte Textgenerierung. (E4: Ja) Ahm. (.) Sie beschäftigen sich  
5 auch mit textbasierten Algorithmen, ahm. (E4: Hm (bejahend)) wo liegt da der Schwerpunkt?  
6 Also. #00:00:18-6#

7

8 E4: In meiner Forschung, also, nicht auf der Generierung, sondern eher auf der  
9 Analyseseite, nein? (I: Hm (bejahend)) (.) Viele Jahre im Bereich maschinelle Übersetzung  
10 gearbeitet (.) und (.) in letzter Zeit auch mehr (.) mit semantischer Analyse, (I: Okay) auch  
11 ( ) von Texten, also was die Bedeutung eines Textes ist und dann auch so Verfahren,  
12 für die Unterstützung zum (.) Spracherwerb für den Fremdsprachenunterricht. #00:00:47-8#

13

14 I: Hm. Dh. dieser semantische Aspekt (E4: hm (bejahend)) ahm (.) wo es darum geht, den  
15 Sinn des Textes zu erfassen (E4: genau, hm (bejahend)) dh. der ist, könnte ist=ist technisch  
16 lösbar, so quasi. (.) Ja (lacht) #00:01:02-9#

17

18 E4: Eingeschränkt, ja, ja. Das ist eine große Herausforderung noch. (I: Okay). Das ist genau  
19 (lacht) sicher einer der Kernpunkte der ganzen Sprachtechnologie, die Semantik. Ja.  
20 #00:01:10-8#

21

22 I: Ok, wo (.) wie kann man das beschreiben, wo grad aktuell die Hürde ist? Also was man?  
23 #00:01:18-9#

24

25 E4: Na, die Hürde, sagen wir so, die Richtung (.) hm. die Entwicklung ist ein bisschen in eine  
26 andere Richtung gegangen. Der Schwerpunkt jetzt ist Deep Learning von der Technologie (I:  
27 hm (bejahend)). Dieser Einsatz neuronaler Netze mit Hoch (.) vielen Daten und großer  
28 Rechenleistung. (.) Und somit sind alle diese Ansätze, die auf schönen Grammatiken oder  
29 Formalismen, Modulierung oder ( ) sind eigentlich ziemlich eingestellt (I: hm (bejahend).)  
30 oder aufs Abstellgleis (I: Okay) gelegt worden und somit (.) ah (.) geht es weniger darum, die  
31 Sachen zu verstehen, was wirklich passiert ist, das sind statistische Verfahren, die eben  
32 einen Mustervergleich durchführen, na. (I: Okay) Also und geht man immer mehr da (.) ah  
33 dazu über wirklich Sequence zu Sequence zu machen, dh. man schickt den Eingabesatz  
34 rein und kriegt den Ausgabesatz raus ohne irgend (.) eine (.) linguistische Analyse da  
35 durchzuführen (I: Okay=okay). Also damit weiß der Computer eigentlich gar nichts darüber,  
36 sondern er lernt nur Muster. #00:02:20-8#

37

38 I: Hm (bejahend) Ahm. Diese Muster, die er lernt (E4: ja) ahm. könnten die auch in der  
39 automatisierten Textgenerierung z.B. die kommen zum Einsatz. #00:02:28-7#

40 L

41 E4: Eingeschränkt, es wird auch schon dran  
42 gearbeitet, ja. Ich habe es mir angeschaut in letzter Zeit es gibt schon einige Verfahren. (I:  
43 hm (bejahend)) Ahm allerdings, (.) ich glaube eingeschränkt. Für einfache, standardisierte  
44 Verfahren gibt es das schon so typische Sachen, wie diese Fußballberichte oder so. Es gibt  
45 auch so kleine Corpora (I: hm (bejahend)) wo das getestet wird. Also, es wird daran  
46 gearbeitet, es ist noch nicht so, dass man wirklich, z.B. bei der maschinellen Übersetzung  
47 gibt es jede Menge Toolkits-Anleitungen, wo man sofort anfangen kann, wenn man die  
48 Daten hat, zu lernen, ja, (I: ja) das ist da bei der Generierung noch nicht so der Fall, aber  
49 prinzipiell sollte das möglich sein, nicht? Das Problem ist halt, bei der Generierung (.) das ist  
50 kein exaktes Mapping. Bei Generierung erzeugt man ja Mehrdeutigkeit, na. Also, kommt  
51 drauf an, jetzt wie man Generierung definiert (I:hm) auf welcher Grundlage, na, oft ist es a  
52 so, man hat strukturierte Daten und möchte die in einen Text bringen. Damit erzeugt man ja  
53 den Schritt, ( ) genau das umgekehrte wie bei der Analyse, wo man versucht, die  
54 Mehrdeutigkeit der Sprache auf (.) irgendeine logische Bedeutung zu bekommen, und das  
55 eigentlich runterzuberechnen. Da ist es genau umgekehrt. Na. das macht es auch so  
56 schwierig, nicht. #00:03:39-0#

57

58 I: D.h. also aktuell ah. geht es eher um die technolog- also die entwicklungsspezifische  
59 Möglichkeit (E4: hm (bejahend)), dass man eben Texte generiert auf Basis strukturierter  
60 Daten. (E4: Das ist sicher.) Aber das ist momentan, also eben dieses Fußballbeispiel ist da  
61 eben (E4: Ja, das sind) einfach die Tore und Infos zum Spielverlauf (E4: Hm (bejahend))  
62 dann noch vorhanden sind. #00:03:58-2#

63

64 E4: Also ich hab es mir noch angeschaut, das ist eine ziemliche Schere jetzt von  
65 industriellen Anwendungen (.) (I: Ja) und Forschungsbereich, nicht, es gibt schon eine Reihe  
66 von Firmen die das ja anbieten, auch im Journalismusbereich, (I: Hm (bejahend)) dann eher  
67 aber so auf Template-basierten Verfahren und Regel-basierten Verfahren eher einfach  
68 gehalten, ja. #00:04:17-3#

69

70 I: Also die produzieren eben aktuelle nur ganz einfache Sportberichte, ganz einfache  
71 Sportberichte #00:04:21-9#

72

L

73

E4: Na das

74 geht schon drüber hinaus, (I: Okay) das sind immer strukturierte Daten, also da gibt es  
75 verschiedenste Anwendungen, das Typische sind auch diese ganzen Sachen wie (.) Börsen,  
76 so Sachen (I: ( )) Wirtschaftsbereich, wo man in Excel-Sheets die Daten (I: Hm  
77 (bejahend)) also ein interessantes Beispiel wo ich erst vor Kurzem einen Artikel gesehen  
78 habe ist so Wahlberichte, (I: Hm (bejahend)) aus Finnland, weiß nicht, ob Sie das kennen?  
79 (I: Ja, ja) Automatisch ja. (I: Sehr spannend) für Wahlen, gibt es eine Website und da kann  
80 man jetzt für seine Partei für seinen Kandidaten dann automatisch die Texte generieren um  
81 Wahlnachrichten bekommen (I: Ja) also auch solche Sachen sind möglich. Also immer dann  
82 wenn es Daten gibt, die strukturiert zur Verfügung stehen (.) da gibt es schon einige  
83 Anwendungsfälle, ja. #00:05:05-1#

84

85 I: D.h. also, das eine sind die Anwendungsfälle (E4: Ja) ahm. (.) das andere wäre jetzt die  
86 aktuelle Grenze. (E4: Hm (bejahend)) Mich was mich interessiert ist, (.) inwieweit ist es über  
87 die (.) z.B. über Wahlberichte (E4: Hm (bejahend)) oder über Fußballspielergebnisse (.)  
88 hinaus nutzbar für z.B. (E4: Hm (bejahend)) z.B. ah. eine Redaktion oder  
89 Nachrichtenagentur. #00:05:29-4#

90

91 E4: Also man muss da immer (.) falls man muss genau definieren, was soll der Input sein  
92 und was soll der Output sein. (I: Hm (bejahend)) Wenn es für eine Nachrichtenredaktion ist,  
93 ist die Frage was ist der Input dann, in welcher Form bekomme ich die Daten, die dann den  
94 Artikel, weiß ich nicht, welches Szenario Sie sich da vorstellen können? #00:05:45-4#

95

96 I: Also, d.h. auf der einen Seite kriegen sie, haben sie strukturierte Daten, (E4: ja) ob sie es  
97 zugekauft haben oder selber (E4: Hm (bejahend)) zusammen gerichtet haben, (.) ah. und  
98 machen dann daraus z.B. (E4: Ja) diesen Fußballbeitrag. Was interessant wäre, ist (.) wenn  
99 dieser (.) wenn sich beispielsweise jetzt mit einer AI diesen (E4: Hm (bejahend)) Algorithmus  
100 z.B. pflegen (E4: Hm (bejahend)) oder trainieren oder ihm quasi drüberlaufen (E4: Ja)  
101 lassen, dass er sich Texte (E4: Hm (bejahend)) quasi, ja, vielleicht stilistische (E4: Hm  
102 (bejahend)) Besonderheiten, oder vielleicht sogar irgendwas Typisches von der Redaktion  
103 (E4: Hm (bejahend)) übernimmt, wäre das denkbar, dass das dazu führt? #00:06:21-1#

104

L

105

E4: Das äh. so stilistische Sachen, da

106 wird auch viel gemacht. Also, (.) (I: Ja) das wenn man mal einen Text hat, den zu

107 paraphrasieren ah, Stil umzuwandeln, da wird auch fleißig dran gearbeitet, das. (I:

108 Summarizing heißt Summarizing ist wieder die Zusammenfassung. (I: Ah ja stimmt) Aber es  
109 gibt wirklich dieses Paraphrasing (I: Okay) Umformulieren #00:06:35-7#

110 L

111 I: Okay. Summarizing, Paraphrasing, okay. D.h. der kann

112 eigentlich schon ziemlich viel? #00:06:41-8#

113 E4: Das geht schon, ja, aber wie gesagt, es ist die Frage, was ist der Input? Wenn ich jetzt

114 noch an eine Zeitung denke, wenn da jetzt ein Artikel kommt, auf welcher Grundlagen ist

115 das, wenn es Fakten gibt in einer strukturierten Form, dann ist es sicher möglich da draus

116 was zu generieren, nicht, aber (I:hm) die Frage ist, gibt, wie komm ich zu den Daten in einer

117 Form, die dann, z.B. es gibt ja eine semantische Beschreibungssprache, die heißt Abstract

118 Meaning Representation, mit der sehr schön in die Semantik, natürliche Sprache

119 beschreiben kann, wo auch schon sehr viel annotiert wird (.) und da gibt es viele jetzt

120 Ansätze, die automatisch von dieser semantischen Beschreibungssprache Text generieren,

121 Englisch speziell. (I: Okay) Wenn man jetzt einen Input in dieser Beschreibungssprache

122 bekommen könnte, dann wäre es sicher möglich etwas zu machen? #00:07:33-6#

123

124 I: Wie heißt diese Beschreibungssprache nochmal? #00:07:34-1#

125

126 E4: Abstract Meaning Representation. (I: Okay) (3) AMR (5) #00:07:45-9#

127

128 I: Das heißt, (.) also das wäre z.B. könnte für Redaktionen beispielsweise auch was

129 Interessantes sein (E4: Hm (bejahend)) d.h. das ist das Problem, dass in dieser Sprache

130 (E4: Hm (bejahend)) muss es verfügbar sein, (E4: Hm (bejahend)) weil sonst kann man

131 damit schlichtweg wenig machen (E4: Ja) Okay. #00:08:03-8#

132

133 E4: Genau. Also sonst, wie gesagt, wenn diese ganzen (.) Tools die es industriell zu

134 erwerben gibt, gibt es verschiedene Rahmenbedingungen, die sind sicher auch interessant.

135 Nicht? Die sind ja spezialisiert auf diese Bereiche (I: Hm (bejahend)) Es wird dann

136 offensichtlich, ich weiß nicht ob Sie Marktleader kennen, so [ \_\_\_\_\_ ] (Unternehmen)

137 z.B. ist glaub ich die wichtigste Firma in dem Bereich glaube ich weltweit. [ \_\_\_\_\_ ]

138 (Unternehmen) Das [ \_\_\_\_\_ ] (Unternehmen) (4) #00:08:34-6#

139

140 I: Okay. D.h. also #00:08:35-1#

141 L

142 E4: da wird dann meistens eben mit dem Kunden gemeinsam so eine Lösung

143 erarbeitet, oder man bekommt dann auch dann Entwicklungstools um dann selber was zu

144 machen (I: Hm (bejahend)) es gibt einige so Firmen, die das (.) oder [ \_\_\_\_\_ ]

145 (Unternehmen) ist die andere, oder [ \_\_\_\_\_ ] (Unternehmen) es gibt einige, die sich

146 darauf spezialisiert haben. #00:08:52-2#

147 L  
148 I: Ah  
149 [ ] (Unternehmen) kenn ich auch. (E4: Ja) Ahm. Sie haben gerade davon  
150 gesprochen, (.) es werden Lösungen für Unternehmen (E4: Hm (bejahend)) angeboten, und  
151 eins davon wäre eine Möglichkeit, eine Software anzubieten, was die z.B. was der Kunde  
152 oder die Kundin (E4: Ja) selber gut einsetzen kann (E4: Hm (bejahend), ja) oder auch  
153 verändern kann (E4: Ja) Wenn wir jetzt bei dieser automatisierten Textgenerierung sind und  
154 diese und Daten liegen strukturiert vor (E4: Ja) in einem Unternehmen, ahm. (2) was sollten,  
155 oder, oder könnten Journalisten auch (E4: Hm (bejahend)) in eine Situation kommen,  
156 beispielsweise das selbst zu pflegen (E4: Ja) oder beispielsweise Texte einzuspielen?  
157 #00:09:34-9#  
158  
159 E4: Die bieten ja dann auch so Development Kits, dass man das wirklich selber dann  
160 machen kann (I: Okay) nicht, da gibt es Cloud-Basierte Lösungen und (.) muss man sich im  
161 Detail anschauen. Und die bieten auch (.) da recht gute Unterstützung dann an. Da gibt es  
162 zuerst gemeinsam Lösungen zu machen, dass man das selber auch weiterentwickelt. Dass  
163 nicht alles die Firma macht, sondern (.) dass man dann- #00:09:54-3#  
164 L  
165 I: das heißt, ahm. als, in einer Redaktion könnte  
166 ich (E4: Hm (bejahend)) oder als Journalistin oder als Medienunternehmen könnte ich jetzt  
167 sagen "Okay, ich hätte gern ahm. ich hab jetzt meine strukturierten Daten, ich hätte gerne  
168 diese automatisierte Textgenerierung (E4: Hm (bejahend)) dann möchte ich aber (.) irgendwie  
169 mehr als Fußballberichte machen (E4: Hm (bejahend)) dann möchte ich dass das vielleicht  
170 auch komplexer wird (E4: Hm (bejahend)) dass es sprachlich komplexer wird" (E4: Ja) Das  
171 heißt dann könnte ich beispielsweise eine Software zukaufen (E4: Hm (bejahend)) die (.) mit  
172 diesem Abstract Representation, also mit dieser Form verfügbar wäre (E4: Hm (bejahend))  
173 dann könnt ich theoretisch (2) komplexere Texte erstellen (E4: Hm (bejahend)) und mit dem  
174 Algorithmus, den ich in, der dahinter steckt könnte ich (.) den quasi trainieren. Also die Texte  
175 geben ihn durchlaufen lassen, oder wie kann ich, oder ich, oder bin ich da #00:10:47-8#  
176 L  
177 E4: ich glaub das ist zum  
178 Teil auch trainierbar. Es ist nicht wirkliches Machine-Learning oder so, es ist nicht diese  
179 neuronale Netze, das ist eben die Forschung, nicht. Und da sind wir noch nicht so weit  
180 offensichtlich (.) aber, wie gesagt, das ist diese Schere, nicht? (Räuspern) Die (.) ganzen  
181 kommerziellen Produkte sind entweder Template-basiert, Regel-basiert, das muss man  
182 großteils manuell anpassen, nicht? An die Daten, nicht? Sie haben offensichtlich, die einen  
183 haben so Sachen, was man wirklich Texte durchlaufen lässt und aus dem bekommt man

184 dann auch schon Regeln, dass das angepasst wird, das sind die Daten (I: Hm (bejahend)),  
185 also es gibt schon so Unterstützung dafür offensichtlich, aber das muss man sich dann (.)  
186 anschauen oder irgend, da gibt es eh freie Beratungsgespräche oder Termine usw. nicht?  
187 Ich glaub da ist eine recht gute Unterstützung da (I: Ja) ( ) #00:11:30-5#  
188  
189 I: D.h. es ist eigentlich ahm. könnte das schon so in eine Richtung gehen (E4: Hm  
190 (bejahend)) wenn man es jetzt diese journalistische Tätigkeit anschaut (E4: Ja) wenn man  
191 jetzt in einem Unternehmen das zukaufft, dass sich Journalistinnen sich damit beschäftigen?  
192 #00:11:42-4#  
193  
194 E4: Natürlich, es wird der Journalist als erstes genannt bei den Anwendergruppen (lacht)  
195 nicht? Journalisten, weiter – Analysten. (I: Genau) Datascientists kommen erst nachher.  
196 Also. Und es ist auch von der Expertise ich meine, der die Firma da, die [ \_\_\_\_\_ ]  
197 (Unternehmen) ist z.B. [ \_\_\_\_\_ ] (Forscher) ist ja der Begründer von der Natural Language  
198 Generation, der ist halt im akademischen Bereich ja, (.) sehr gut daran arbeiten, (I: Ja) da ist  
199 sicher eine Expertise dahinter. Nicht? #00:12:05-2#  
200  
201 I: Das was ich sehr spannend finde (E4: Ja) auch im Rahmen meiner Arbeit, ist natürlich,  
202 ahm. ja, wie könnten sich Arbeitsbereiche auch verändern (E4: Hm (bejahend)) wenn wir mit  
203 so einer Technologie arbeiten. Also ich kenn jetzt diese journalistische Perspektive (E4: Ja)  
204 Sie kennen die (.) Perspektive der Informatik. Ahm. wenn ich jetzt (.) Journalistin werden  
205 möchte (E4: Ja) beispielsweise und ich finde diese Sparte interessant und ich bin der  
206 Überzeugung, das geht in die Richtung (E4: Ja) was wären so Skills, ah. die ich mir schön  
207 langsam aneignen müsste (E4: Ja) um z.B. gut damit zu arbeiten, oder um z.B. (.) wo ich die  
208 Software kaufe, formulieren kann, was ich brauche. (E4: Ja) Oder ist das gar nicht  
209 notwendig, oder kann man da eigen #00:12:48-5#  
210 L  
211 E4: Also generell ist mal sicher gut ein Grundverständnis über  
212 Computerlinguistik zu haben. (I: Hm (bejahend)) Weil (.) es geht immer mehr dahin, dass  
213 man halt ein Toolkit hat und das einsetzt. Man entwickelt jetzt nicht was selbst. Aber dafür (.)  
214 braucht man nicht viele Informatikkenntnisse, aber man braucht ein Verständnis, (.) vom  
215 Fachbereich, das hat man dann eh, aber auch von der Sprache, na, von der den  
216 grundsätzlichen Aufgaben und den Schwierigkeiten, und auch den (3) Fehlern, denen man  
217 oft unterliegt. Nicht, also man braucht, man gibt was rein, es kommt was raus, man muss  
218 das interpretieren können, ob das auch (.) einen Sinn ergibt, nicht? (I: Hm (bejahend)) Also,  
219 man darf nicht immer blind auf das vertrauen, das wird auch oft angesprochen, je nach  
220 Anwendung (I: Ja) Also, Fußball ist vielleicht nicht so schlimm, aber (lacht) generell im

221 Journalismus ist ja immer die Frage, jetzt schreibt man was, das muss ja auch (.) dieser  
222 Beweis der Fakten, die dahinterstehen. Na, und das ist z.B. bei Deep Learning ja zurzeit  
223 noch großes Problem. Da kommt was raus, aber es gibt jetzt keinen Nachweis, wie der  
224 Computer zu der Lösung kommt, ja? (I: Also wie er) Ja, also das ist eben der Unterschied zu  
225 dem Regelbasierten oder ( ) wo man genau dann nachvollziehen kann, warum jetzt  
226 genau dieser Satz, weil da hat man jetzt die Fakten, aufgrund von dem und dem wurde das  
227 abgeleitet, somit kann man das alles nachvollziehen, nicht? Das sind genau die Sachen,  
228 warum steht der Satz da. Nicht, das ist falsch. Jetzt muss man nachvollziehen können, auf  
229 welcher Grundlage, na. aus welchen Fakten das jetzt zusammengesetzt wurde. Und das ist  
230 bei Deep Learning auch ein Problem. Das ist natürlich in vielen Bereichen gerade bei  
231 Diagnosesystemen, in der Medizin, (I: Hm (bejahend)) eine große Thematik, der sagt, das ist  
232 die Krankheit, ja warum? Nicht (lacht) Auf welcher Grundlage, ist eben die Entscheidung.  
233 Oder Recht. Rechtssysteme. Urteile, sowas, ja? Also Erklärung ist ein ganz wichtiges  
234 Thema. Dass das transparent ist. (I: dass es nachvollziehbar ist) ja, die Nachvollziehbarkeit.  
235 #00:14:33-8#

236

237 I: Diese Thematik der Transparenz (E4: Ja) ist ja (.) auch etwas, was natürlich jetzt den  
238 Journalismus direkt treffen wird ahm. (E4: Ja, genau) D.h. die Transparenz (.) die Herkunft  
239 der Daten? Sie haben eben schon gesagt, ok, da gibt es einfach einen Unterschied (E4: Hm  
240 (bejahend)) handelt es sich um neuronale Netzwerke, (E4: Genau) oder handelt halt sehr  
241 um diese regelbasierten Algorithmen #00:14:54-6#

242 L

243 E4: Genau, da ist das, das ist leicht nachvollziehbar, ja. #00:14:54-6#

244

245 I: Ja. Ahm (2) das ist #00:15:00-2#

246 L

247 E4: Aber da wird auch dran gearbeitet. Ja, zu sagen, das ist zurzeit noch.

248 Aber das ist eben ein großes Thema, wie kann ich jetzt das nachvollziehen, ja? Das ist

249 generell ein Problem in der AI, nicht? #00:15:09-4#

250

251 I: Ist das auch ein Problem, wenn es um Entscheidungen geht? (E4: Ja, genau, ja) Die

252 Entscheidung treffen (.) (E4: Hm (bejahend)) ahm. (.) wenn ich mir jetzt so eine

253 journalistische, wenn ich mir jetzt eine Redaktion anschau, ich mein, wie schätzen Sie das

254 ein, könnten diese neuronale Netzwerke (E4: Hm (bejahend)) und dieses Deep Learning, (.)

255 auch wirklich in Zukunft einsatzfähig werden, so dass man sagt, man könnte eine Redaktion

256 tatsächlich damit auch einmal arbeiten? Oder sind wir so weit davon entfernt, dass man

257 wirklich #00:15:38-7#

258 L  
259 E4: wir sind noch (.) relativ weit entfernt (I: Okay) Das Problem sind immer die Daten,  
260 ja. Die Machine Translation funktioniert schon recht gut, ja? Einfach, weil so viele Daten da  
261 sind, nicht. (I: Hm (bejahend)) Satzpaare reingeschmissen, ja. Milliarden, ja, das ist, das wird  
262 eben gesammelt die ganze Zeit. Oder eben Texte, gesammelt reingeschmissen und dann  
263 werden Muster gesucht. Je mehr Daten da sind, ab einer gewissen Schwelle, bis zu einer  
264 gewissen Schwelle ist es vollkommen sinnlos, was rauskommt, nicht, ab einer gewissen  
265 Schwelle fängt das an zu skalieren. Und dann wird es immer besser nicht? (I: Hm  
266 (bejahend)) Und dann ist die Frage jetzt, grad generell bei der Generierung, wenn es nicht  
267 ein einfacher Bereich ist, wo ich (.) Millionen von Fußballergebnissen wieder habe, aber  
268 woher nehm ich die Daten? Und manuell das zu erstellen, das ist (I: möglich) das ist genau  
269 das Problem. Nicht? (I: d.h.) so Trainingsdaten, sind hier das Problem, glaub ich. #00:16:34-  
270 4#  
271  
272 I: Hm (bejahend). Obwohl man eigentlich davon ausgehen könnte, dass gerade in einer  
273 Redaktion (E4: Hm (bejahend)) wo viele Texte auch in der Vergangenheit (E4: Hm  
274 (bejahend)) produziert wurden, also genügend Texte vorhanden wären, beispielsweise  
275 #00:16:43-5#  
276 L  
277 E4: Texte schon, aber ich brauch  
278 ja auch die Eingabe dazu. (I: Ah, und das ist die) Ich brauche die strukturierte Darstellung  
279 und ich bräuchte einen Input und einen Output, nicht? #00:16:52-4#  
280  
281 I: Und wenn man eine Software hat, die das vorstrukturiert (lacht) und dann (.) #00:16:56-5#  
282  
283 E4: Also, das wäre (lacht) #00:17:03-5#  
284  
285 I: Also wäre das möglich? So ein Gesamtpaket? So ein AI, die das also vorher gleich  
286 eigenständig strukturiert? (lacht) Und dann #00:17:08-8#  
287  
288 E4: Aber irgendwoher muss das kommen, nicht? Das ist ja (lacht) (I: Irgendwer muss es)  
289 Weil der Artikel hat sich ja nicht selber geschrieben, er muss ja irgendeine Eingabe gehabt  
290 haben. (lacht) #00:17:15-2#  
291  
292 I: Genau, es gibt ein Mensch am Anfang der Kette. Also (lacht) am Anfang der  
293 Nahrungskette gibt es ein Mensch. #00:17:22-6#  
294



295 E4: Das Umschreiben haben Sie eh erwähnt, natürlich, wenn ich also [ \_\_\_\_\_ ]  
296 (Medienunternehmen)-Nachricht oder irgendwas Kurzes hab (I: Hm (bejahend)) und von  
297 dem dann (I: Hm (bejahend)) irgendwelche Fakten brauche ich. Oder irgendwelche soziale  
298 Medien, ist ja oft, wenn man es aus vielen kurzen Tweets oder irgendwas dann nachher  
299 zusammensetzt, da ist dann sicher einiges möglich. Nicht? (I: Hm (bejahend)) Also waren eh  
300 auch so Beispiele, so Katastrophennachrichten (I: Genau) schnell eine Meldung  
301 ausschicken, dass da ein Erdbeben ist oder da (.) ja, wo es nur so um kurze Headlines geht  
302 einmal um kurze Meldungen, das ist sicher möglich nicht? (I: Hm (bejahend)) Also (.) da gibt  
303 es eh so, wo die ganzen Sensoren überwacht werden, seismographische Sachen, Sachen,  
304 wo man schnell auf Katastrophen hinweisen möchte oder auf irgendwas Anderes.

305 #00:18:03-3#

306

307 I: Aber das sind ja aktuell oft noch Lückentexte noch eigentlich? (E4: Hm (bejahend))

308 Vielfach. (E4: Ja, ja) Ahm. gibt es auch mit diesen regelgeleiteten Systemen eine

309 Möglichkeit, wo man sagt, da kann man schon ein bisschen komplexer arbeiten? (E4: Hm

310 (bejahend)) Ja? Was heißt komplex in diesem Fall? Also wie kann ich mir das vorstellen?

311 Also, kann der schon eigenständig irgendwie was formulieren? Dh. der schreibt nicht nur

312 das Tor wurde geschossen, sondern das Wetter war auch schön dazu, oder? #00:18:32-1#

313

314 E4: (lacht) Wenn man die Regel dazu schreibt ja (lacht) #00:18:36-4#

315

316 I: Das muss ich halt quasi immer dazu schreiben, muss ich dazu schreiben, wenn – dann?

317 (E4: Ja) Okay. Wenn - dann, oder mit diesen Prinzipien. (E4: Hm (bejahend)) Okay. (.) Das

318 heißt (.) es kann, es macht natürlich nur das, was ich ihm befehle (E4: Hm (bejahend)) ja,

319 also was ich ihm befehle. Ok. (.) Was wäre so diese entwicklungspezifische Anforderung,

320 die es an diese automatische Textgenerierung gäbe, wenn es ah. wenn man sagt, gut dieses

321 Deep Learning ist jetzt mal zu weit weg (E4: Hm (bejahend)) ahm. wir fokussieren uns auf (.)

322 die regelgeleitete Vorgehensweise (E4: Hm (bejahend)) mit strukturierten Daten (E4: Ja).

323 Was gibt es jetzt da an, an Herausforderungen einfach noch, wo man sagt, ok, da ist noch

324 eine Fehlerquelle, oder das macht schafft noch Probleme, zB KundInnen beispielsweise

325 haben damit noch ein Problem. (E4: Hm (bejahend)) gibt es da etwas, was da vielleicht (.)

326 #00:19:33-1#

327

328 E4: Ja, also dass Kunden (2) ist eine Sache halt vom praktischen Einsatz (I: Hm (bejahend))

329 wenn man auch das Feedback zurückholt und das dann adaptiert. Also wichtig ist natürlich,

330 dass das sehr leicht wartbar ist (I: Hm (bejahend)) und änderbar ist, dass eben die Sprache,

331 in der das geschrieben ist, leicht auch (I: verständlich) nicht, halt also vom Nicht-Informatiker

332 (I: Ja) (lacht) anzupassen ist. Ja, also es gab eine Zeit lang diese Entwicklung, also es gibt  
333 eine wunderschöne (.) theoretische Arbeit, jetzt zu Grammatiken (I: Hm (bejahend)) (.) und  
334 das aber völlig eingeschlafen ist, jetzt wo das Deep-Learning gekommen ist, wo wirklich eine  
335 Grammatik also, hat den Vorteil, wenn sie sauber geschrieben ist, dass sie in beide  
336 Richtungen geht. Nicht? Also es gibt solche Grammatiken. D.h. ich kann sowohl (.) einen  
337 Satz nehmen und analysieren und was rausbekommen oder in die andere Richtung gehen  
338 (I: Hm (bejahend)) Somit kann ich von einer formalen Beschreibung sehr schön natürliche  
339 Sprache erzeugen. Aber es ist, wie komm ich wieder zu dieser Beschreibung (I: Hm  
340 (bejahend)) Nicht, da sind wir wieder bei dem Punkt. #00:20:26-4#

341  
342 I: Das heißt es braucht natürlich eine Person, (E4: Ja) die das vorher eingibt und damit (E4:  
343 Ja) ist es begrenzt. (E4: Ja) Ja? Okay, Ahm. wenn ich mir jetzt die Arbeitspraxis von  
344 JournalistInnen anschau (E4: Hm (bejahend)) Also aktuell gibt es jetzt Prototypen dafür  
345 (E4: Hm (bejahend)) Also geradr im journalistischen Bereich. Ahm (.) welche Arbeitsbereiche  
346 könnten jetzt auch von diesem Algorithmus, oder welche Tätigkeiten könnten von ihm jetzt  
347 übernommen werden? (E4: Hm (bejahend)) außer jetzt Recherche (E4: Hm (bejahend))  
348 sondern darüber hinaus? (5) #00:21:03-4#

349  
350 E4: Jetzt nur für die Generierung? Jetzt? (I: Genau) Wie gesagt, da sind (.) genau die  
351 Bereiche wo es (2) strukturierten Input gibt, das sind, (.) sind gewisse Sparten jetzt im  
352 Journalismus, das kann man nicht (I: Ja, ja aber) das Interessante, was ich gesehen hab, es  
353 ist immer dann interessant, wenn man jetzt den Output auf ein gewisses Zielpublikum (.) (I:  
354 Hm (bejahend)) customizen möchte. Nicht? (I: Ja) das ist der große Vorteil, nicht? Also, das,  
355 sind wir auch wieder ein bisschen beim Paraphrasing, wenn ich mir, ich brauch nur eine  
356 Version schreiben und die kann man dann anpassen, (I: Hm (bejahend)) an, auch an lokale  
357 Gegebenheiten, es gibt Dialekte oder solche Sachen, oder eben Interessen. Altersgruppen,  
358 ja, also da gibt es ein schönes Beispiel, je nachdem welcher Fußballfan man ist, kann man  
359 das entsprechend anders formulieren (lacht) wenn jetzt ein Tor gefallen ist. Oder so, also  
360 zielgruppengerechter kann man das natürlich dann aufbereiten, nicht? So was ist #00:21:56-  
361 8#

362  
363 I: Also d.h. auch personalisiert eigentlich ja? #00:21:59-5#

364  
365 E4: Ja, genau, das ist sehr stark, auf verschiedene Kanäle, das ist es bringen halt die  
366 Medien auf unterschiedlichen Nachrichtenkanälen, und es ist oft derselbe Inhalt aber  
367 angepasst: (I: Hm (bejahend)) Längere, kürzere Nachrichten, Bilder - keine Bilder oder so.  
368 Nicht? Das? (I: Okay) Wobei gerade wenn wir bebildert sind, das ist ein aktiver

369 Forschungsbereich, dass man eben Beschriftungen zu Bildern sucht, nicht? (I: Hm  
370 (bejahend)) und automatisch generiert. Da wird sehr viel gemacht? Nicht? Das ist auch  
371 interessant vielleicht im Journalismusbereich werden ja oft News, Nachrichtenvideos und so,  
372 die nicht jeder anschauen kann, das ist natürlich toll in der automatisch von Videos  
373 Transkriptionen oder Zusammenfassungen und so (I: Ah. Hm (bejahend)) Texte draus  
374 generieren. Und da wird auch fleißig geforscht. #00:22:47-2#

375

376 I: Das ist nämlich auch noch die Möglichkeit, dass quasi (E4: hm) jeder Algorithmus also  
377 auch ahm. Ich meine was (E4: Hm (bejahend)) bei journalistischer Tätigkeit ja vorkommt,  
378 natürlich vorkommt ist Interviews (E4: Ja) beispielsweise, ahm, dass die vielleicht  
379 eingeständig (E4: Hm (bejahend)) aus Interviews vielleicht Texte generieren könnte.  
380 Transkribieren. Und (E4: Ja, ja) Okay. D.h. das wäre einer, das wären Möglichkeiten, die  
381 man in einer Redaktion (E4: Hm (bejahend)) die sich für eine Redaktion bieten würden. (E4:  
382 ja) Ja. Ahm. (.) Was ich sehr spannend finde, ist natürlich, wenn ich jetzt ein neues  
383 Werkzeug, oder ein neues Tool in mein Umfeld einzieht, ob vielleicht auch dadurch sich neue  
384 Berufsbilder ergeben, die vielleicht für das zuständig sind (E4: Hm (bejahend)) also was  
385 könnte, was ist da Ihre Einschätzung, könnte es sein, dass vielleicht sich ein Job ergibt, der  
386 sich genau mit dem beschäftigt, oder der in der Redaktion sitzt und (.) #00:23:44-1#

387

L

388

E4: Also. Gut.

389 Informatikkenntnisse sind glaube ich in jedem Berufsfeld (I: (lacht)) ist genau diese  
390 Schnittstellen (I: ja, Schnittstellenpositionen) das (.) sehr wichtig. (2) (I: Achso) Man muss  
391 eben nicht der Hardcore-Programmierer sein, aber man braucht eine Kenntnis von eben  
392 Modellierung von diesen Konzepten. (.) Man braucht ein linguistisches, linguistische  
393 Kenntnisse, nicht? Und eben, das sind genau diese Brückenkompetenz, nicht? #00:24:13-2#  
394

395 I: Also, das heißt, Sie sprechen von Brückenkompetenzen, in diesen Brückenkompetenzen  
396 (E4: Ja) ja, diesen Begriff habe ich schon öfter jetzt in diesem Zusammenhang gehört, (E4:  
397 Echt? (lacht)) Ja. Ah. Brückenkompetenzen, ah. (.) D.h. was könnte die Person für eine  
398 Rolle ahm. haben? Wie würden Sie sich das vorstellen? (E4: Hm (bejahend)) Wenn Sie jetzt  
399 mit so einer Person kommunizieren müssen (E4: Hm (bejahend)) Ah. Was soll die konkret,  
400 was sollte die konkret übernehmen? Oder was sollte die konkret machen? #00:24:50-6#

401

402 E4: Na, wenn ich das jetzt einmal genauso, Schnittstelle zwischen Informatikern und eben  
403 den Anwendern auch. (I: Hm (bejahend)) Einerseits muss z.B. eine Firma schauen, was ist  
404 das richtige Angebot und es auszusuchen und sich eben neue Tools ansehen, (.) das  
405 austesten, wie gesagt auch interpretieren können die Ergebnisse (I: Hm (bejahend)) Ja.

406 Anwender einschulen, beraten. Usw. das ist wirklich dann so ein Wissenstransfer, nicht? (I:  
407 Hm (bejahend)) Beide Richtungen, ja. Das ist sehr, das ist ja gerade hier z.B. bei der  
408 Angewandten Informatik bei uns auch das Spannende eben, dieser Diskurs mit den anderen  
409 Fakultäten, ein anderer Wissensbereich, genau mit Geisteswissenschaften und so, nicht? (I:  
410 Hm (bejahend)) Wo man am Anfang ja oft aneinander vorbeiredet, nicht? Also (.) Da ist es  
411 wichtig, beide Bereiche zu kennen. #00:25:38-6#  
412  
413 I: D.h. man muss sich, man muss eine Sprache sprechen eigentlich. Man muss sich  
414 verständigen können. #00:25:43-8#  
415  
416 E4: Man muss eine Schnittmenge finden (I: Ach so) (lacht) Würde ich mal sagen (I: Also ich)  
417 Ich hatte (I: Ja?) Ich kann mich erinnern mit Literaturwissenschaft einmal geredet, jetzt bis  
418 man mal draufkommt, was die Aufgabenstellung ist (lacht) Ist sehr schwierig, ja. Oder mit  
419 den Rechtswissenschaften manchmal ist auch schwierig. #00:26:03-0#  
420  
421 I: Ah. das ist #00:26:03-9#  
422 L  
423 E4: es sind eben oft wirklich andere, anderes Vokabular, das verwendet, oder  
424 dasselbe Vokabular, das anders verwendet wird (I: Das stimmt) und man muss halt  
425 aufpassen, dass man nicht aneinander vorbeiredet. Und (.) wir hatten jetzt grad eben, da  
426 war so ein Projekt mit so einer Radiosache und das war genau diese Diskussion, alles  
427 Mögliche hätten sie gerne gehabt, aber immer die Frage: Was ist der Input, was ist der  
428 Output? Was sind die Anforderungen? Welche Daten sind da? Also, genau mal diese  
429 Kernpunkte, die den Informatiker interessieren um das zu realisieren. Da ist es dann immer  
430 schwierig rauszubekommen. Also es ist dann immer alles sehr vage und fuzzy (lacht) Aber,  
431 bis man dann wirklich draufkommt, was, bis wann ist es möglich? Na, sag ich, ja, (.) da  
432 brauchen, man muss das genau wissen. Gibt es (.) 1000 Beispieldaten gibt es 1 Million?  
433 Gibt es mehr auch? Das macht einen riesen Unterschied. Weil mit so einer kleinen Menge  
434 brauch ich nicht anfangen mit Deep Learning, da kommt nichts raus (I: Hm (bejahend)) da  
435 kann man vielleicht andere, einfache Verfahren einsetzen. Also, es kommt immer drauf an,  
436 welche (.) was ist möglich? Das ist nur auf der Grundlage, was ist das Problem? Und das  
437 hilft ja schon mal, wenn man so ein Beispiel (I: Hm (bejahend)) so einen Use Case hat,  
438 nicht? (I: Hm (bejahend)) dass man sich mal vorstellen kann, was eben die Anforderung ist  
439 nicht? (I: Hm (bejahend)) #00:27:14-1#  
440  
441 I: Ah. D.h. es braucht einfach eine Person, idealerweise, die einfach beide Sprachen spricht.  
442 (E4: Genau.) Die das übersetzen kann. (E4: Hm (bejahend)) Übersetzung tätigt, (E4: Ja)

443 Gibt es hier, (.) jetzt in der Anwendung von algorithmischen Journalismus, oder von  
444 Algorithmen jetzt (E4: Ja) gibt es auch ahm. (.) Grenzbereiche, wo man sagt (E4: Hm  
445 (bejahend)) gut, die Frage stellt man sich beispielsweise auch in der Informatik. (E4: Hm  
446 (bejahend)) was macht den Faktor Mensch aus, welche Grenzen gibt es? (E4: Hm  
447 (bejahend)) in Automatisierungsprozessen. (E4: Ja) Also einfach von einer ethischen  
448 Perspektive heraus. (E4: Hm (bejahend)) Ahm. Wie sehen Sie (.) gerade jetzt die  
449 algorithmische, diese automatisierte Textgenerierung? (E4: Hm (bejahend)) Wo könnte da  
450 so ein (.) Bereich sein, der kritisch wird? Den Sie als kritisch erachten? #00:28:06-0#  
451

452 E4: Im Journalismus jetzt? (.) Ja, da sind wir genau wieder bei der Faktenlage (I: Hm  
453 (bejahend)) Wie weit (.) ist das jetzt wirklich äh. real was da geschrieben wird? (I: Hm  
454 (bejahend)) Ist das nachvollziehbar? Nicht? Fake News (I: Hm (bejahend)) Ja, also, müsste  
455 man entsprechend die Quellen überprüft werden, dass zuverlässig ist und das Urteil  
456 darüber, ob das ein Computer treffen kann? Weiss ich nicht. Das ist die Frage wie sensibel  
457 das Ganze ist. Wie eine Katastrophenwarnung, so Fehlalarme. (I: Ja) Hat es schon öfters  
458 gegeben (lacht) Das ist kritisch, nicht? (.) Also gibt es viele Bereiche, wo das sehr sensitiv  
459 ist, aber (.) ich meine es ist (.) immer eine Sache der Aufgabenteilung. Ich glaub der  
460 Computer kann sehr viele sehr gute Dienste leisten, aber der Mensch sollte immer nochmal  
461 drüber schauen, das ist in der maschinellen Übersetzung (I: Hm (bejahend)) genauso. Das  
462 ist eine riesen Unterstützung, (.) hilft nicht? Das heißt aber nicht, dass es den Menschen  
463 ersetzt (I:hm) Es gibt immer Diskussionen mit den Translationswissenschaften, (I: Hm  
464 (bejahend) (lacht)) es soll die Produktivität und die Qualität und alles steigern, aber nicht  
465 ersetzen, nicht? (I: ahm) Das ist im Journalismus glaub ich genauso. Es soll die Qualität  
466 besser werden. Also wenn schonmal die Rechtschreibung in den Medien verbessert würde,  
467 wäre schonmal gut, nicht? (lacht) #00:29:18-1#

468

469 I: Das heißt also, bei der Rechtschreibung gibt es keine ethischen Probleme wahrscheinlich?  
470 (lacht) #00:29:21-3#

471

472 E4: Nein, da habe ich keine Bedenken, und da wäre genug zu tun (lacht) #00:29:24-8#  
473

474 I: D.h. also dieser automatisierten Textgenerierung könnte auch durchaus Qualität steigernd  
475 sein? Also was die Rechtschreibung betrifft? #00:29:32-9#

476 L

477 E4: Na sicher. Da sehe ich hohes Potential (lacht) zurzeit (lacht). #00:29:34-3#  
478

479 I: Was die Rechtschreibung betrifft. Und #00:29:37-2#

480 L  
481 E4: Ich glaub, dass Lektorat ist ja abgeschafft worden.  
482 Offensichtlich (lacht) #00:29:42-3#  
483  
484 I: Okay. Was gäbe es da noch für Chancen im=im Journalismus, wo man sagt, das könnte  
485 wirklich, sollte man sich #00:29:50-5#  
486 L  
487 E4: Jetzt kann man wieder bei zwei, also ich sehe es positiv, weil Rechtschreibung ist  
488 jetzt klar. Aber es geht es jetzt schon auf so eine Stilkontrolle, Qualitätskontrolle ist auch gut  
489 (I: Ja), aber es darf nicht zur Zensur werden. Da sind wir. Es ist immer alles zweischneidig.  
490 #00:30:02-4#  
491  
492 I: Bei den Daten eigentlich, ja? #00:30:04-7#  
493  
494 E4: Ja, also (4) natürlich kann man im Computer wunderbar zensurieren (lacht) aber das ist  
495 an sich nicht das Problem (lacht) #00:30:13-0#  
496  
497 I: Na, was die Zensur betrifft (E4: Ja) also wie meinen Sie das in der Datenrecherche?  
498 Oder=oder? #00:30:19-8#  
499  
500 E4: Na bei der Produktion, nicht? #00:30:20-2#  
501  
502 I: Bei der Produktion von den Texten? Dass also #00:30:23-1#  
503 L  
504 E4: Also (.) es gibt ( ) Zensur z.B. eben diese  
505 ganzen gendgerechtes Schreiben (I: Hm (bejahend)) diese ( ) sowas kontrolliert,  
506 sensitive Wörter ahm (I: Ah ok), was man nicht so verwendet. Und jetzt sind wir schon bei  
507 der ganzen politischen Diskussion. Es ändert sich ja laufend, was man sagen darf, was man  
508 nicht sagen darf. (I: Okay) Und wie weit (.) entspricht man dem jetzt. Und (.) das ist natürlich,  
509 wenn man jetzt an gewisse Regime denkt dann wieder eine andere Sache, nicht? (I: Hm  
510 (bejahend)) Was darf man jetzt schreiben, was darf man nicht schreiben. Ja? #00:30:52-1#  
511  
512 I: Das heißt, also man könnte #00:30:53-2#  
513 L  
514 E4: Also Frankreich ist ja natürlich Anglizismen ist ja auch so  
515 typischerweise eine sprachpolitische Sache. (I: Ja) Dass man da kein englisches Wort

516 verwenden darf und solche Dinge, nicht? Und so gibt es viele solche Beispiele, na? Und.

517 #00:31:05-1#

518

519 I: Hm (bejahend). Das heißt also man gibt ja diesem Algorithmus auch in Wahrheit ein  
520 Regelwerk mit, (E4: Ja) was man auch ja in seiner eigenen Redaktion hat. (E4: Ja) Ahm. Sie  
521 haben jetzt gesprochen von dieser Zensur oder (.) ahm meinen Sie auch (.) meinen Sie  
522 eben das, dieses Einschreiben von Regeln auch in diesen (E4: Ja) Algorithmus? (E4: ja)  
523 Ahm, bei Sprache oder bei den Begriffen, ahm. wird man dann wahrscheinlich Wenn-Dann-  
524 Lösungen finden müssen? (E4: Hm (bejahend)) Also einfach Wenn-Dann. #00:31:37-0#

525

526 E4: Ja. #00:31:37-9#

527

528 I: Okay. Gut, was jetzt diese (E4: Hm (bejahend)) Thematik betrifft, also algorithmischer  
529 Journalismus braucht ja eben diese strukturierten Daten. (E4: Hm (bejahend)) Und diese  
530 strukturierten Daten kommen ja auch von irgendwo, müssen irgendwo zugekauft werden  
531 oder selbst erstellt oder wie auch immer. (.) Ahm. Sie haben eben vorher schon beschrieben,  
532 das Thema der Transparenz. (E4: Hm (bejahend)) Also dass das bei (.) (E4: Ja) Deep  
533 Learning ah also bei diesen neuronalen Netzen noch ein Problem ist weil man es nicht  
534 nachvollziehen kann (E4: Ja) wie er entschieden hat. (E4: Hm (bejahend)). Aber bei den (2)  
535 also, wie soll ich sagen, ab einer regelgeleiteten (E4: Hm (bejahend)) da funktioniert das  
536 leichter. Wie kann ich mir das vorstellen? Ist das dann, ahm=ahm kann man dann quasi bis  
537 zum Beginn nachvollziehen woher es hat? #00:32:23-2#

538

539 E4: Natürlich kann man´s, ist ja deterministisch bei einem Regelwerk, also deterministisch.  
540 Im Text kann ich genau zurückgehen, und sagen, haben Sie eh angesprochen, diese Wenn-  
541 Dann Regeln, nicht? (I: Ja) Das kann man wie so ein Beweis bauen und dann zurückgehen  
542 und sehen warum dieser Text zustande gekommen ist #00:32:37-1#

543

544 I: Ja, wie ist das im echten Journalismus? Ist das ja, im menschlichen Journalismus, sagen  
545 wir mal so, ist das ja manchmal nicht so (E4: Ja), dass man es weiß. Ahm wie würden Sie  
546 diesen Einsatz (E4: Hm (bejahend)) diesen algorithmischen Journalismus, also den  
547 regelgeleiteten jetzt auf die Möglichkeit der Transparenz bewerten? (E4: Ja) (.) Das dann  
548 Nachvollziehbarkeit? #00:32:57-5#

549

550 E4: Wie gesagt, wenn es Regeln sind, ist es ja gut, nicht? Und da sind wir wieder bei dieser  
551 Mischung. Es kann natürlich einen Journalisten unterstützen, nicht? (I: Hm (bejahend))  
552 Wenn ich jetzt die ganze Recherche ist wie so ein Wissensmanagementsystem (I: Hm

553 (bejahend)) oder so was, nicht? Also, wenn ich Bausteine habe, meinen Artikel da  
554 zusammensetze dann aber gleich die Nachvollziehbarkeit habe von den einzelnen Stücken  
555 nicht? (I: Hm (bejahend)) Das ist (.) was mir dann vielleicht die Arbeit erleichtert, wenn es  
556 dann Probleme gibt, dass ich das besser nachweisen kann. #00:33:21-9#  
557  
558 I: Hm (bejahend), das heißt, dass ich meine Fehlerquelle (E4: Hm (bejahend)) finden kann  
559 auch? #00:33:24-9#  
560  
561 E4: Ja, muss nicht eine Fehlerquelle sein, es kann ja eine Behauptung sein, ich bin der  
562 richtigen (I: Hm (bejahend)) ich werde trotzdem verklagt, oder? (lacht) (I: Ok) Ich kann es  
563 leichter nachweisen, nicht? Dass (.) dass ich hier sauber gearbeitet habe, nicht? (I: Hm  
564 (bejahend)) #00:33:41-1#  
565  
566 I: Ah. (.)  
567  
568 E4: Ist in der Wissenschaft ja auch so, nicht, da kann man sagen, dass die Daten stimmen,  
569 es wird immer wichtiger, dass es nachvollziehbar ist. Mittlerweile ist es so, das ganze Paket  
570 wird immer online gestellt, mit Algorithmen mit den Daten, dh ich kann das nehmen und eins  
571 zu eins nachvollziehen und muss genau die selben Zahlen rauskriegen, die da im Artikel  
572 stehen (I: Hm (bejahend)) Es wird (.) mittlerweile der Standard so wie früher. Genauso ist es  
573 dann da auch, nicht? #00:34:02-8#  
574  
575 I: Es ist halt die Frage, wie sehen Sie das, wenn dann tatsächlich ein Fehler (.) z.B. mal  
576 passiert (E4: Hm (bejahend)) Z.B. wenn jetzt jemand diese Wenn-Dann Formulierung (E4:  
577 Hm (bejahend)) nicht richtig gemacht hat beispielsweise. Wo liegt dann die Verantwortung?  
578 #00:34:15-4#  
579  
580 E4: (lacht) Ist genau die große Diskussion (I: (lacht) das ist der=der nächste Step ja.) Also,  
581 Verantwortung, die Regel, der, der die Regeln erstellt hat, nicht? #00:34:25-3#  
582  
583 I: Ja. Das ist dann die Firma? (.) Oder=oder die Redaktion? Ja. #00:34:29-5#  
584 L  
585 E4: Ja, die Firma, oder=oder der Anwender, die Redaktion, je  
586 nachdem. #00:34:31-8#  
587  
588 I: D.h. es gibt dann schon einen Unterschied, wenn ich jetzt eine Software (E4: Hm  
589 (bejahend)) zur Verfügung stell, die (.) veränderbar ist (E4: Ja) dann ist die (.) #00:34:42-4#



590

591 E4: aber es ist natürlich eine ganz andere Problematik, wieder bei AI wo ich wieder nicht  
592 nachvollziehen kann (I: Hm (bejahend)) was passiert ist, nicht? Selbstfahrende Autos ist  
593 gerade wieder ein großes Thema. Wer ist jetzt schuld nicht? (.) Das Auto? (lacht) #00:34:52-  
594 6#

595

596 I: Ja, vor allem welche Wenn-Dann-Lösung, da gibt es ja dieses tolle Dilemma (E4: Ja) mit  
597 der Straßenbahn, (E4: Ja) ich kenn das von dieser Position. (.) Ja, ahm. #00:35:05-5#

598

599 E4: Ich glaub es wird sich ja die ganze Thematik AI, wenn man jetzt an Robotern denkt, wird  
600 immer sensitiver. Es wird sicher Roboter geben die Interviews führen (lacht) #00:35:14-5#  
601

602 I: Ja. Ah. Das ist ja eben, das wäre jetzt so eine nächste Frage (E4: Hm (bejahend)) Ich  
603 meine, wir haben jetzt mal drüber gesprochen, was aktuell möglich ist. (E4: Hm (bejahend))  
604 Was jetzt funktioniert, (E4: Hm (bejahend)) Oder was ich jetzt einsetzen kann. Ah. Und Sie  
605 haben vorher das schon ein bisschen angesprochen, ok diese neuronalen Netzwerke (E4:  
606 Hm (bejahend)) Ok das wird noch länger dauern. Aber (.) wenn wir jetzt bei diesem  
607 Regelwerk bleiben von ahm. Algorithmen (E4: Hm (bejahend)) oder von dieser  
608 Textgenerierung. In welche Richtung wird sich das vielleicht in den nächsten Jahren noch  
609 weiter entwickeln? Gibt es da großes Potential noch? Oder (.) #00:35:44-5#

610

611 E4: Nein, also ich glaub zurzeit ist die Entwicklung alles im Deep Learning (I: ja...D.h. es ist)  
612 Es ist schade, weil viel Modellierungsarbeit (I: Hm (bejahend)) grad wie gesagt auf  
613 Grammatiken, das ist alles ziemlich eingeschlafen. Also nicht nur Generierung, ich habe  
614 mich jetzt wie gesagt mit Semantik sehr befasst, aber die ganzen Tools oder  
615 Modellierungssprachen (I: Hm (bejahend)) die ganze Forschung ist das ziemlich (.) (I: Hm  
616 (bejahend)) zurück gegangen leider #00:36:09-8#

617

L

618

I: D.h. dass man

619

L

620

E4: Und ja, also vielleicht ist es immer so eine Sache,

621 es wird viel mit Hybriden gearbeitet, das ist vielleicht eine interessante Sache, dass man das  
622 eben kombinieren kann. Und das wäre wichtig. (I: Hm (bejahend)) Es sind ja nicht nur  
623 Daten, es sind ja auch so viele Wissensquellen, Wikipedia oder so. Nicht? Gratis auch zur  
624 Verfügung wo so viel Wissen gespeichert ist. (I: Hm (bejahend)) Ja. Also das  
625 Hintergrundwissen ist ja immer eine ganz wichtige Sache. Bei der Sprachtechnologie oder  
626 generell in der AI. Nicht? #00:36:38-1#

627

628 I: Das heißt also Hybride. (E4: Hm (bejahend)) Meinen Sie jetzt da beispielsweise, dass ich  
629 jetzt eher ein Regelwerk hab, und kann man dann einen Teil Deep Learning, ich weiß nicht,  
630 (.) wie könnte diese Hybrid, wie könnte so eine Hybridlesung ausschauen? #00:36:52-8#  
631

632 E4: Hybrid, also z.B. nicht, dass man nur jetzt einen Text reinschmeißt und den dann  
633 übersetzt, sondern dass man zusätzlich eine Grammatik hat, dass man eine Wissensbasis  
634 hat und beim Generieren könnte das jetzt auch Hintergrundwissen sein. Na, wenn da jetzt  
635 der Name steht bei der Regel (I: Hm (bejahend)) der Präsident, dass man eben genau weiß,  
636 was ein Präsident ist, alles was dahintersteht, nicht? (I: Hm (bejahend)) Da gibt es so viel,  
637 was man schon mal folgern kann (I: Hm (bejahend)) Muss man nicht explizit sagen (I: Ja)  
638 z.B. einem Fußballspieler, dass der Ball rund ist, das Tor eckig, (lacht) diese Größer der Ball,  
639 11-Meter oder so. Da gibt es so viel, was dahintersteht, und wie die Mannschaften sind und  
640 wo sie stehen, da kann man allein aus dem Internet schon ohne jetzt viel groß, dass man  
641 das händisch formulieren muss, nicht? Brauch nicht, gibt es viele Ansätze, die eben aus,  
642 also es gibt ja nicht nur die Wikipedia, ist gibt auch die DB-Pedia wo alles formalisieren mit  
643 RDF- ( ) verfügbar ist (I: Hm (bejahend)) nicht? Und damit kann man allein schon  
644 daraus so viel ableiten, nicht? Das gehörte eigentlich auch kombiniert nicht? (I: Hm  
645 (bejahend)) Da wird auch die Qualität besser, und dann kann man auch z.B. auch die  
646 Variation verändern. Weil vom Stil her (.) ich habe jetzt ein Wort, aber da gibt es jetzt so viele  
647 Synonyme für ein Wort, was man jetzt verwenden könnte. (I: Hm (bejahend)) Und das geht  
648 bei einem Wort es geht dann um Formulierungen, also der Sprachschatz und die Variation  
649 steigt dann, nicht? Sobald der Computer weiß, dass man das auf 10 Seiten, 10  
650 verschiedene Arten formulieren kann, nicht? Und dann könnte er sich entscheiden, mit dem  
651 Stil oder so wäre das das Beste. Aber die, (I: Hm (bejahend)) aber dass wir nicht alles  
652 manuell dem sagen müssen, nicht? #00:38:17-7#

653

654 I: D.h. also da (E4: Ja) würde jetzt wirklich eine Chance bestehen, dass man sagt (E4: Ja)  
655 so eine Hybridlösung, nur dass ich das jetzt richtig verstanden habe. Wäre da z.B. gemeint,  
656 diese (.) man hat zwar in der Redaktion (E4: Hm (bejahend)) diese automatisierte  
657 Textgenerierung, die ja immer regelgeleitet ist. (E4: Ja) Also, damit sie halt (E4: Hm  
658 (bejahend)) keinen Blödsinn macht. Ah. Und die Recherche (E4: Ja) und das Deep Learning  
659 über, hat man quasi im Datenbereich drinnen, oder? #00:38:46-3#

660

661 E4: Hm (3) ja, also da gibt es verschiedene Architektur wie man es zusammenstellen kann.  
662 Ich kann es ins Deep Learning einbauen, man kann es natürlich hintereinanderschalten, da  
663 gibt es verschiedene Möglichkeiten. Ja. #00:39:01-0#

664

665 I: Also, das wäre eine Möglichkeit? (E4: Ja) Weil ich stell mir das grad so vor, das könnte ja  
666 eigentlich auch interessant sein #00:39:05-6#

667

668 E4: Also man kann, wir können, oft macht man es ja so, dass mehrere Dinge parallel laufen:  
669 Es kann z.B. regelbasiertes Deep Learning und man dann sieht, was da und da rauskommt  
670 und da z.B. die beste Lösung nimmt und schaut sich beispielsweise sind die konsistent oder  
671 gibt es da Widersprüche (I: Ja) das gibt es auch oft. So Mehrheitsverfahren oder so was (I:  
672 Ja) Dass man sich nicht nur auf ein Verfahren verlässt, nicht? #00:39:26-6#

673

674 I: Ich habe nämlich auch, weil Sie eben (E4: Hm (bejahend)) vorher gemeint haben, das  
675 Beispiel mit dem Präsident (E4: Hm (bejahend)) dass man halt weiß, es gibt 10  
676 verschiedene Möglichkeiten, das in einen Kontext zu stellen (E4: Hm (bejahend)) dass man  
677 sagt, da würde man mit Deep Learning arbeiten (E4: Ja) diese Sachen zu sammeln,  
678 selbstständig zu sammeln zu einzusortieren (E4: Hm (bejahend)) und dann damit z.B. das  
679 dann für einen regelgeleiteten Algorithmus (E4: Hm (bejahend)) zur Verfügung stellt. (E4: Ja)  
680 Würde das gehen? #00:39:53-0#

681

682 E4: Hm (bejahend). Ja. (.) Also auch bei der letzten Stufe dann, wenn es wirklich nur um die  
683 Formulierungen geht, ist dann auch Deep Learning könnte das auch dann wieder sein. Weil  
684 da geht es ja wirklich nur, was das jetzt, dass alles richtig ist formal jetzt (I: Hm (bejahend))  
685 wenn es nur um die Formulierungen geht, semantisch, dass eh alles irgendwie dasselbe  
686 bedeutet, ja? Da ist es oft ja nur Wahrscheinlichkeiten, was jetzt ( ) klingt. Das  
687 macht man ja, wenn man was in einer Fremdsprache schreibt, schaut man auch bei Google  
688 nach oder so bei einer Suchmaschine was jetzt häufiger vorkommt, oder sucht sich  
689 eigentlich Formulierungen, also das kann man automatisieren. Was jetzt (.) flüssiger klingt  
690 oder natürlicher klingt, da die fluency. Nicht? (I: Ja) Die Natürlichkeit einer Sprache. Diese  
691 Sachen, das kann man sicher ganz einfach mit Deep Learning oder rein auch mit so  
692 statistischen Verfahren reicht dann auch schon oft. Das ist dann so ein Sprachmodell, das  
693 man drüberlaufen lässt. (I: Hm (bejahend) Ja? Weil das ist dann auch nicht mehr so sensitiv.  
694 Wenn ich sichergestellt habe, dass der Inhalt passt, nicht? #00:40:52-7#

695

696 I: D.h. eigentlich wäre die umgekehrte Variante sinnvoll, ah. dass man sagt, ok, man hat ein  
697 regelgeleitetes das sammelt die Informationen dann einfach zusammen (E4: Hm (bejahend))  
698 das ist strukturiert, ahm. und dann hat man ein neuronales Netzwerk (E4: Hm (bejahend))  
699 dass dann quasi eigenständig sich die Dinge aus diesen, dass man es sich dann

700 zusammensucht, weil dann hätte man vorher schon die Möglichkeit die Kontrolle darüber zu  
701 haben (E4: Ja) Und die Sachen auch #00:41:16-9#

702

703 E4: Ich habe es erwähnt ja mit dieser Abstract Meaning Representation. Das soll eigentlich  
704 gewährleistet sein, dass eigentlich die Semantik da ist, (.) das kann man dann recht gut  
705 automatisch dann in eine Sprache bringen. #00:41:26-1#

706

707 I: Ok. Na, weil Sie #00:41:27-7#

708 L

709 E4: Das war ein Beispiel jetzt von diesen Sachen. #00:41:30-1#

710

711 I: Ja, weil Sie eben vorher gemeint haben, ah. diese (.) bei dieser Sprach, bei dieser  
712 Textgenerierung sind wir bei Deep Learning oder also in neuronalen Netzwerken noch  
713 ziemlich weit entfernt. (E4: Ja) Aber jetzt hör ich schon raus, mit so Hybridlösungen wär der  
714 Einsatz eigentlich schon gut möglich #00:41:47-5#

715 L

716 E4: Ja, ja, ich habe von Anf- also man versucht ja immer so von  
717 Anfang bis zum Ende. Da würde ich sagen, sind wir eher noch weit entfernt. Aber für  
718 Teilbereiche geht's sicher gut, ja. #00:41:57-1#

719

720 I: Also, teilweise #00:41:58-0#

721 L

722 E4: Also drum eben Generierung ist immer, was versteht man drunter (lacht)  
723 #00:42:02-5#

724

725 I: Genau. Ich verstehe drunter #00:42:02-5#

726 L

727 E4: Es sind so viele Schritte. Naja, dass man ein Text macht. Ist gut.  
728 Aber wovon? (I: (lacht)) Weil, wenn ich die logische Darstellung schon habe einen Text zu  
729 machen ist nicht mehr so viel. Nicht? Aber davor ist ja die Planung (I: Ja) Was soll drinen  
730 stehen, wie viele Sätze sind es? Na, wenn ich nur mal die Beschreibung des Satzes, wenn  
731 ich einen Satz generiere. Das ist, das war der letzte Schritt (I: Ja) Das ist halt die eigentliche  
732 Generierung. Davor ist so viel Planung. Nicht? Also, wer jetzt nur von diesen Texten, ein  
733 ganz ein großer Bereich ist jetzt einmal die Dialogsteuerung. Also, Roboter, dass der  
734 Roboter mit einem spricht, da brauch ich ein richtiges Dialogmodell. Weil wenn ich was sage  
735 und eine Antwort, das muss immer angepasst sein. Da muss man wirklich so ein interaktives  
736 Modell haben, und es darf auch nicht rein wortwörtlich alles sein, da braucht man viel

737 Pragmatik dann dazu (I: Ok) Ja. Also, es ist kalt, sollt ich das Fenster zumachen oder sowas  
738 (lacht) Sagen, oder weißt du das, und er sagt ja, das wird mir nicht weiterhelfen. Also da sind  
739 viele Dinge, die nicht wortwörtlich gemeint sind. Nicht? Im Dialog, nicht? Und also da  
740 kommen auch viele Differenzen hinzu. (I: Ja) Da sind wieder soviele Schritte vor der  
741 eigentlichen Textgenerierung oder Sprachgenerierung #00:43:10-5#

742

743 I: Ja, und das ist glaube ich, auch genau diese Situation. Weil es eben für Journalistinnen,  
744 also Leute (E4: Hm (bejahend)) die jetzt nicht aus diesem Bereich kommen, sehen ja nur  
745 das Endprodukt (E4: Genau) Oder sie wissen, dass Daten vorhanden sind. #00:43:25-6#

746

747 E4: Ja, und drum habe ich gesagt, dass so ein Grundkurs in Computerlinguistik auch ganz  
748 wichtig ist, weil man versteht sonst die Probleme nicht. (I: Hm (bejahend)) Man wundert sich  
749 nur, warum das grad nicht funktioniert oder warum jetzt eben der Assistent einen Blödsinn  
750 macht. Ahm. die ganze Komplexität und Problematik dahinter sieht man eigentlich nicht  
751 Oder versteht man eigentlich nicht. Wenn man sich nicht damit beschäftigt. #00:43:47-6#

752

753 I: Ich habe noch eine eher abschließende Frage (E4: Hm (bejahend)) Nochmal um das quasi  
754 nochmal wieder zu den neuronalen Netzwerken zurückzukehren (E4: Hm (bejahend)).

755 Würde man jetzt (.) also, (.) jetzt ahm ein neuronales Netzwerk (E4: Hm (bejahend)) wirklich  
756 selbstständig machen lassen, indem dass sie die Daten selbst findet, (E4: Hm (bejahend))

757 selbst strukturiert und selbst den Text erzeugt? Hausnummer, ich stell jetzt mehrere  
758 Parameter dafür ein und sag, das und das ist zu tun (E4: Hm (bejahend)) So und so findest  
759 du die Daten, so nach diesen, nach diesem Regelwerk fängst du mal an, und dann arbeitet  
760 es dann weiter. Was wäre so eine ähm mögliches Szenario, wenn man das jetzt quasi  
761 loslässt? Das ist eh das interessiert ein Thema, was könnte sein? #00:44:35-4#

762

763 E4: D.h. der sollte selbstständig, nach Informationen, Fakten suchen (I: Hm (bejahend)) die  
764 zusammensammeln, daraus eine logische Struktur aufbauen und dann (lacht) (I: Genau)  
765 (lacht) Ja. (.) Super. #00:44:49-0#

766 L

767 I: Eierlegende Wollmilchsau. Geht das? Nein? (lacht) #00:44:57-2#

768

L

769 E4: Schöne Dissertation (lacht). Ähm ja. (.) Als  
770 Forschungsprototyp geht immer alles irgendwie. Aber (I: Ja) wie gesagt, es gibt genug

771 Systeme, die das Webcrawlen nach Informationen, es gibt auch genug strukturierte

772 Wissensbasen, wie Wikipedia, angesprochen, das ist ein so ein Bereich, wo man sehr viel

773 Faktenwissen rausholen kann. RDF ist mittlerweile schon ein guter Wissensstandard um das

774 strukturiert zu bekommen. Wenn ich dann alles zusammen und daraus, ich glaub der  
775 schwierige Teil ist wirklich, jetzt draus so eine Struktur zu bekommen. So (I: Hm (bejahend))  
776 einen Ablauf für einen Artikel (2), wenn man das dann hat, der Text ist dann vielleicht  
777 weniger das Problem (I: Hm (bejahend)) (.) Ob man das alles automatisch macht? (lacht)  
778 #00:45:42-2#

779

780 I: das war jetzt nur so ein Trigger-Fall #00:45:48-0#

781

782 E4: Ich mein, das wäre schon schwierig genug, wie gesagt, wenn ich jetzt schon die Daten  
783 hab und den Output hab, das automatisch zu machen (I: Hm (bejahend)) das würde sicher  
784 gehen, denn ich (.) Millionen von solchen Beispielen hätte, wo das schon gemacht worden  
785 ist (lacht) #00:46:00-5#

786

787 I: Da sind wir dann eh wieder bei dem Thema, man braucht so viele Trainingsdaten.

788 #00:46:02-8#

789

790 E4: Man braucht Trainingsdaten dafür, das ist genau das. Ja. Und (.) Ich mein, darum  
791 sammeln ja die Firmen auch die ganzen Daten, das ist ja wichtig eben dann für die AI der  
792 Zukunft. Es wird alles gesammelt und es ist alles wichtig ja (lacht) Die Trainingsdaten, ja.  
793 Aber natürlich, also darum, wenn man von allen Journalisten genau, damals das was war  
794 der Input von dem Artikel und das alles sammeln würde, dann wäre viel möglich, ja. (I: Ja)  
795 Wenn das alles nachvollziehbar wäre. Also, wenn man z.B. so ein System einsetzen würde,  
796 wo man genau seine ganzen Entscheidungen mitprotokolliert und genau das einspeichert,  
797 was man da verwendet hat und auf welcher Grundlage, und das eine Zeit lang laufen lässt  
798 und damit Daten sammelt, dann auf der Grundlage kann man sicher was trainieren (I: Hm  
799 (bejahend)). (.) #00:46:53-5#

800

801 I: Was mir jetzt noch kurz #00:46:57-0#

802

L

803 E4: Wie gesagt, Entschuldige, wenn das eben (I: Passt schon.) ich  
804 denk jetzt nur, große Nachrichtenfirma wie [ \_\_\_\_\_ ] (Nachrichtensender) und viele Jahre,  
805 wenn z.B. eine Branche das macht und immer diesen Prozess da praktisch unterstützt mit  
806 so einem Content Management System, kann der das sicher automatisch machen nach ein  
807 paar Jahren. Nicht? Weil die haben ihre Quellen, ihre Workflows, nicht? (I: Hm (bejahend))  
808 Also Workflowsysteme, das wäre genau so was, was man bräuchte. Das müsste alles da  
809 irgendwie zusammenpassen. Und irgendwie kann man das dann immer mehr  
810 automatisieren. #00:47:25-8#

811

812 I: Das bedeutet eigentlich sollten sich die Redaktionen (E4: Hm (bejahend)) wenn sie mit  
813 dem auf den Zug aufspringen wollen, damit eigentlich anfangen (E4: Ja) Mit dem Training  
814 jetzt, damit sie es in ein paar Jahren verwenden können. #00:47:35-2#

815

816 E4: Eigentlich ja. Also, viel wichtiger wäre genau, es wäre auch wirklich so, vielleicht so eine  
817 Position, einer der Journalisten über die Schulter schaut und schaut was sie tun. Nicht? (I:  
818 Hm (bejahend)) Also, das ist ja immer so. Man muss erst mal die ganzen Prozesse kennen  
819 lernen. Das ist ja bei uns, bei jeder, wenn man irgendeine Verwaltungssoftware macht ist es  
820 ja genauso, nicht? Da kommt man mal und sagt super, ok wir tun das Ganze jetzt  
821 automatisieren. Und dann sagen sie ja, aber was machen wir eigentlich? Und dann geht das  
822 erst los, dass das genau protokolliert wird, welche Formulare verwendet werden, wo  
823 unterschrieben wird, also diese ganzen Abläufe, das muss alles erstmal, vieles geht eben  
824 automatisch, nicht? (I: Ja) Da denkst du gar nicht drüber nach und aus welchen Motiven,  
825 Dinge umso mehr, aber, wenn man das mal hat, und das Schritt für Schritt umsetzt dann  
826 kann man es automatisieren und dann kann man es auch mal lernen. #00:48:25-1#

827

828 I: D.h. es braucht eine sehr starke Reflexion von der eigenen Tätigkeit. (E4: Ja) Also Analyse  
829 der eigenen Tätigkeit. #00:48:31-5#

830

831 E4: Und dann bräuchte man Leute, die das unterstützen, die dann auch hiermit wieder das  
832 monitoren, Interviews führen, usw. genau. Eine Zeit lang das begleiten. Also das wäre am  
833 Anfang eine ganz wichtige Sache. Das wirklich mal zu sehen, wie dieser ganze Prozess  
834 abläuft. nicht? (I: Hm (bejahend)) Wie geht die Recherche, wie geht die Kontrolle, wie geht  
835 der ganze Faktencheck und das alles. (I: Hm (bejahend)) Wie wird das dann strukturiert?  
836 Wie wird entschieden was jetzt reingenommen wird, was rausgeschmissen wird, was gibt es  
837 Längeneinschränkungen, gibt es ja dann alles, gibt es Zeit, diese ganzen Deadlines, gibt es  
838 Einschränkungen, so viele Worte darf das sein usw. Wie ist es mit den Headlines und solche  
839 Sachen. Viele Dinge. #00:49:15-2#

840

841 I: und das kann ja auch eben, ich glaub das haben wir vorher schon besprochen (E4: Hm  
842 (bejahend)) dann eben auch so ganz spezifische redaktionelle Ausdrücke, Redewendungen  
843 und stilistische Dinge und dann dadurch eben lernen. (E4: Ja) Also, da würd sich dann, also  
844 die Faktoren sind Zeit (E4: Ja) und die Datenmenge. (E4: Ja) Die Redaktion jetzt  
845 interessieren soll #00:49:40-5#

846

847 I: Ah eine Frage hätte ich noch, das mir vorher noch, weil es eben um diese, (.) weil sich Sie  
848 eben mit dieser Übersetzung auch beschäftigen (E4: Hm (bejahend)) Übersetzungssprache.  
849 Ahm. Wie löst man das Problem der Grammatik? (E4: Hm (bejahend)) Man hat ja 4 Fälle,  
850 und wann schreibt der Algorithmus dem oder den? Ahm. Inwieweit ist das schon (.) möglich,  
851 oder gibt es Fehlerquellen? Ich kenne [ \_\_\_\_\_ ] (Online-Übersetzungsplattform) halt nur  
852 (lacht) #00:50:10-9#

853  
854 E4: Ja, das ist oft das Problem, dass die gar keine Grammatik eingebaut haben, sondern  
855 statistisch arbeiten, Grammatik funktioniert also mittlerweile recht gut (I: Ja) Es gibt große  
856 Grammatiken für die meisten, also die großen Sprachen, ja. Was immer wieder, wenn es,  
857 wir haben jetzt grad das Problem gehabt mit dem „Schwyzer Düttsch“ oder so. Dann (I: Hm  
858 (bejahend)) hat er sich schon schwer getan. Also, wenn es so regional werden soll, dann  
859 gibt es Probleme. (I: Ok) Da gibt es z.B. Ansätze wieder, das automatisch dann zu  
860 übersetzen oder so, aber für große Sprachen, Englisch, Deutsch ist die Grammatik nicht das  
861 Problem #00:50:41-6#

862  
863 I: D.h. also man kann schon davon ausgehen, dass ein Algorithmus, also wenn der Text  
864 produziert, dass der auch grammatikalisch eben in Ordnung ist. (E4: Ja, ja, das ist) Okay,  
865 d.h. er checkt schon, wenn er was Anderes darstellt, als #00:50:55-4#

866 L  
867 E4: Man muss wieder formal mit Grammatik machen oder mit  
868 Statistik mit genug Häufigkeiten, das ist nicht das (.) Problem. Nein. #00:51:00-8#

869  
870 I: Bei den Statistiken und Häufigkeiten, bei den stilistischen Dingen, muss, es, vorher haben  
871 Sie erwähnt, das war das Thema, man kann natürlich sich statistisch auch anschauen, was  
872 gut funktioniert. (E4: Genau, ja) Also welcher, welcher Stil ist vielleicht beliebt (E4: Ja)  
873 Könnte man das auch so machen, dass man eigenständig vielleicht auch Monitoring hat,  
874 dass man z.B. schaut, was klicken die Leute z.B. oft an? #00:51:26-6#

875 L  
876 E4: Natürlich, das ist ganz wichtig, das ist  
877 #00:51:28-9#

878 L  
879 I: und was gefällt  
880 Ihnen und? #00:51:31-2#

881  
882 E4: Gut, das wird (lacht) von den Onlinemedien sicher gemacht. (lacht) Von den ganzen  
883 Analysten, d.h. inspiriert. #00:51:37-0#



884

885 I: D.h. das ist das Ziel vom Algorithmus, so viele Klicks wie möglich? #00:51:40-4#

886

887 E4: Genau. Wie man sich die Headlines formulieren, damit drauf geklickt wird (lacht). Ja.

888 #00:51:44-7#

889

890 I. Das macht er schon, ja? #00:51:47-5#

891

892 E4: Das ist glaube ich nicht das Problem. Man kann sich auch, was sehr interessant ist, sind

893 ja so Analysen über die Zeit, wie sich jetzt (.) Begriffe verändern, na, wie die Trends sind.

894 Konzentrieren auf Journalismus, ich mein, die Worte des Jahres, oder sowas, sind ja wirklich

895 die Themen (I: Hm (bejahend)) wie hat sich das entwickelt, (.) so solche Analysen kann man

896 dann sicher auch sehr gut machen. Nein? #00:52:10-4#

897

898 I: Also ich glaube #00:52:11-3#

899

L

900 E4: ( ). Man kann dann aus verschiedenen Parametern, dann sicher

901 das rausfinden. Also (.) in dem Bereich gibt es jede Menge Sachen, diese ganze

902 Korpuslinguistik, (I: Hm (bejahend)) Textanalysen, auch viele Visualisierungstools und so.

903 Da gibt es schon rechts viel. Grad haben wir eh erwähnt, in der Literaturwissenschaft sehr

904 viel verwendet wird. (I: Ja.) (2) Ist schon viel möglich, ja. #00:52:35-9#

905

906 I: Ja, gibt es von Ihnen noch etwas, wo Sie sagen, das möchten Sie noch gern zum

907 Abschluss sagen? Oder was jetzt die automatisierte Textgenerierung betrifft? #00:52:50-8#

908

909 E4: Ja, wenn man sich das anschaut, ist wieder mal schade, dass die ganzen formalen

910 Sachen halt wie gesagt ein bisschen eingeschlafen sind. Generell bei der AI haben wir jetzt

911 im Dezember war das, ja, genau, gab es eine schöne Veranstaltung über künstliche

912 Intelligenz da, da ist eh über das Ganze diskutiert worden. Ist das überhaupt künstliche

913 Intelligenz, was wir haben im Deep Learning (I: Hm (bejahend)) Eigentlich ist es nur auch

914 Statistik, Beta-Matching. Und das Understanding, das Verstehen, die Semantik kommt

915 eigentlich zu kurz, nicht? (I: Hm (bejahend)) Also, das neuronale Netz versteht nicht, was es

916 tut, nicht? #00:53:23-3#

917

918 I: Aber wir verstehen es auch nicht. #00:53:24-9#

919

920 E4. Doch (.) Achso! (I: Wir verstehen) Wir verstehen, was wir tun. (lacht) Das ist genau der  
921 Unterschied. Diese Reflexion (I: Ich verstehe, was) Ja (lacht) Nein, aber bei der Sprache  
922 verstehen wir, was wir tun. Und da ist so viel mehr dahinter. Und, also ich kann nur ein  
923 Beispiel jetzt nennen, was mich voll fasziniert hat. Eben genau diese ganzen Grenzen  
924 aufgezeigt. Und das sind einfache Sprachtests. Da gibt es jetzt einen schönen Korpus, das  
925 kommt vom Fremdsprachenunterricht. Man nimmt einen Text, streicht ein paar Worte raus  
926 und gibt 4 Möglichkeiten an, was das für ein Wort sein kann. (I: Hm (bejahend)) Man kann  
927 das Wort nur dann finden, wenn man die Geschichte versteht. Weil es eben, alles wäre  
928 möglich, es macht aber semantisch keinen Sinn. Und da scheitern diese ganzen Ansätze  
929 völlig. Obwohl es nur 4 Möglichkeiten gibt, ja. Weil das eben nicht lokal ist, sondern aus dem  
930 Zusammenhang. Da sind wir auch wieder bei den Grenzen. Nicht? Also. Toll wäre natürlich  
931 etwas, wenn das Verständnis da ist, dazu. Da müsste man aber mal das Problem lösen, ich  
932 meine, ich habe angesprochen Meaning Representation. Das ist schon mal ein ganz guter  
933 Ansatz, das löst aber nicht alle Probleme. Was ist wirklich Semantik - wie modelliere ich  
934 das? Die Modellierung kommt eben jetzt zu kurz bei dem ganzen. Und da ist noch viel zu tun  
935 und das sollte man nicht vernachlässigen. (I: Hm (bejahend)) Wichtig ist, dass sich vieles tut,  
936 aber dies Reflexion über das Ganze, das wird eben für die Roboter, für die ganzen Sachen,  
937 immer wichtiger werden. Ich seh ein großes Potential bei den ganzen Quantencomputings  
938 sind wir noch in den Kinderschuhen, ich glaube da wird´s einen Quantensprung geben  
939 (lacht) ja, wenn das endlich abhebt. Das wird ganz andere Möglichkeiten bieten. Da sind wir  
940 gleich in der Quantenphysik dann (I: Okay). Also Quanteninformatik, Quantencomputing ist  
941 ein ganz heißes Thema. Und das (.) (lacht) #00:55:17-7#

942

943 I: (lacht) Ich muss mir das jetzt aufschreiben. Ja. #00:55:22-2#

944

945 E4: Und was eigentlich auch wirklich (.) viel mehr einer künstlichen Intelligenz nahe kommt.  
946 (I: Okay). Also wirklich das Verhalten (.) Dinge parallel, jetzt den Zustand auf einmal dann  
947 kollabiert das, und man hat eine Lösung, nicht? Ja, das kommt viel mehr dem nahe, was bei  
948 uns im Gehirn abgeht (lacht) #00:55:41-7#

949

950 I: Wäre das so der nächste Paradigmenwechsel? #00:55:43-3#

951

952 E4: Großer Paradigmenwechsel. (I: nach Deep Learning) was man bei uns schon lange  
953 sagen, wir sollten schon längst eine Quanteninformatik-Einführungsvorlesung zumindest  
954 haben. Auch wenn wir noch nicht so weit sind, aber diese ganzen, da sind wir wieder bei den  
955 Modellen. Diese ganze Algebra, und das, was dahinter steht, dieses Umdenken, da müsste

956 man bereit sein als Informatiker heutzutage. Ja. (I: Hm (bejahend)) wenn der Wechsel  
957 kommt, weil dann nachzulernen ist nicht so einfach. #00:56:04-3#  
958  
959 I: Quanteninformatik. (E4: Ja). Kann man das #00:56:08-9#  
960 L  
961 E4: Sehen wir grad in Österreich. (\_\_\_\_\_)  
962 (Wissenschaftler) und seine ganzen Leute sind ja führend. #00:56:13-2#  
963  
964 I: Kann man das überhaupt einer Nicht-Informatik-Person erklären? (.) Nein wahrscheinlich?  
965 #00:56:19-9#  
966  
967 E4: Was Quanteninformatik ist? (I: Ja) (.) Das glaub ich, also verstehen tut quasi sowieso  
968 nicht, aber es ist eben generell, um alles hat man die 0 und 1 zuständig und das kann  
969 beides sein, ja. Und auf das ganze Sprachproblem umgelegt heißt das, der nimmt jetzt diese  
970 Struktur und rechnet jetzt alle Lösungen gleichzeitig aus (I: Hm (bejahend)) Parallel. Nicht?  
971 (.) Dann beobachte ich das und dann kommt die richtige Lösung raus, hoffentlich. Ja. Wenn  
972 es richtig ist. (.) Das ist, ich rechne nicht verschiedene Lösungen eins nach dem anderen,  
973 sondern da sind alle Lösungen da und dann kommt die Funktion und der richtige Satz ist da,  
974 und so arbeiten wir eigentlich im Hirn auch. (I: Das ist spannend) Ja. Mehrere Gedanken  
975 jetzt plötzlich, ist was da. (I: Mehrere Gedanken gleichzeitig, ja.) Da arbeitet das alles, nicht  
976 (lacht)  
977  
978 I: Und dann kommt es zu einer Entscheidung #00:57:13-2#  
979  
980 E4: Dann kommt es zu einer Entscheidung und dann kommt es zu einer Idee und dann  
981 kommt es zu dem, und genau diese Sachen, ja. #00:57:19-2#  
982  
983 I: Das heißt #00:57:21-2#  
984 L  
985 E4: Und das ist auch bei uns, wir lernen Sprache und wir reden. Wir denken aber  
986 jetzt nicht bei jedem Satz, also, wenn wir eine Fremdsprache lernen, ja, bei den ersten  
987 Stufen. Aber wenn ich jetzt in der Muttersprache rede überhaupt (.) denke ich nicht darüber  
988 nach, ob das Dativ oder Akkusativ ist, oder was jetzt das nächste Wort sein wird, sondern  
989 man redet einfach. (lacht) Macht auch Fehler, das ist ok, das nimmt man in Kauf, aber das  
990 ist spontan. #00:57:43-6#  
991

992 I: Das heißt, es geht schon auch ein Stück darum, dass, was der Mensch ist, zu erzeugen.

993 #00:57:51-1#

994

995 E4: Ja, das ist eigentlich (.) das Paradigma der künstlichen Intelligenz. Nicht, das ist auch,

996 von Anfang an der Turing Test gewesen. Der Turing Test, das ist wirklich intelligent dann,

997 wenn (.) z.B. der Roboter, die Maschine mit mir spricht, wenn ich es nicht von einem

998 Menschen unterscheiden kann. (4) Gut. Ich glaube (lacht

**A13.20. E4 Reaktion (F)**

2

3 Ich habe mich in letzter Zeit recht intensiv mit Deep Learning Bibliotheken, insbesondere mit  
4 KERAS befasst. Es ist faszinierend, wie einfach es mittlerweile ist, für die  
5 unterschiedlichsten Aufgabenstellungen ein Lernmodell zu erstellen, zu trainieren und  
6 anzuwenden. Es werden auch laufend Bibliotheken für spezielle Aufgaben veröffentlicht,  
7 meist mit bereits vortrainierten, fix fertigen Modellen.  
8 Gerade für die Sprachmodellierung konnte durch Self-Supervised Deep Learning mit großen  
9 Mengen an Texten bereits eine beachtliche Qualität erzielt werden.

10

11 Somit sehe ich für die Sprachgenerierung in naher Zukunft von der linguistischen Seite die  
12 Produktion hochqualitativer Texte voraus, was allerdings wiederum die Kehrseite hat, dass  
13 ein tieferes Verständnis des semantischen Inhalts vorgetäuscht wird. Durch die hohe  
14 textuelle Qualität entsteht subjektiv höheres Vertrauen in den Wahrheitsgehalt des Textes.

15

16 Damit sind wir wieder bei dem Dilemma, dass Deep Learning (noch?) die Möglichkeit fehlt,  
17 Inferenzen und logische Schlüsse zu ziehen, sie versteht die Semantik des Textes nicht.

18

19 Ähnliche Beispiele gibt es bei Bildverarbeitung, wo Deep Learning ausgezeichnet Tiere  
20 erkennt, das System aber einfach durch Überlagerung von für uns unsichtbaren  
21 Störsignalen getäuscht und manipuliert werden kann, um ein anderes Tier zu erkennen.

22

23 Ich denke daher, dass der semantischen Qualitätskontrolle in Zukunft noch viel stärkere  
24 Bedeutung zukommen wird, um solchen Entwicklungen gegenzusteuern.

**A13.21. E5**

2 E5: ( ) (I: Hm (bejahend).) Ahm. So. Diese Technologie, dieses neuronal Network mit  
3 (.) der auf buchstabiert trainiert ist (I: Hm. (bejahend)), ist ein großartigeres Spielzeug. (.) Ich  
4 glaube, es wird nie tatsächlich etwas (.) Sinnvolles generieren. (I: Hm. (bejahend)) Weil (.)  
5 ich, I mean, (.) ich persönlich kann mir nicht vorstellen, wie das funktionieren sollte. Ahm es  
6 lernt Wörter, es lernt (.) Man=man soll denken, was wird hier gelernt? Es wird gelernt, dass  
7 ahm (.) Buchstaben folgen einander in einer gewissen mit einer gewissen  
8 Wahrscheinlichkeit. Und diese gewisse Wahrscheinlichkeit ist nicht nur auf, so es gab schon  
9 Language-Models vor den 90er Jahren, 94, ahm wo man ein Wort nach den anderen gelernt  
10 hat. (.) Und tatsächlich war es=und es klingt alles ganz toll, aber am Ende was man (.) lernte  
11 oft, weil die Calcu- ahm (.) Computer nicht groß genug waren, waren nur die  
12 Wahrscheinlichkeiten von jedem Wort in einem Text. (I: Hm. (bejahend)) Nicht wirklich, in  
13 welcher Reihenfolge das sein sollte. Was hier gelernt wird, ist(.) die Wahrscheinlichkeit einer  
14 Buchstabe (.) auf Basis Tausend anderer Buchstaben, die vor (I: Hm.(bejahend)) sie kamen.  
15 Und ahm das ahm (3) das=deswegen, glaube ich, ahm ist es so, dass die rauskommen, sind  
16 wirklich sinnvoll. I mean die=die I mean sinnvoll im Sinne von - es ist ein tatsächliches Wort.  
17 (I: Hm. (bejahend)) Es ist nicht nur eine Reihe von Buchstaben (.) randomly getrennt von  
18 mit=mit Leerzeichen. (I: Hm. (bejahend)) Ahm. Deswegen macht es so interessant. Aber (.)  
19 So das ist gelernt, das ist cool. Aber was brauchen wir, um einen Text wirklich (.) zu  
20 verstehen? Wir brauchen viel mehr: Wir brauchen das ganze Kontext, wir brauchen unser (.)  
21 eigener world Knowledge (I: Hm. (bejahend)). Und das hat natürlich die=die so eine  
22 Maschine nicht. (.) Und ahm. (3) Wenn so für, (.) wenn dieses world Knowledge nicht  
23 wirklich nötig ist, (.) dann kann so ein Automat den Text generieren. Und ich kann mir, I  
24 mean, das ist die vermutlich schon funktionieren sind. Ich weiß=ich weiß es wirklich nicht. (I:  
25 Hm. (bejahend)) Ich kann mir vorstellen: Die sind auf Basis strukturierten Daten, man hat  
26 Regeln ahm für sentence structures (I: Hm. (bejahend)) und (.) rauskommen ahm Sätze, die  
27 (.) eigentlich (.) schon ahm vorprogrammiert sind mit den Daten, die neu sind. #00:02:58-6#  
28  
29 I: Hm (bejahend). Also quasi wie das Lückentextprinzip (E5: Genau.) ja. #00:03:02-0#  
30  
31 E5: So, das=so kann ich mir es vorstellen. Und ahm (.) was jetzt mit ahm (.) mit neuronal  
32 Network (.) leider kenne ich mich wirklich nicht gut aus in den (I: Hm. (bejahend))  
33 Textgener=Textgenerierung. Ahm. (3) Textsummarization ist einer (I: Hm. (bejahend)) (.)  
34 ahm ein Topic hier. Textsummarization war ahm immer in=in zwei (.) Teilen geteilt: Text  
35 summarisation by (.) Elimination and Textsummarisation by Generation. So. (I: Hm.  
36 (bejahend)) Und ahm (.) das mit "by elimination" (.), es werden= es werden die Sätze, einige

37 Sätze werden (.) (I: Raus-) ausgesucht (I: Hm. (bejahend)) dass das (.) die Hauptsätze sind  
38 und den Rest wird weggeworfen. Ahm. Das funktioniert natürlich. Es ist sehr lesbar, weil die  
39 eigentliche Sätze - die sind von Menschen ahm gemacht. Ahm für den anderen - ich kenne  
40 kein System, das das (.) ahm macht. Ich weiß, es gibt Forschungen in der Richtung. Ich  
41 weiß, es gibt ahm (.) ahm Metrics (I: Hm. (bejahend)), so "wie soll das, ist der Text, was  
42 gerade generiert wurde, okay oder nicht?" (I: Hm. (bejahend)) Die sind so ähnlich wie ahm  
43 die Maschine Translation Metrics. Es gibt so zwei Teilen. Es gibt die Automaten, the blue  
44 scores. Blue - wie die=wie die Farbe, blue. Und ahm die sind komplett automatisch. Und  
45 dann gibt es User studies - ist das sinnvoll oder nicht. Ahm. So da ich habe vor nicht langer  
46 Zeit eigentlich einen Artikel gelesen ahm (.) und ahm. (3) Ja es geht=es geht darum, (.) so  
47 mit=mit diesen neuen Netzwerken, was (.) machen wir jetzt sehr gut mit dieser  
48 Textverarbeitung? Wir können sehr gut bestimmen, welche Wörter ähnlich mit anderen  
49 Wörter sind. (I: Hm. (bejahend)) Das funktioniert sehr gut, das=das ist ahm implicit  
50 semantics ahm. Jetzt funktioniert es noch besser - es funktionierte schon in den in 98 als  
51 latent semantic indexing kam. Ahm und (3) es wurde getestet mit dem TOEFL-Detektor,  
52 English as foreign Language (I: Hm. (bejahend)), und die Maschinen hatten  
53 durchschnitt=überdurchschnittlichen score (I: Hm. (bejahend)) score. (5) Das Problem ist,  
54 in=in meiner Arbeit, das ist Information( ) (ev. triplets?), aber auch in=in  
55 Textgeneration ist - was machen wir damit? (.) Ahm. Ja wir wissen, dass dieses Wort ist (.)  
56 irgendwie ähnlich mit diesem. Diese Ähnlichkeit hat einen Wert. Es ist Null-Komma (.) X -  
57 was immer. Was bedeutet das genau, ist noch ungewiss. (I: Hm. (bejahend)) Ahm wissen  
58 das bestimmte Methoden, wie ahm LSI (.) haben, so Latent Semantic Indexing, haben ein (.)  
59 eine Tendenz (3) ahm Synonymen zu finden in einem größeren Kontext. Ahm in vergleich  
60 mit word embedding, die neuen, die Synonymen finden, aber (.) deren Ähnlichkeit ist in  
61 einem kleineren Kontext. Oder man kann, so ich, wir haben ein Beispiel, dass wir in  
62 einigen=einigen Artikel verwendet haben - das war mit ahm (.) ahm (.) "Alzheimer". (I: Hm.  
63 (bejahend)) So wir=wir suchen ein, wir hatten ein carry mit Alzheimer und wir wollen dieses  
64 carry erweitern mit, um Dokumente zu finden, die dieses Wort nicht unbedingt verwenden.  
65 Ahm und dann (.) ahm die Maschine hat uns ein anderes Wort ahm, und das war (.) ahm  
66 multiple sclerosis (I: Hm. (bejahend)) - die sind beiden so ähnliche Krankheiten, aber die  
67 sind nicht die selben Krankheiten. Und wenn ich ein Dokument über (.) Alzheimer suche,  
68 suche ich eben nicht über=über ein multiple sclerosis Dokument. (I: Okay). Die haben beide  
69 mit Neuronen zu tun. Und das hat uns ( ) empfohlen. Und warum? Weil die kommen in  
70 (.) sehr ähnlichen ahm Sätzen zusammen: Das geht um Neuronen, es um Krankheit, es geht  
71 um gewisse Behandlungen, die=die vermutlich zu Neuronen=mit Neuronen zu tun haben.  
72 Aber das war für uns nicht (.) interessant. Und das wird auch ahm für Textgeneration nicht  
73 interessant. LSI hat ahm (.) ähnliche Wörter, aber nicht unbedingt die Synonyme. So es

74 hat=hat mir empfiehlt "Neuronen", oder ahm (.) ahm ja, weiß nicht. Und so (.) Wörter, die in  
75 größeren Kontext erscheinen. Ahm. (5) Ich gehe jetzt in unsere Forschung. So kommen wir  
76 zurück zum "Wie=wie könnte das? Was? Wofür ist es?" In diesem Artikel, was ich vor=vor 2-  
77 3 Wochen gelesen habe, es ging darum genau - die Summarization (I: Hm. (bejahend)),  
78 nicht Generation aber Summarization. Und dieses Summarization ahm=ahm (.) Das  
79 Problem war, dass ahm die wollten es irgendwie es interessanter machen und ein bisschen  
80 ändern. So nicht nur die=die Sätze aus dem Original kopieren, sondern auch ein=eine  
81 gewisse Neuigkeit in Satz zu bringen (I: Hm. (bejahend)). Und deswegen haben sie diese  
82 Synonymen, automatisch erkannten Synonyme, Verwendet, (I: Ach. Okay) um ein bisschen  
83 Neuigkeit in den #00:09:19-0#

84 L

85 I: Damit das nicht das gleiche ist. Eigentlich. #00:09:19-9# #00:09:39-6#

86  
87 E5: Genau.(.) Und (.) Die haben es getestet. I mean, ich=ich am Ende ich glaube, ich fand  
88 das Artikel nicht wirklich interessant, nicht wirklich gut ahm. Aber trotzdem, ich glaube, das  
89 ist eine Richtung, wo man ahm (.) weiter forschen kann, um (.) Sätze, die (.) ahm schon gut  
90 sind (I: Hm. (bejahend)) zu identifizieren (.) und ahm vielleicht nur ein wenig zu ändern,  
91 damit wir ein neuer Text haben. (I: Hm. (bejahend)) Und nicht nur eine Selektion von den  
92 alten. #00:10:00-7#

93  
94 I: Ahm. (.) Wäre das z.B. Möglichkeit, wenn ich jetzt beispielsweise in einer Redaktion man  
95 Presstext oder ein Text zukaufte von einer Nachrichtenagentur und beispielsweise das  
96 verwenden würde. Das z.B. der Text da nicht gleich ist, sondern dass einfach Begriffe=für  
97 Begriffe Synonyme gesucht werden damit er anders aussieht. #00:10:19-0#

98  
99 E5: (.) Ahm. Ich sehe nicht=ich sehe kein Grund "nein" zu sagen. (I: Hm. (bejahend)) Also ja,  
100 es wäre eine Lösung. Ahm (.) in=was ich in der Praxis immer wieder sehe, ist dass am Ende  
101 die Lösung ist ein=ein Kompromiss. Weil es gibt, und ich kann mir vorstellen in der Presse  
102 auch, es gibt Begriffe, die nicht wirklich ahm zu ändern sind. (I: Hm. (bejahend)) So man ein  
103 (.) Wenn man einen ahm (.) System auf die Wikipedia trainiert oder? Das machen wir immer  
104 - auf Wikipedia zu trainieren. Weiß nicht kommt ahm (.) natürlich ahm=ahm Präsident,  
105 kommt [ \_\_\_\_\_ ] (Österreichischer Politiker), kommt auch der ehemalige. (I: Hm. (bejahend))  
106 Schon vergessen (I: (lacht)). Ahm und man kann sie nicht=nicht so austauschen, wenn ein  
107 Pressebericht kommt, (I: Hm. (bejahend)) wer der Präsident ist. Und das muss irgendwie  
108 in=in einer Regel (I: Hm. (bejahend)) fixiert. #00:11:28-5#



109 L

110 I: Das heißt=das heißt in einem Algorithmus, dass das dann (.) definiert ist, das wenn  
111 das. Wenn der Präsident, dann der Name so. #00:11:34-3#

112

113 E5: Genau. Ich kann mir gut vorstellen, dass (.) ein erfolgreiches System ist ein  
114 Kompromissystem, wo es Regeln gibt. (I: Hm. (bejahend)) Für die ahm (.) bestimmte  
115 Einsätze, wo ahm (.) dieses Algorithmus (.) operieren soll. Ahm. Und dann diese (.) extra  
116 ahm Input von den neuronalen Netzwerken ist, um das (.) weniger repetitiv zu machen  
117 vielleicht. #00:12:07-3#

118

119 I: Hm. (bejahend). (.) Von neuronalen Netzwerk, was (.) mich noch interessieren würde, (.)  
120 ahm diese algorithmusbasierte Textgenerierung oder algorithmusbasierte (E5: Hm.  
121 (bejahend)) Journalismus basiert ja auf=auf Daten (E5: Hm. (bejahend)), die in einer  
122 Bestimmten Form vorliegen (E5: Hm. (bejahend)). Und (.) wäre es auch denkbar, dass man  
123 eine AI hat, die sich z.B. eigenständig Daten=um Daten kümmert, Daten ahm selbst  
124 sammelt, einordnet? (5) (lacht) #00:12:45-1#

125

126 E5: So. Alles ist (.) ahm möglich. Deswegen sind wir hier als=als Forscher (lacht).(I: Ja.)  
127 Alles ist möglich ahm (3) fast. Ahm (.) ein Algorithmus, das die Daten, ja I mean, wir=wir  
128 haben das. ( ) wir haben crawlers, die=die (I: Hm. (bejahend)) online gehen und die  
129 Daten sammeln und versuchen diese Daten in einer strukturierten Form zu=zu speichern.  
130 Das ahm (.) I mean das wurde versucht und das wird noch versucht seit, (.) ich weiß nicht,  
131 seit das Web da ist. (I: Hm. (bejahend)) Ahm (3) es gab früher so wie ( ) aber ich weiß  
132 nicht was für Daten (.) sind hier (.) über welche Daten wir diskutieren. Ahm weil ahm (.) es  
133 gab, so coming back to world knowledge, es gab dieses Firma, die es jetzt nicht mehr  
134 existiert. Das war (3) [ \_\_\_\_\_ ](IT-Unternehmen). (I: Hm. (bejahend)) Kennst du? #00:13:56-  
135 3#

136

137 I: Hm (verneinend) #00:13:57-0#

138

139 E5: [ \_\_\_\_\_ ](IT-Unternehmen) Ahm. Und es wurde am Ende, was übrig geblieben ist von [  
140 \_\_\_\_\_ ](IT-Konzern) gekauft. Und ahm (.) deren Ziel war: the world Knowledge in einem  
141 semantic repository zu speichern. (I: Hm. (bejahend)) (5) Und es gibt solche Repositories. I  
142 mean, wir haben Linked Open Data. Ahm hat jetzt Trillionen von Triplets=Triplets.  
143 #00:14:32-6#

144

145 I: Hm. (bejahend) Was sind Triplets? #00:14:34-2#

146

147 E5: Triplets sind Fact sentences: Object, Predicate, Complement. (I: Okay) Ahm. Triple (

148 ). Das ist das Grundstein von alle semantic=explicit semantics. (I: Okay.) Ahm. (.) So:

149 "Tablet is black". (I: Hm. (bejahend)) Und "is", man schreibt es normalerweise "is", dann

150 bleibt "black". Konstruktion. #00:15:02-7#

151 L

152 I: Ach. Okay. Das heißt. Hm (bejahend).

153 #00:15:05-7#

154

155 E5: (3) Und crop it. (I: Okay) So. Facts. Ahm und es gibt Trillionen davon. Und man kann auf

156 diese Trillionen von (.) ahm Triplets jetzt ahm Logik anwenden. Und. Genau. "[ \_\_\_\_\_

157 ](altgriechischer Philosoph) is a man. All men are mortal. Therefore [ \_\_\_\_\_ ](altgriechischer

158 Philosoph) is mortal" #00:15:29-5#

159

160 I: Okay. (.) Hm (bejahend) #00:15:31-6#

161

162 E5: (.) Aber. (.) das Problem ist (.) es gibt unendlich viel Garbage in diesen Triplets. (I: Hm.

163 (bejahend)) Und Duplikation. Und (3) ahm.(.) Es ist aber nicht mein Bereich. (I: Hm.

164 (bejahend)) So ich glaube, die=die (.) ist mag es nicht ( ). Es gibt so viel. Ich habe

165 keine Vorstellung, wie das funktionieren soll. (I: Hm. (bejahend)) Ahm. (.) Aber Anderen

166 haben eine Vorstellung. Und ich glaube(lacht) deswegen gibt es noch Forschung und

167 ahm=ahm in diese Richtung, explicit Semantics. So. Daten zu=zu (.) aggregieren und to

168 collect - ja es gibt. Und=und (.) es gab auch Forschungsevaluationscampains, wo man

169 wollte, genau, so ahm Information Extraktion das war. Ahm (3) without constraints. (I: Hm.

170 (bejahend)) So eigentlich was man hier macht, ist man geht online, versucht jeden Satz

171 zu=zu finden und in diesem Satz zu verstehen, was=wer der, I mean, wo das Prädikat ist, (I:

172 Hm. (bejahend)) Subjekt und was alles Anderes. Und (.) dann ist das ein Triplet. Von jedem

173 Satz kann man ein Triplet machen. Jeder Satz hat diese Struktur: Subjekt, Prädikat und was

174 Anderes. #00:16:59-9#

175

176 I: Das heißt aber dann Theoretisch wäre es schon möglich, dass ahm, wenn ich genug

177 Daten habe und ein bestimmtes Regelwerk habe, so einfache Sätze zumindest zu

178 erzeugen? (.) Oder? #00:17:11-2#

179

180 E5: Ich glaube das gibt es schon, oder? (I: Ja) So einfach wenn die Regeln, I mean die=die

181 (I: Hm. (bejahend)) die Grammatikregeln haben wir schon ahm. (3) So. Sicher. Das (.) zu

182 generieren ist=ist jetzt (3) ahm (.) möglich. Das Problem ist immer: Wie viel Sinn das macht?

183 (I: Hm. (bejahend)). Ahm was? I mean, es wird ein Satz generiert und höchstwahrscheinlich  
184 ein grammatisch korrekter Satz. (.) Aber es fehlt immer der Vernunft. (I: Hm. (bejahend))  
185 Ahm. So das wird Sachen generiert, die nicht wirklich sinnvoll sind. #00:17:52-5#  
186  
187 I: Hm (bejahend). Okay. (.) Ahm. Hm (bejahend). Das heißt, das wäre so jetzt aktuell eben  
188 so eine Grenze auch in=in diesen Bereich, dass man (.) Weil es gibt ja auch Algorithmen,  
189 die wirklich Geschichten erzeugen oder=oder Geschichten auch erzählen mit einem  
190 Narrativ. Aber wie gut die sind, oder woher sie diesen Strukturen haben, ja? #00:18:18-4#  
191 L  
192 E5: Genau. Ich (3) Ich habe noch keine gelesen, dass, I mean ich habe auch nicht  
193 wirklich versucht, aber z.B. diese Shakespeare-sachen habe ich nicht durchgelesen. Ich  
194 habe nur drei Reihen gelesen und schon (.) gleich verstanden (I: dass es (lacht)), dass es  
195 kein Sinn macht. Und bei (I: Ja.) den Patenten ahm auch - drei Reihen (I: Hm. (bejahend)).  
196 Es klingt irgendwie (.) normal, aber ist es nicht. Ahm. #00:18:47-4#  
197  
198 I: Ach, weil einfach dieser=dieser Kontext fehlt da. #00:18:50-2#  
199 L  
200 E5: Genau. Es=es fehlt den Verstand  
201 von, was, I mean, es gibt viele Sachen, dass=dass wir Menschen kennen und die  
202 Maschinen keine Ahnung haben. Ahm. Dass ahm (.) dass ein=dass ein Stuhl nicht auf dem  
203 Fernseher stehen kann z.B. (I: Hm. (bejahend)). Warum soll das nicht sein eigentlich? Für  
204 eine Maschine ist es völlig normal. So, I mean, es gibt keinen Grund zu sagen, dass das  
205 kein Sinn macht (I: Hm. (bejahend)). Und (.) deswegen ist es so arbitrary Generation of text  
206 (5) - es wird noch lange dauern, glaube ich. (I: Hm. (bejahend)) Ahm. Aber in=in (.) vielleicht  
207 brauchen wir nicht so ein arbitrary text generator. (I: Hm. (bejahend)) Den brauchen wir nur  
208 für ein bestimmtes Bereich und da, wie du gesagt hast - es gibt schon Lösungen. Ich glaube,  
209 es wird bessere Lösungen geben. (I: Hm. (bejahend)) Schon in den nächsten wenigen  
210 Jahren. Ahm. (.) Aber nur in bestimmten Bereich und nur in ahm mit Training und  
211 Adaptierung auf den Bereich wo die Tools eingesetzt sein soll. #00:20:06-9#  
212  
213 I: Hm (bejahend). Dieses journalistische Bereich ist schon so ganz was Spezifisches also  
214 (E5: Genau=genau.) einfach eine Geschichte erzählen (.) ist (.) Okay. Ahm bei der  
215 journalistischen Arbeit geht es ja auch um=geht es ja auch um mehrere=mehrere Dinge.  
216 Also die Information, die hier daraus geht, macht ja etwas, ja. (E5: Genau.) Ahm. Was  
217 würden Sie, wie würden Sie das einschätzen, dass das jetzt z.B. für (.) einzelne Bereiche  
218 wird? Z.B. Sportnachrichten, oder auch Immobilien, oder Börsen? Ahm Information jetzt  
219 schon verwendet wird? Also in einen Einfachen Art und Weise. #00:20:43-4#

220  
221 E5: Ich habe das irgendwo gesehen=gelesen, dass es für die Wetterberichte verwendet wird  
222 (I: Ja. Hm. (bejahend)) Ahm. Ich kann mich nicht erinnern, wo das war, aber (.) Das ist auch  
223 sehr glaubwürdig, dass es (I: Hm. (bejahend)) verwendet wird. Ahm (3) Ich weiß sonst nicht,  
224 wo=wo das (I: Hm. (bejahend)) eingesetzt wird. Ahm. #00:21:06-1#  
225  
226 I: (3) Hm (bejahend). Wie ist es eigentlich bei den Daten, die=die da eingespeist werden?  
227 Also bei Wetterbericht kann das einzige, was passieren kann bei einem Fehler, ist, dass die  
228 falsche Temperatur steht, ja? Aber(.) was passiert ahm (.) könnten die Daten auch in  
229 irgendeiner Art und Weise beeinflusst werden? Oder von außen irgendwie verfälscht  
230 werden? Oder? #00:21:32-4#  
231  
232 E5: (3) Pff (.) Ahm=ahm. (.) Okay (.) Die Frage ist mir schwer zu beantworten, weil es ein  
233 bisschen um genaues (I: Hm. (bejahend)), wenn ich es ahm. Kommen wir zum Wetterbericht  
234 (I: (lacht)). Ahm wir reden hier nicht über (.) So es gibt Daten (I: Hm. (bejahend)):  
235 "Temperatur ist was immer". (I: Ja) Und es gibt Wind. Und es gibt eine Richtung des  
236 Windes. Und es gibt Regenwahrscheinlichkeit und bla-bla. (.) Und was dieses Algorithmus  
237 tut, ist einfach das in Wörter umzusetzen. So. Ich kann es mir gut vorstellen, dass es einfach  
238 ein=ein Rule-based System ist. (I: Hm. (bejahend)) Und wenn die Wahrscheinlichkeit für den  
239 Wind ist, ahm weiß ich nicht, unter 50 oder für Regen unter 15, dann sagen  
240 "unwahrscheinlich für ein Regen". Oder so etwas. (I: Hm. (bejahend)) Ahm. So es geht hier  
241 nicht um die Richtigkeit der Daten, (I: Ja), die Am Anfang stehen. (.) Ahm. So nehmen wir  
242 an, dass die Daten richtig sind, korrekt, Okay? Weil sonst (.) es ist nicht mein Problem. (I: Ja  
243 (lacht)) Ahm. Kann das den Bericht beeinflussen? Ahm. (5) Ja. Absolut. Wie jeder Journalist.  
244 Ahm. Man kann die=die (.) ahm Daten so (.) interpretieren, dass ahm (.) ahm (.) dass Text,  
245 der generiert wird, (.) eine gewisse Meinung verbreitet und (I: Hm. (bejahend)) nicht die  
246 Objektivität der Daten. Daten sind (3) Facts. Die sind objektiv. Die haben keine Valenz. (I:  
247 Hm. (bejahend)) Ein (.) Text ist (.) nicht, ahm typischerweise nicht objektiv. Es hat eine  
248 Valenz. Es ist dann (I: Hm. (bejahend)) es hat (.) so wenn ein Algorithmus das tut, von Facts  
249 zum Text übersetzt, dann natürlich gibt es die Möglichkeit, dass dieses Algorithmus  
250 entscheidet, welche Valenz dieser Text am Ende haben soll. #00:23:51-5#  
251  
252 I: Hm. (bejahend) (.) Okay. Und wenn jetzt z. B. ein Algorithmus als Ziel hat beispielsweise  
253 bei einer Online-Nachricht. (E5: Hm. (bejahend)) die meisten Clicks zu generieren?  
254 #00:24:03-1#  
255

256 E5: (3) Ahm. (3) "Ist das möglich?" Ja. (I: Hm. (bejahend)) Ahm. (.) "Wie genau?" Das ist  
257 auch nicht, I mean, man schaut, wie werden jetzt Clicks generiert? Man hat diese ahm statt  
258 Titel hat immer Fragen oder Exclamations. (I: Hm. (bejahend)). (.) Das wird sehr einfach  
259 gelernt (I: Hm. (bejahend)) von einer=von einer Maschine (.) so ähnliche Sachen zu  
260 generieren. (I: Hm. (bejahend)) So Captions - das auch (.) sehr gut, I mean, funktioniert  
261 relativ gut. Ahm Captions for Images. (I: Hm. (bejahend)) Ahm das funktioniert in letzter Zeit  
262 sehr gut. #00:24:46-9#

263

264 I: Captions for Images? (E5: Ja=ja) Okay. #00:24:50-1#

265

266 E5: Ahm. wir haben das in einem Projekt vor (3) wann war das? Das ist 2014, glaube ich,  
267 zur Ende gekommen. Ahm. (.) Und es ging darum, die (.) Elemente in einem Flickr-Image zu  
268 erkennen. (I: Hm. (bejahend)) Und (.) ahm (.) die Genauigkeit heutzutage ist ahm sagen wir  
269 übermenschlich. (I: Okay) Im Sinne von ahm, es ist besser (3) als was ein durchschnittlicher  
270 Mensch ahm (.) erkennt. #00:25:32-6#

271

272 I: (3) Also würde das Sinn machen das in den journalistischen Kontext einzusetzen, oder?

273 (lacht) #00:25:38-1#

274

275 E5: Ja. Okay. Es gibt immer. Jetzt wird es andere Ansätze geben, weil in einem Caption jetzt  
276 (.) was zu der tagging Quality. Ahm es gehören sehr allgemeine Sachen getaggt: (I: Hm.  
277 (bejahend)) Puppies und Cats und okay. (I: Hm. (bejahend)) Aber auch Monumenten: Eifel-  
278 Tower und so weiter. Ahm (.) Es gibt so Gesichtserkennung gibt es auch. (I: Hm. (bejahend))  
279 Man kann sicher die [ \_\_\_\_\_ ](Politikerin) erkennen in einem Foto automatisch. Wer sie ahm  
280 oder wen sie getroffen hat. (.) Ja. Das=das kann ich mir gut vorstellen, dass es funktioniert.  
281 Wo - weil man den Hintergrund irgendwie auch erkennen kann. Es gibt auch zu erkennen (.)  
282 Es gab ein ahm (.) nicht ein Wettbewerb, so ein Test: Ahm. Es gab Bilder von Städte und  
283 das Ziel war die Stadt zu erkennen. Es gab und es gab kein Monument - es gab nur (.)  
284 Bilder von draußen, von der Straße. Und ahm es kann auch, es ist auch lernbar mit genug  
285 Training Data. (I: Hm. (bejahend)) Das war, ich glaube (.) wenigstens die, wenn nicht die=die  
286 Stadt, dann das Land schon erkennbar (I: Hm. (bejahend)) in einem Foto. Automatisch.  
287 #00:27:00-2#

288

289 I: Wäre das auch möglich, dass man z.B. (.) ahm eben den Befehl, oder einschreibt, dass  
290 ahm bei einer bestimmten Geschichte nimmt=nimmt man ein Bild dazu, das das und die  
291 Elemente hat? #00:27:15-0#

292

293 E5: Ja ja. Das=das gibt es schon. Es gibt Forschungen in die Richtung. (I: Ja.) Ahm=ahm (.)  
294 es gibt sicher ahm. Das war ein Task bei, wenn du das mit Images und Text dich auskennst,  
295 dann gibt es=es gibt eine Konferenz, heißt MediaEval. (I: Hm. (bejahend)) Ahm. Und die  
296 haben immer alle diese Tasks. Und=und ein Task war (.) Wikipedia-pages mit Bilder zu  
297 ergänzen (I: Hm. (bejahend)) (.) automatisch. #00:27:44-4#

298

299 I: Images und Text - MediaEval. (.) Okay. #00:27:49-0#

300

301 E5: Aber das mit Bilder, sind die=die Netzwerke viel Besser, als mit Wörter. #00:27:53-9#

302

303 I: Warum? #00:27:55-2#

304

305 E5: Weil ahm mit Wörter haben wir, glaube ich, schon viel Erfahrung gehabt. Und ich  
306 glaube, diese Erwartung war (.) so Bilder waren für Computer immer sehr schwer. (I: Hm.  
307 (bejahend)) Extrem schwer etwas zu erkennen ahm (.) Und Wörter nicht so schwer. Wir  
308 haben seit den 60er Jahren ( ) und wir haben die Computer eingesetzt, um=um es gibt  
309 ein Text-Summarization vom Jahr 67 glaube ich. (I: Hm. (bejahend)) Eine=eine Methode, die  
310 funktioniert auch (.) ganz passabel. Ahm. Für Bilder gab es nichts. Diese neuronale  
311 Netzwerke - haben wirklich alles neu gemacht. Und vielleicht deswegen sagen wir, dass es  
312 besser funktioniert. Eigentlich es funktioniert einfach. Im vergleich mit allen anderen  
313 Methoden, die=die es früher gab und nie wirklich funktioniert haben. Ahm (.) und was wollte  
314 ich sagen? (.) Ja! So man kann erkennen, dass etwas ist im Bild, dass etwas ist über etwas  
315 Anderes und (.) oder hat etwas im Hand (I: Hm. (bejahend)) - das ist, es gibt so automated  
316 captioning. Gibt es schon ahm und (.) ja. Okay, die Beispiele, die man in einem Artikel sieht,  
317 sind ausgewählt (I: Hm. (bejahend)), die, die besonders gut sind. Ahm Aber ich fand es sehr  
318 beeindruckend. #00:29:18-7#

319

320 I: Hm (bejahend). Okay. Das heißt also (.) die Bilder, also es gibt hier jetzt mehr Leistung,  
321 was die Bilder betrifft, also mehr Möglichkeiten. #00:29:28-4#

322

L

323 E5: Ich glaube schon. Für die neuronalen Netzwerke sicher ist  
324 es so. Ahm. Auch weil die Texte, die (.) man generieren muss, sind sehr klein. (I: Hm.  
325 (bejahend)) Sind wirklich nur ahm wenige Wörter nacheinander. #00:29:43-3#

326

327 I: Nochmal zurück zu den Texten. Sie haben eben gesagt: Das Problem ist ahm, ein Wort zu  
328 erzeugen, was (.) Sinn macht, funktioniert. Aber ein=ein ganzen Text (E5: Satz.) oder=oder  
329 ein Satz, der korrekt ist und nicht nur (.) Also der muss ja nicht nur grammatikalisch korrekt

330 sein, sondern braucht ja auch einen=einen Sinn.  
331 (E5: Hm. (bejahend)). Und dieser Sinn (.) ahm (.) (E5: fehlt.) fehlt=fehlt halt ja. Ahm. Das  
332 heißt das würde auch erklären, warum es aktuell immer in diesen einfachen ahm einfachen  
333 ahm Bereichen eingesetzt wird, wie eben diese Sportberichterstattung und so Geschichten.  
334 Also wo immer man nur sagt: also, dass die Mannschaft (E5: Genau.) hat das Tor  
335 Geschossen und also keine komplexeren (.) Wie denken Sie, wäre es möglich z.B., dass so  
336 eine ahm AI eigenständig (.) Texte ahm (.) auswertet und dann vielleicht sich Dinge  
337 entnimmt, die z.B. statistisch als gut bewertet werden? (3) Und dann daraus ein Text  
338 produziert? #00:30:54-7#  
339  
340 E5: (.) Ich bin nicht=ich habe nicht wirklich verstanden. Kannst du mir ein Beispiel geben?  
341 #00:31:00-0#  
342  
343 I: Also. (.) Das ist jetzt nur so Idee von mir, okay? (lacht) Keine Ahnung, ob das funktioniert.  
344 Ahm. Wenn ich z.B. mehrere Texte habe. Z.B. ich habe 20 oder, was weiß ich, 200 Texte.  
345 Und in diesen 200 Texten kommen immer ganz bestimmte Sätze vor, die (.) wo wir wissen,  
346 dass diese Sätze beliebt sind. Oder dass diese Sätze die Leute mögen, ja? (E5: Hm.  
347 (bejahend)) Aus welchen Gründen auch immer. Und wir haben dann ein=ein Regelsystem  
348 ahm, das quasi die Information kriegt, was für Text, was für ein Satz gut funktioniert. (E5:  
349 Hm. (bejahend)) Und dieses System anfängt diese Sätze heranzuziehen, und nicht die  
350 anderen. #00:31:35-5#  
351  
352 E5: (.) Ja dafür braucht man, das=das ist genau was funktioniert jetzt. (I: Hm. (bejahend))  
353 Ahm dafür braucht man keine Regel. Es geht um Wahrscheinlichkeiten. Man=man hat alle  
354 diese Texte, man versteht, dass dieser Satz (.) oft vorkommt, heißt, dass diese Wörter oft  
355 nacheinander kommen und das wird gelernt, diese=diese Wahrscheinlichkeit (.) dass  
356 gewisse Wörter mit gewisser Wahrscheinlichkeit nach anderen Wörter folgen. (I: Hm.  
357 (bejahend)) Ahm. Das ist genau, was=was jetzt gemacht wird. (I: Genau) Ahm (.) Ahm. Die  
358 Schwierigkeit ist, wenn (.) ahm die Muster nicht wirklich so deutlich sind. (I: Hm. (bejahend))  
359 Dann werden auf Basis dieser Wahrscheinlichkeit neue Satze generiert, die ahm nicht=nicht  
360 unbedingt ein Sinn haben. (.) So (I: Hm. (bejahend)) das ist. Und wir sind auch (.) sehr  
361 empfindlich. Ahm ich habe das (.) mit Kollegen in anderer ( ), ich bin Information(  
362 ) in (.) bei search engines - die haben immer das dieses Check. Und das heißt das (.) ahm  
363 wie heißt dieses Check? (seufzt) ahm etwas mit katastrophal ahm katastrophal ahm  
364 embarrassing failure. (I: Okay) Weil (3) was=was versteht man darunter, ist eine=eine ahm  
365 Ergebnis, die so dumm ist, dass kein Mensch das System wiederverwendet. (I: Hm.  
366 (bejahend)) Man denkt sich: "das ist so eine=eine Blödheit" (.) So. Und mit Sprache sind wir

367 sehr extrem empfindlich. Wenn ein Satz schon falsch gebildet ist, dann (.), I mean, du hast  
368 bestimmt ahm Texten von Studenten gelesen, wo die Grammatik nicht unbedingt stimmt. (I:  
369 Hm. (bejahend)) Und ich=ich kann das nicht. Ich werfe das Dokument weg. (I: (lacht)) Weil  
370 ahm der Student kriegt, I mean, und wir sind Informatiker. Wir dürfen, wir brauchen keine  
371 Grammatik. Aber trotzdem (.) wenn das nicht wirklich stimmt, ahm dann sind wir, wir  
372 vergessen auch den Inhalt und es geht einfach nicht. (I: Hm. (bejahend)) So das ist das  
373 Problem mit Texte. Wir sind extrem-extrem Empfindlich zu dem=dem, dass es korrekt ist  
374 und dass es Sinn macht. (I: Hm. (bejahend)) (3) Und deswegen glaube ich, dass es extrem  
375 schwer ahm sein wird in (.) ahm arbitrary Domain (.) Text zu generieren, der ahm akzeptabel  
376 für (I: Hm. (bejahend)) die=die für einen Menschen ist. Ahm man kann immer Beispiel oder  
377 ahm (.) denken an Machine Translation. (I: Hm. (bejahend). Ja.) Es wird verwendet. Weil  
378 man es braucht. Man braucht tatsächlich dieses Machine Translation, um (.) zu verstehen  
379 auch wenn nicht alles klappt. Und man=man ( ) okay es ist nicht die=die richtige  
380 Struktur, aber ich verstehe, worüber es spricht und (I: Hm. (bejahend)) kann es dann  
381 verwenden. (3) Ist das (.) dann wirklich ahm (.) in unserem Fall für Textgeneration ( )  
382 journalistic-ahm-domain (.) ahm (3) transportable war. #00:35:26-1#

383

384 I: Das ist überhaupt zahlt sich das überhaupt aus, oder? (E5: Genau=genau) Also.

385 #00:35:29-2#

386

387 E5: Zahlt sich, I mean, weil (5) ja. #00:35:35-8#

388

389 I: (I: Hm. (bejahend)) #00:35:37-1#

390

391 E5: (.) Wie? Ja. Ich=ich weiß nicht wie viel Man da so ein System Braucht. (I: Hm.

392 (bejahend)) Was ist man bereit zu gedulden (I: Hm. (bejahend)) ahm bis man das System

393 wegwirft. #00:35:51-2#

394

395 I: (lacht) Das heißt, wie viel Fehler, also, wie viel diese embarrassing failures muss sie

396 machen, damit (E5: Genau) das. Okay. Das heißt, Sie sehen jetzt diese=diese Zukunft,

397 dieses=dieses (.) algorithmischen oder ahm Journalismus kritischer eher, oder=oder? Dass

398 es eher ein bisschen nicht so realistisch ist jetzt in den nächsten Jahren, (.) wirklich Texte zu

399 generieren, die über das Maß hinausgehen, was Sie jetzt kennen. #00:36:19-3#

400

401 E5: (.) Ahm (5) Ja. Ahm. So. Wieder. Im (.) wenn in einem bestimmten Bereich. (.) Vielleicht

402 kann man ein System so trainieren, und die=die Regeln einzubauen, dass es okay (.) dass

403 es funktioniert. Vielleicht auch in der Politik: Man trifft sich. Trallala-Trallala. Woher man die



404 Daten kriegt, was diskutiert wurde, weiß ich nicht. Aber (.) nehme an, es gibt ein  
405 Pressenbericht und es wird davon extrahiert. (I: Hm. (bejahend)) Ahm. (3) So das ahm. (.)  
406 Ich glaube, das funktioniert. Und es gibt viel Forschung in die Richtung ahm Summarization.  
407 (I: Hm. (bejahend)) In dieser Richtung gibt es wirklich viel und ich bin nicht der Experte in  
408 der=in diesem Gebiet. Ahm. (3) Aber. Genau. Press summaries gibt es ahm (.) es gibt schon  
409 viele. Es gibt ein=ein Evaluation campain, ahm bei Track ahm. Es ist spannend, was da  
410 gemacht wird. (I: Hm. (bejahend)) Ahm. Aber das ist nicht unbedingt textgeneration from  
411 scratch. Ahm für textgeneration from scratch (.) außerhalb dieses Bereiches, wo man (.)  
412 ahm einfache so captioning ahm, weather, sports (3), es wird immer bisher noch geforscht.  
413 #00:38:01-3#  
414  
415 I: (lacht) Okay. Ahm. Wenn es noch was von Ihrer Seite gibt, wo Sie sagen: „Das würden Sie  
416 noch gerne (.) sagen, oder das kam nicht vor“ - dann können Sie das noch gerne (.) (E5:  
417 Hm. (bejahend)) Oder? #00:38:18-4#  
418  
419 E5: Nein. Ich glaube das= das war es. #00:38:19-7#  
420  
421 I: Danke. ( )

**A13.22. E6**

2 *Telefonat: Begrüßung, Vorgespräch zum Ablauf des Gespräches. #00:00:00-0# -*

3 #00:05:26-9#

4 I: Genau ahm. (.) Also in (.) Ersteren geht es eher ein bisschen so darum ahm., dass ich Sie  
5 bitte das zu beschreiben, was Sie z.B. für Redaktionen anbieten können, was Sie gerade im  
6 journalistischen Bereich ahm. auch einsetzen, bzw. welche Software Sie (.) da ahm. ja  
7 empfehlen oder =oder einsetzen lassen würden. #00:05:49-3#

8

9 E6: Hm. Ja=ja. Also die Technologie die wir empfehlen, und die wir einsetzen ahm., weil sie  
10 ahm. mit Abstand die am Besten entwickeltste Technologie im Markt ist, ahm. nicht nur in  
11 Deutschland, sonder ahm. weltweit, ist die Technologie von [ \_\_\_\_\_ ] (Softwareanbieter „A“).  
12 (I: Hm) Es gibt natürlich noch ein paar Mitbewerber, wie [ \_\_\_\_\_ ] (Softwareanbieter „B“) etc.  
13 ( ) (I: Ja) ahm., die sind aber (.) mindestens 2 bis 3 Jahre hinten dran. Ahm. der  
14 Vorteil von [ \_\_\_\_\_ ] (Softwareanbieter) ist das die Sprach=, ahm. dass einmal das Thema  
15 Sprachen; als Texte können sofort ahm.in 24 Sprachen angegeben werden. Das ist ein sehr  
16 sehr großer Vorteil, ahm. vor allem Dinge für Kunden, die oder für Betreiber, die eben  
17 mehrere Sprachen brauchen, weil der Aufwand dort dann einfach nicht mehr stattfindet der  
18 Übersetzung, weil das automatische miterledigt wird. Wie das funktioniert zeige ich Ihnen  
19 nachher aber mal in der Präsentation. Dort ist es ein bisschen deutlicher. Und ahm.(.) ja das  
20 ist die Technologie die wir auf alle Fälle empfehlen können, und ahm. die Technologie ahm.  
21 sieht im Prinzip so aus, dass sie als Input strukturierte Daten benötigen, ahm. entweder hat  
22 derjenige schon ein Datenmodell ahm. entwickelt und am Start, oder wir entwickeln es. Wie  
23 macht man sowas? Ahm. man schaut sich beispielsweise einem exemplarischen Text an,  
24 der in Zukunft automatisiert ausgegeben werden soll. Und ahm. zerlegt den dann sozusagen  
25 in Einzelbausteine und überlegt sich welche Datenattribute werden dafür notwendig um in  
26 Zukunft so einen Text erzeugen zu können. Ahm. Das ist oftmals im publizistischen Umfeld  
27 ahm. notwendig weil es dort in der Regel noch keine strukturierten Daten gibt (I: Hm). Anders  
28 schaut es aus im Bereich E-Commerce, (I: Hm) ahm. das ist ein Themenfeld in dem wir zu  
29 90 Prozent unterwegs sind, ahm. dort haben die Kunden oder der Betreiber der die Inhalte  
30 erzeugen möchte, in der Regel bereits strukturierte Daten da; nämlich ahm. Daten die  
31 beispielsweise eben ein Produkt beschreiben. Ja? Also hier, ich zeige das nachher mal in  
32 der Präsentation, aber ich glaube das wird dann ein bisschen klarer und äh. fassbarer und  
33 greifbarer. (I: Hm) Ähm. die Qualität der Texte ist ähm. (.) ich mache das jetzt anders, ich  
34 starte jetzt mal schnell die Präsentation parallel, das ist einfacher um das ein bisschen (I:  
35 lacht) nachvollziehbarer, wenn es recht ist. #00:08:18-1#

36

37 I: Ja. Ja. #00:08:18-1#

38

39 E6: Das ist glaube ich wirklich einfacher. (.) Und dann ( ) wir uns durch und wenn  
40 dann noch Fragen offen bleiben, dann beantworte ich die natürlich noch gerne. Ich rufe die  
41 jetzt gerade mal schnell auf, moment? (.) Äh. So hier ist sie (räuspert). So. Dann gebe ich  
42 mal schnell meinen Bildschirm frei, damit wir gemeinsam draufschauen können, (.) jetzt  
43 einblenden (klickt). (5). #00:08:45-6#

44

45 I: Aja. #00:08:45-6#

46

47 E6: So jetzt müsste die (I: Seh´s) Deckfolie zumindest zu sehen s= zu sehen sein. (I: Hm)  
48 Moment. Wird gleich eingeblendet. (3) So jetzt. (.) Sehen Sie´s? #00:08:57-9#

49

50 I: Hm (bejahend) #00:08:57-8#

51

52 E6: Okay! Also, dass das Thema, wir automatisieren letztlich und digitalisieren die  
53 Contentproduktion vollständig. Ahm. Und sind in der Lage so „SEO“- relevante und „unique“  
54 Texte zu erzeugen. Also das ist das Credo von uns und unten sehen Sie nochmal den  
55 Hinweis auf [ \_\_\_\_\_ ] (Softwareanbieter) - das ist die Technologie die wir dafür verwenden.  
56 (I: Hm) So. Ähm. Textroboter, wird heute vorwiegend in 3 verschiedenen Bereichen  
57 eingesetzt. Also ganz klassisch und die ersten waren tatsächlich Verlage. Ähm. die vor allen  
58 Dingen versucht haben, so ständig wiederkehrende Aufgaben ähm. auto= zu automatisieren,  
59 weil es macht jetzt nicht gerade riesen Spaß ähm. 20 Wetterberichte am Tag zu schreiben,  
60 oder 50 Börsenberichte zu schreiben (I: Hm) und ähm. oder Neuerscheinungen von  
61 Büchern, Filmen, etc. PP oder auch Blogbeiträge zu schreiben, ähm. das ist ja nichts  
62 wirkliches wo man solides journalistisches Handwerkszeugs braucht; ähm. sondern das ist  
63 schlicht und einfach ne wiederkehrende Aufgabe. Ahm. vielleicht, zum Hintergrund, ich bin  
64 selber 22 Jahre lang Chefredakteur gewesen, habe am Schluss 5 Online-Redaktionen  
65 geführt als Redaktionsdirektor und äh. so eine klassische Aufgabenstellung in einem Verlag  
66 ist ähm., dass ein Verlag dafür Sorge tragen muss ein journalitisches Trägermedium zu  
67 schaffen in publizistischer Form ähm. und äh. das dann auch mit Werbung bespielt werden.  
68 So ist nen normales Geschäftsmodell von den Verlagen, äh. Sie haben ein Trägermedium  
69 egal ob es ein Heft ist, oder äh. eine Webseite oder was auch immer, wo Beiträge  
70 veröffentlicht werden und da drin eignetret, bzw. links und rechts davon (.) auch  
71 gekennzeichnet, läuft dann natürlich Werbung mit. Ja? (I:hm). Und ähm. (.) äh. so und äh. in  
72 dem Verlag in dem ich gearbeitet habe, war es beispielsweise so, dass wir pro Tag rund 14  
73 Newsletter rausgeschickt haben, so und diese Newsletter die müssen natürlich jeden Tage

74 befüllt werden, da müssten so 5, 6 verschiedene Nachrichten drin sein; ja? Äh. Immer in der  
75 Hoffnung, dass ein interessanter Beitrag in so Newsletter mitdrin ist, und der Besucher dann  
76 da drauf klickt und auf der Website landet. So. Und ähm. (.) jetzt isses natürlich so, ähm.  
77 wenn Sie 14 oder 15 Newsletter pro Tag erzeugen müssen, ähm. sind die Redakteure  
78 eigentlich den ganzen Tag nur damit beschäftigt, äh. zu überlegen, wie kann ich noch  
79 schnell, irgendwelche News und Nachrichten zusammenbauen, damit wir diesen blöden  
80 Newsletter befüllt bekommen, damit der verschickt werden kann. (I: Hm) Ja? Das heißt die  
81 Redakteure befinden sich in einem Art Hamsterrad und müssen ständig äh. irgendwelche  
82 Nachrichten zusammenklauben bisschen umschreiben, etc. pp damit der Newsletter ( ).  
83 Ahm. defacto war es so, dass dann in den Jahresgesprächen, oder in Gsprächen mit den  
84 Kollegen, regelmäßig ähm. dann gesagt wurde: "Mensch [ \_\_\_\_\_ ] (Name des  
85 Teilnehmenden) das ist alles schön und gut, (.) aber weißt du, ich komme überhaupt nicht  
86 mehr dazu, ich hab überhaupt keine Zeit mehr dazu, meine wirklich guten Geschichten,  
87 nämlich die Interviews, die ich geführt habe, oder Hintergrundstories die ich gerne schreiben  
88 möchte, Dinge wo ich selber recherchiert habe, da habe ich überhaupt keine Zeit mehr die  
89 zu veröffentlichen." Ja? (I:hm) So und äh. das ist eben der Ansatz zu sagen,  
90 wegautomatisieren was man wegautomatisieren kann, ich meine im Nachrichtenbereich  
91 reden wir über News mit einer Halbwertszeit von einem Tag, länger ähm. eine viel größere  
92 Halbwertszeit, haben die nicht. Ähm. Das heißt da muss einfach auf Masse produziert  
93 werden. Und dann gibt es die wirklich guten Geschichten, also die journalistisch gut  
94 aufbereiteten Geschichten, die gut ähm. recherchiert sind, ahm. und da muss ich den  
95 Redakteuren dann einfach Zeit schaffen. Insofern ist ein Textroboter nicht der Feind einer  
96 Redaktion. Ja? Das wird oftmals (I: hm) missinterpretiert und viele glauben, dass durch den  
97 Einsatz eines Textroboters eine Redaktion verschwindet, oder ich Journalisten und  
98 Redakteure überflüssig mache, das ist überhaupt nicht der Fall. Sondern ich Sorge Mithilfe  
99 eines Texroboters dafür, dass ständig wiederkehrende Aufgaben, und ähm. vorallem Dingen  
100 journalistische Formate, die eh keiner wirklich gerne schreiben möchte weil sie nicht wirklich  
101 ne Herausforderung sind, ähm. wegzuautomatisieren um Zeit zu schaffen und Freiraum und  
102 Ressource zu schaffen, um die wirklich guten journalistischen Stücke schreiben zu können.  
103 Ja? (I:Hm) Es ist= dafür setzt man einen Texroboter ein. Natürlich hat ein Textroboter ähm.  
104 disruptive Kräfte; und ähm. das ist überhaupt nicht ähm. das ist überhaupt nicht weg zu  
105 diskutieren. Ahm. Aber in allen Bereichen, die ich kenne wo Textroboter eingesetzt wurden,  
106 hat es überhaupt nicht dazugeführt, dass Personal abgebaut wurde; sondern (I:hm) Personal  
107 konnte sich jetzt um die Themen kümmern die ein ein Textroboter nicht kann. Ein  
108 Textroboter kann keine Interview führen, ein Textroboter kann keine Hintergrundstories  
109 schreiben, (I:hm) ein Textroboter kann keine analytischen Stücke schreiben, ja? Das geht  
110 nicht so ohne weiteres. Sondern ich brauche ja hierfür immer als Input diese strukturieren

111 Daten, (I:hm) und insofern kann man nur Textformate automatisieren, wo ich einfach einen  
112 klaren und regelmäßigen ähm Dateninput habe. (I:hm) Ja? (I: holt tief Luft) Und das ist  
113 glaube ich mal wichtig zu wissen. So das zweite Themenfeld, in dem heute Textroboter zum  
114 ganz ganz großen Teil eingesetzt werden, ist im Bereich E-Commerce. (I:Hm) Der Bereich  
115 E-Commerce zeichnet sich eben dadurch aus, dass dort ein sehr hoher Bedarf an Content  
116 herrscht, ähm. denke Sie mal an große Onlineshops die 50 oder 100 Tausend Produkte  
117 haben. Jeden Monat kommen 1000, 2000 neue Produkte dazu; und für alle diese Produkte  
118 müssen Verkaufstexte geschrieben werden. Ja? Also Produktbeschreibungen gschrieben  
119 werden. Ahm. und äh. da ist natürlich die Überlegung, wie kann man sowas automatisieren.  
120 Und der  dritte Bereich, das ist der Breich den wir gerade (.) wo wir zu, feststellen, dass der in  
121 den nächsten 2, 3 Jahren sehr stark im Kommen ist, ist die sogenannte funktionale  
122 Betextung. Was bedeutet das? Vorwiegend Unternehmen, die nen Textroboter einsetzen  
123 merken sehr schnell, dass sie damit auch innerbetriebliche ähm. äh. Sachen und  
124 Pro=Prozesse, wo (.) innerhalb der erzeugt werden müssen, ähm. automatisieren können.  
125 Ja? Also das automatische Verfassen von (.) Reportings, Geschäftsberichten, etc. pp, alles  
126 solche Dinge, äh. dafür kann man einen Textroboter auch sehr gut verwenden. (I:Hm) So  
127 ahm. (.) da gehe ich mal drüber, dass ist jetzt an der Stelle gar nicht so wichtig. (*zeigt*  
128 *Präsentationsheets zur Technologie*) Möchte Ihnen aber mal ein paar Beispiele zeigen, jetzt  
129 auch tatsächlich aus dem publiizistischen Umfeld. Ähm weil viele wenn sie das Thema  
130 automatisierte Betextung hören, oder Textroboter hören, immer so eine eigene Vorstellung  
131 im Kopf haben und denken: "Ja da kommen so völlig generische Texte raus". Ich hab Ihnen  
132 hier mal drei Beispiele mitgebracht, (.) äh. von echten Projekten, äh. da gehts um ein und  
133 das selbe Thema? Ähm. einer der beiden Texte wurde von einem Redakteur geschrieben  
134 und der andere Text wurde durch die Maschine produziert. Lesen Sie die beiden Texte mal  
135 kurz an und versuchen Sie mal für sich herauszufinden, ob der linke oder rechte Text vom  
136 Textroboter stammt. #00:16:17-4#

137

138 I: Ah. Ich kenne das Beispiel schon. (Lacht) #00:16:21-4#

139

140 E6: Kennen Sie schon. Alles klar. (I:lacht). Kenn Sie das Beispiel auch schon? #00:16:24-4#

141

142 I: Ah. Ich glaube noch nicht. (.) Na ich lese es kurz durch. #00:16:29-8#

143

144 E6: Ja? (.) Hm (bejahend). #00:16:31-1#

145

146 I: (*liest gerade den Beispielttext*) (6) (seufzt) (8) Ja. (2) #00:16:47-0#

147

148 E6: Gar nicht so einfach. Ne? #00:16:48-2#

149

150 I: Ja aber ich glaube immer, dass es der ist, der dann die Sachen z.B. die O-Töne nichts ins  
151 deutsche übersetzt, glaube ich. Der das dann die originalen O-Töne reinnimmt. #00:16:58-0#

152

153 E6: Ja. Im gegebenen Fall ist tatsächlich links der Textroboter wobei man hier jetzt  
154 natürlich noch übersetzen können. Das wäre durchaus möglich gewesen. Mal ein kurzes (.)  
155 letztes Beispiel. #00:17:17-7#

156

157 I: (9) *(liest gerade den Beispieltext)* Ja. Bei diesen Beispielen, ist es schon, geht schon über  
158 das hinaus, ahm. was jetzt reine Fußball- ahm. wieviele Tore wurde geschossen (E6: hm)  
159 oder welche Wetter ist morgen (E6: Ja!). Also das geht schon, auf jeden Fall darüber hinaus.  
160 (E6: Genau) Also es ist, (E6: Ja!) beide Texte sind semantisch korrekt, sie haben einen Sinn,  
161 sie sind logisch. (E6: hm) Das ist ah. #00:17:39-7#

162 LE6: Ja absolut! #00:17:39-7#

163

164 I: Genau. Ja. #00:17:40-6#

165

166 E6: Sie könnten es eigentlich, wenn man den Leser nicht explizit nicht darauf hinweist, ähm.  
167 und sagt einer der Text hier ist äh. maschinell produziert, erkennt er es nicht. Ja. Die Qualität  
168 der Texte ist so gut, dass sie sie nicht auseinanderhalten können. Sie können es nicht an  
169 irgendetwas festmachen. Sie haben natürlich einen geschulten Blick da drauf, und sagen:  
170 "Ja anhand des Zitates könnte ich das jetzt ableiten". Ähm muss nicht mal sein. (I:Hm). Ähm.  
171 man kann Zitate natürlich auch entsprechend übersetzen, also Input und dann so ausgeben.  
172 Aber wenn es halt jemand in Original bringen möchte, dann bringt er es im Original, das ist  
173 halt immer (.) je nachdem wie der Journalist oder der Redakteur es dann letztendlich auch  
174 dann haben möchte. Ja? (I:hm) Ahm. Ganz interessant ist auch auf alle Fälle, es gibt zu  
175 diesem Thema auch ne sehr interessante Studie, (I: Ja ich weiß (lacht)). Kann ich ihnen  
176 gerne den Kontakt. Kenne Sie die Kollegen?

177

178 I: Ah das ist, kenne ich nicht aber die ah. Publikation. Aso die #00:18:36-5#

179

180 E6: Die Publikation. #00:18:36-2#

181

182 I: Genau. Ja. #00:18:38-6#

183

184 E6: Und die haben ja mal in ihrem Studienaufbau, ähm so einen Text gemacht mit 1024  
185 (l:hm) Probanden, wo nicht die Texte vegleichen, so wie wir es gerade gemacht haben  
186 nebeneinander gelegen haben, sondern es kam ein Text nach dem anderen; und äh. der  
187 Leser wurde dann immer gefragt, wie er den Text in puncto Glaubwürdigkeit, und  
188 Fachkompetenz einschätzt, und da haben sie die automatisierten äh. Texte deutlich  
189 durchgesetzt (l:hm) gegenüber den Handgeschriebenen. Warum ist das so? Ahm. das liegt  
190 darin begründet, stellen Sie sich vor, dass sie heute zu einem äh. Redakteur oder Texter  
191 gehen, reflektieren wir das mal nochmal auf die E-Commerce -Bereich, und ihm sagen: "Dein  
192 Tagwerk heute ist ähm, die neuen 27 Stickwesten zu betexten. Dann freut sich der natürlich  
193 total, weil das wollte er immer schon mal machen. (l: lacht) Und da wird der erste Text noch  
194 gut und der zweite wird noch gut und beim dritten fängt er bisschen zu variieren an, beim  
195 vierten fällt ihm nichts mehr richtig ein und beim 5. hat er schon keine Lust mehr. Hat aber  
196 noch 21 Texte vor sich. Also der Mensch ist nicht wirklich gut darin, in gleichbleibend hoher  
197 Qualität (.) äh. über längere Zeit immer wieder ähm. sehr hohen= hohe Qualität zu  
198 schreiben. Da ist der Mensch einfach nicht gut darin. Bei einer Maschine ist es völlig egal,  
199 die liefert den ersten Text genau in der selben Qualität aus, wie den (.) ähm. den 10. Text,  
200 wie den 100. Text, wie den 1000. Text oder den 10000. Text. Ja? Der (.) rein die  
201 Maschinenlaufzeit, also mithilfe dieser Software können 500000 Texte pro Stunde generiert  
202 werden. Ja? Also unglaubliche unglaubliche Zahl an Texten die dort rausrollen kann. (.) (l:  
203 hm) Ohne (.) äh. menschliches Dazutun. So und äh. ich zeige Ihnen hier mal so einen  
204 typischen typischen Text, wie er so im E-Commercebereich zum Einsatz kommt, aber das  
205 kann man jederzeit abstrahieren, auf jedes andere journalistische Format; ah. ich will Ihnen  
206 da nur 3 Dinge daran zeigen. Nämlich erstens; Sie sind, man ist hinsichtlich des formalen  
207 Aufbau eines Textes völlig frei ist. Es gibt keinerlei Restriktionen. Ich kann bestimmen:  
208 Möchte ich eine Überschrift haben, äh. möchte ich Bulletpoints drin haben, möchte ich  
209 Zwischenüberschriften haben, möchte ich Fettungen im Text drinnen haben, möchte ich  
210 interne Verlinkungen in dem Text drin haben, (.) möchte ich ein äh. Handlungsaufwurf am  
211 Ende des Textes haben. Ich bin in der Struktur und formalen Aufbau des Textes völlig frei.  
212 Da gibt es keinerlei Einschränkungen. (.) (l: Hm). Jetzt kommt aber noch ein viel viel  
213 wichtiger und interessanterer Aspekt: Ich bin auch völlig frei, in der Tonalität, im Sprachstil,  
214 im Duktus äh. meines Textes. Ja? Also es ist immer zu 100 Prozent gewährleistet, dass die  
215 Texte genauso klingen, wie es mein ganz typischer Sprachstil ist. Ja? Also jedes  
216 Unternehmen, jede Redaktion (.) pflegt in der Regel so ein bisschen seine eigene Sprache.  
217 (l: Hm) Das muss man auch können, weil ich sag mal ein [ \_\_\_\_\_ ] (Möbelhaus) ein  
218 anderes Verständnis von einem Text hat, (.) also ein B2B-Shop-Betreiber. Also die [ \_\_\_\_\_ ]  
219 [ \_\_\_\_\_ ] (Möbelhaus), hat eher so eine flappsige Elfsprache, sag ich jetzt mal. Der duzt  
220 seine Kunden außerdem und ähm. im geschäftlichen Bereich schreibt man eher unpers=

221 unpersönlich. Ja und eher ( ) getrieben, oder sachlich sozusagen nüchtern. (.) Es ist ähm.  
222 mit der Technologie zu 100 Prozent möglich, genau die Tonalität und den Sprachstil zu  
223 treffen, auch von =vom Vokabolar äh. wie man es möchte. Ich kann sogar bestimmte  
224 Vokabeln ausschließen, wenn ich möchte, (I:hm) also wenn ich sage, ähm das Wort "billig"  
225 darf nie verwendet werden, sondern das heißt immer "preisgünstig", äh. dann kann ich das  
226 der Maschine sozusagen hinterlegen und äh. sodass er eben nur ähm. das bestimmte  
227 Wörter ganz einfach nicht verwendet werden dürfen, sondern synonymisiert werden, in die  
228 richtige Richtung. #00:22:23-0#

229  
230 I: Und und wer, wer macht das? Also wer (räuspert sich) trägt das zum Beispiel ein, wer gibt  
231 diesen Befehl, können das JournalistInnen selber machen in der Redaktion, oder #00:22:31-  
232 4#

233  
234 E6: Ja! Ja! Also ahm. #00:22:33-2#

235 L  
236 I: Das heißt die pflegen ihn einfach auch. #00:22:34-1#

237  
238 E6: Genau. Ahm. Wie das genau geht, zeige ich ihnen gleich nacher noch. Dann äh. sehen  
239 Sie das mal wie das aufgebaut ist und dann gebe ich Ihnen ein paar Ideen wie  
240 JournalistInnen sowas auch selber machen können. (I: Hm). Also das sind äh. die zwei  
241 Punkte, ein dritter ganz wesentlicher Punkt ist, dass die Maschine ist nicht in der Lage ein  
242 und demselben Text zwei mal zu produzieren. Ja? Das macht man aus dem Grund, weil die  
243 Sachen in der Regel, im Internet veröffentlicht werden und da möchte ich immer, dafür Sorge  
244 tragen, dass ich nicht sogenannten duplicate Content erzeuge (I:hm) also mehrfach Content  
245 erzeuge, das wird von Google eben abgetrafft, sondern ich möchte immer versuchen  
246 mehrere Textvarianten zu erzeugen. Äh. anhand dieses kurzen Beispiels, dass jetzt auf  
247 Englisch ist, sieht man es geht hier immer um ein und denselben Fernseher, und ich habe  
248 mir einfach von der Maschine (.), habe ich quasi 5 Mal auf den Knopf gedrückt und  
249 bekomme 5 verschiedene Varianten des Textes heraus. (.) Und damit löse ich, ähm. damit  
250 löse ich sozusagen, jedgliche Contentherausforderung, egal ob in der Redaktion oder jetzt im  
251 E-Commerce-Umfeld, weil ich sagen kann: "Ich produziere mir jetzt einfach soviele  
252 verschiedene Textvarianten, wie ich benötige". Ja? (I:Hm). Textvariante 1 nehme ich in den  
253 Shop rein, dann hab ich außerdem noch ein ein Printprodukt, in dem ich auch einen Text  
254 brauche. Hier bin ich aber beispielweise im Layout limitiert. Hier brauche ich hier einen Text,  
255 der darf maximal 1200 Zeichen lang sein, dann kann die Maschine einen Text produzieren,  
256 der genau 1200 Zeichen lang ist. (I: Hm). Ja oder 1180- 1220 meinetwegen. (.) Äh. und äh.  
257 das heißt ähm, ich muss mir keine Gedanken mehr darum machen, (.) kann und will ich mir



258 es leisten, noch eine weitere Textvariante zu machen, sondern ich tu es ganz einfach. (.) Ja?  
259 Und zwar immer basierend auf ein und dem selben Datensatz, wie das funktioniert zeige ich  
260 Ihnen gleich. Jetzt kommt noch einganz wesentlicher ah. dritter Punkt, hinzu äh. das der  
261 Textroboter regelbasierend kann und (I: Ja) das kann man sich in vielen (.) vielen  
262 journalistischen äh. Sachen eben äh. und Texten zu Nutze machen; äh. ich habe das, ich  
263 zeige das hiermal exemplarisch an zwei Texten, die eine Digital Kamera beschreiben und  
264 interessant ist jetzt nur letzte Satz der ausgegeben wird. Ja? Die Eckdaten machen jetzt  
265 deutlich und so weiter fort. Da fragt man sich natürlich (.) wie kommt die Maschine dazu so  
266 einen Satz auszugeben. (I:Hm) Die Erklärung ist relativ trivial. Ähm. Hier hat uns der  
267 Produktmanager beispielsweise gesagt, dass es beim Kauf einer Digital Kamera im  
268 Wesentlichen auf drei Kriterien ankommt, nämlich erstens, wie groß ist der Bildsensor, wie  
269 viele Funktionen hat so eine Kamera und wie gut ist der Blitz. (.) Und was die Maschine jetzt  
270 macht, (.) sie schaut jetzt einfach in den Daten dieser beiden Produkte nach, vergleicht die  
271 Werte, die das drin stehen und kommt dann regelbasierend zu einer Einschätzung. Die ich  
272 dann ausgeben kann textlich. Ja? Und so gelingt es mir eben viel viel schneller (.) und in  
273 einem viel höheren Variation, einen Mehrwert zu einem Text hinzuzupacken, weil ein  
274 Redakteur den ich dort dransetzen und sage: "Ähm suche mir mal raus, welche der beiden  
275 Produkte das besser ist". Der braucht eine halbe Stunde dazu. Die Maschine braucht eine  
276 Millisekunde dazu. (.) Ja? und dadruch ahm. komme ich einfach viel viel schneller voran. Ich  
277 kann beispielsweise auch mir dieses regelbasierende Arbeiten, an einem Text zunutze  
278 machen, um (.) Informationen die ich im Nachgang erhalten habe zu einem bestimmten  
279 Sache, (.) nachzubetexten. Ähm (*zeigt Beispiele*) Sie sehen hier Produktbeschreibungen von  
280 einem Gefrierschrank, aber hier ist folgendes interessant, (.): Diese Produkt war so vom  
281 Preis-Leistungs-Verhältnis sehr sehr gut und der hat es verkauft wie geschnitten Brot. (2)  
282 (I:Hm) Das Problem bei dem Shopbetreiber war, dass er eine Retouren-Quote hatte von  
283 über 40 Prozent, also fast die Hälfte der Kühlschränke, (.) oder Gefrierschränke ist  
284 zurückgeschickt worden. Warum? (I:Hm?) (.) Weil die Leute, wenn sie sich diesen  
285 Gefrierschrank in die offene Wohnküche gestellt haben und der angesprungen ist, man nicht  
286 mehr Fernsehschauen konnte (I: Weil er so laut war) weil das Gerät total laut ist. (I:Hm) (.)  
287 War einfach viel zu laut und deswegen haben sie ihn zuückgeschickt. (.) Es lag aber in=  
288 den Daten, dieses Produktes war sehr wohl die Betriebslautstärke mitangeben, aber (.) sie  
289 wurde nie mitbetextet. Ja weil ein Mensch oder ein Redakteur (.) das für ein nicht-relevates =  
290 eine= für eine nicht-relevante Information gehalten hat. Ja? So. Ähm. Jetzt hat man diese=  
291 diese Daten, nämlich die Betriebslautstärke von 43 db mitbetextet und dem Kunden in den  
292 Text klar signalisiert, dass es hier im Übrigen eines der lautesten Modelle auf dem Markt;  
293 wenn du dir den in den Keller runterstellst, alles klar, wunderbar; überhaupt kein Thema. (.)  
294 Aber in der offenen Wohnung würde ich mir das überlegen. So und äh. das wurde jetzt

295 quasi, wird dann automatisch nachbetextet und die Retourenquote ist daruch auf das ganz  
296 normale Maß zurückgegangen. Das heißt: Es kann (.) meinen Content und meine Inhalte  
297 auch sehr dynamisch halten. Indem ich einfach immer wieder neue Erkenntnisse die ich  
298 habe, nachträglich in die Texte einfließen lasse (I: Ah!) ohne Hand anlegen zu müssen.  
299 Ja? So und jetzt kann ich natürlich nicht nur diesen einen Gefrierschrank nachbetexten,  
300 sondern ich kann alle 70 Produkte, die ich meinetwegen, in den Shop drinnen habe, auf  
301 Knopfdruck automatisch nachbetexten. Das ist etwas, was man normalerweise nicht tun  
302 würde, weil es viel zu aufwendig ist, und viel zu kostenintensiv ist, und viel zu lange dauern  
303 würde, und so kann ich meinen Content sehr dynamisch halten. Ja? Ich kann eben  
304 anlassbezogen betexten, also ich suche mir ein bestimmtes Regelwerk; das Regelwerk kann  
305 beispielsweise lauten: "Ahm. (.) ab nächste Woche ist schönes Wetter"? (I: Hm) und ähm.  
306 die Grillsaison startet meinetwegen und ich verfasse einen Text der äh wo ich einen Grill  
307 beschreibe, dann kann ich das kann ich das Thema Wetter hier einfach miteinfließen lassen.  
308 Ja? Und und und äh. regelbasierend das mitausgeben lassen und dann=dann sage ich :  
309 "Und die Woche drauf wird schlechtes Wetter" und dann fällt der Satz aus dem Text  
310 sozusagen wieder heraus. Das heißt ähm. der Text ist immer ganz aktuell und ähm. ich  
311 muss ihn nicht händisch nachbearbeiten, sondern das äh. passiert automatisch. #00:28:53-  
312 5#

313 L

314 I: Aber #00:28:54-7#

315

316 E6: Wir machen beispielsweise. Hm Ja? #00:28:56-1#

317

318 I: Aber das ist ja beispielweise bei tagesaktuellen Nachrichten in= in der Presse ja eigentlich,  
319 wäre das ja praktisch wenn jetzt beispielsweise ah. irgendwo ein Geschehnis ist, und dann  
320 kommen nach der Reihe immer mehr Informationen dazu und normalerweise, hat man da  
321 immer einen Lifeticker (E6: Hm) oder mehrere Nachrichten die untereinander stehen, und  
322 wäre es da möglich, dann quasi diese ganzen Nachrichten immer zu aktualisieren.

323 #00:29:18-4#

324

325 E6: (.) Ganz genau. Ganz genau ohne, dass jemand, ohne, dass jemand Hand anfassend  
326 muss. (I:Hm). Es gibt z.B. derzeit ein sehr schönes Projekt mit der [ \_\_\_\_\_]

327 (Medienunternehmen), ähm. Stuttgart ist eine Region, hier in Deutschland, vielleicht haben  
328 Sie schon mal davon gehört, dass die derzeit, große Probleme haben mit dem Thema  
329 Feinstaub; (I:Hm) Stuttgart hat so eine ganz typische Tallage (.) und äh. da ist eben sehr oft  
330 so ne äh. Immersionswetterlage, das heißt die Feinstaubbelastung in der Stadt ist sehr sehr  
331 hoch, also die denken auch darüber nach (.) äh. Fahrverbote für Dieselfahrzeuge etc.

332 auszusprechen, also (.) großes politisches Thema; (.) und ähm. (.). Da hat die Redaktion  
333 folgendes gemacht, was eine sehr schöne Herangehensweise ist, sie hat an glaube ich 1000  
334 Leser (.) Messgeräte verschenkt, (.) die die Feinstaubbelastung äh. bei ihnen messen. Ja?  
335 (I:Hm) Und die haben die sich alle in den Garten gestellt, (.) und diese Messgeräte,  
336 übertragen die Daten der aktuellen Feinstaubbelastung, an einen Rechner, und der Rechner  
337 produziert daraus automatisch einen Text, ja? Und dieser Text wurde auch in der [ \_\_\_\_\_]  
338 (Medienunternehmen) -Nachrichten veröffentlicht. Also es gibt immer einen ganz aktuellen  
339 äh äh Feinstaubbericht über die aktuellen Feinstaub äh. Belastung in Stuttgart; (I:hm) ohne,  
340 dass irgendein Redakteur (.) ah Hand anlegen muss. Das geht vollautomatisiert. (.) Ja. Das  
341 sind so, ähm. ganz typische Projekte die man da zum Beispiel auch im redaktionellen Umfeld  
342 machen kann. (I: Hm) Und ich kann meine Texte immer dadurch besser machen und noch  
343 weiter ergänzen, indem ich sie mit Daten anreichere. (I: Ah!) ( ) ein einfaches Beispiel:  
344 Ja!

345 L

346

347 I: Hm. Okay ahm. das #00:31:01-0#

348

349 E6: Wir betexten- Hm? Ja? #00:31:02-6#

350

351 I: Das wäre nämlich auch interessant, weil das kommt ja teilweise in den Redaktionen vor,  
352 dass sich erst im Nachhinein manche Daten dann wieder (.) verfügbar sind. Das heißt man  
353 kann Texte, die aber auch selbst verfasst habe, wenn ich die dann automatisiert habe, dann  
354 nachher noch einmal mit Text, also mit Daten bestücken. #00:31:19-2#

355

356 E6: Anreichern genau. #00:31:21-3#

357

358 I: Ja. Okay. #00:31:21-3#

359

360 E6: Ja. Ganz genau. Denken Sie z.B. an Fußballberichterstattung. Ahm. (I: Hm) Früher hat  
361 man damit angefangen. Also wir betexten (I: Genau) jedes Wochenende 800 Fußballspiele.  
362 Von der ersten Bundesliga bis zur Kreisliga ( ). Diese Spielberichte sind 5 Sekunden  
363 nach Spielende, sind die fertig. So, jetzt hat man überlegt: „Wie kann ich diese Texte noch  
364 spannender machen und da sind wir zum Herrn [ \_\_\_\_\_ ] (Fernsehmoderator) gegangen.  
365 Zum Wetter- [ \_\_\_\_\_ ] (Fernsehmoderator), na? (I: Hm). Kennen Sie vielleicht. #00:31:45-2#

366

367 I: Ja. #00:31:46-1#

368

369 E6: Der Wetter- [ \_\_\_\_\_ ] (Fernsehmoderator) der hat ganz tolle Wetterdaten. Und der hat  
370 uns jetzt die Wetterdaten gegeben und im Gegenzug kriegt er jetzt automatisiert  
371 Wetterberichte von uns, und ähm. jetzt kann ich eben schon ganz andere Sätze formulieren.  
372 Jetzt kann ich nen Satz beginnen damit: „Bei 17 Grad und herrlichen Sonnenschein, find die  
373 Begegnung zwischen Sowieso und Sowieso statt“. Ja? Ähm. Diese Zusatzinformation kann  
374 ich einfach miteinfließen lassen. „In der Minute 11 setzte der Regen ein.“ Ja? (I: Hm) Ähm.  
375 „In Minute 43 ähm. lies sich die Sonne wieder blicken (.) und das Spiel ähm. fand in Blabla  
376 statt.“ Ha? Also kann ich einfach mehr anreichern. So und in einem dritten Schritt, pflanzen  
377 wir jetzt noch eine Datenbank mit ähm. historischen Daten von Spielern hinzu. Ja? Also (I:  
378 Ah) ahm., solche Datenbanken gibt es ja? (I: Hm). Und jetzt habe ich dann eben, auch einen  
379 Satz ausgehen lassen wie: „das 3:0 (.) schoss [ \_\_\_\_\_ ] (Name) der in der vergangenen  
380 Saison, nicht beim Verein „XY“ spielte, dort in der Position des rechts-außen, und der  
381 ganzen Saison 17 Tore schoss. (I: Hm) Ja? Also ein Mehrwert hinzufügen, rein  
382 datenbasierend, weil ich ähm. diese Datenbank einfach dazuschlage und ein Redakteur  
383 würde sich nie die Mühe machen, bei einer kurzen Fußballberichterstattung eine Recherche  
384 anzustoßen über den Torschützen [ \_\_\_\_\_ ] (Name)? Ahm. weil es viel zu aufwendig ist. Na?  
385 Bei der automatisierten Betextung greift er einfach auf die vorliegenden Daten zurück, und  
386 kann ähm., dann kann man dann entsprechenden Satz mitzugeben. (I: Hm) Und so kann ich  
387 einfach durch Datenanreicherung durch immer mehr Daten die ich einem Textroboter zu  
388 Verfügung stelle, immer umfangreichere, interessantere und spannendere Texte  
389 produzieren. Ja? (I: Hm) #00:33:33-7#

390  
391 I: Wie würde es sich z.B. so ahm. eine journalistischer Arbeitsalltag vielleicht durch den  
392 Einsatz oder was sind jetzt Ihre Erfahrungen, durch den Einsatz verändern, also die  
393 JournalistInnen. Sie haben vorher schon erwähnt, haben dann vielleicht mehr Zeit für andere  
394 Tätigkeiten, aber (E6: Hm) gibt es auch so eine Art Co-Existenz wo sie diese Algorithmen  
395 nutzen, pflegen ahm. Dinge damit ausprobieren. Wie ist da Ihre Sicht darauf. #00:34:01-8#  
396

397 E6: (3) Ja also die, dich Sicht darauf ist, ähm. wie ich es eben vorher schon gesagt habe,  
398 ahm. Redaktionen haben oft die Herausforderung, dass sie bestimmte Textformate  
399 regelmäßig und in großer Zahl produzieren müssen. (I: Hm) Und all= all diese Dinge (.) ahm.  
400 möchte man eigentlich nicht in einer Redaktion haben, sondern ich möchte eine Redaktion  
401 von diesen ständig wiederkehrenden Abreiten entlasten; diese auch automatisieren sodass  
402 Redaktionen wieder mehr Zeit haben sich um den sogenannten Qualitätsjournalismus zu  
403 kümmern, ja? Also um die Stücke die gut recherchiert sind, um analytische Stücke, ähm. die  
404 heute viel zu kurz kommen, weil die Redaktionen in der Regel alle chronisch überlastet sind.  
405 (I: Hm) Ahm. Das Personal fehlt ähm. aus Kostengründen, ähm. zurückgefahren wird, wie

406 auch immer. Und ein Textroboter versetzt Publikationen und Redaktionen in die Lage ähm.  
407 wieder mehr Qualitätsstücke bringen zu können, nämlich alle die journalistischen Formate  
408 die ein Textroboter nicht beherrscht. Oder die nur sehr sehr schwierig umzusetzen wären mit  
409 einem Textroboter. Ja? So und ähm. diese Textformate, die ich automatisieren möchte, die  
410 suche ich mir heraus, und dann ist die Aufgabenstellung folgenden: Ich muss anhand des  
411 Textes ableiten wie muss ich strukturierte (I: Hm) Daten (.) ähm. vorliegen haben, damit ich  
412 das automatisieren kann. Und das nennt man ein sogenanntes Datenmodell. Und Sie sehen  
413 jetzt hier auf dieser Folie (*zeigt Folie*) sehen sie gerade mal ein Datenmodell. (.) Ja? Sie  
414 sehen links strukturiert, ein strukturiertes Datenmodell, zu einem Produkt. Das kann auch ein  
415 Wetterbericht sein, das kann auch ein Fußballbericht ein, das kann auch eine  
416 Feinstaubberichterstattung sein, oder völlig egal, was es ist. (I: Hm) Aber es ist strukturiert.  
417 Sie sehen hier oben, da gibt es eine Manufacturer sprich ein Hersteller, das ist eine Firma [  
418 \_\_\_\_\_ ] (Name). (I: Hm) Ich habe eine Breite des Reifens, die ist 145, ich habe einen Preis  
419 der ist 34 Euro 19. Ich weiß es ist ein Winterreifen, ich weiß es ist ein PKW-Reifen, steht  
420 nämlich „K“ drin. Ich weiß er hat 3 ( ) Zoll groß und so weiter und sofort. Das ist ein  
421 strukturierter Datensatz, mit dem ich 100e oder 1000e von Autoreifen beschreiben kann. Ja?  
422 So und ähm. das ist quasi, der Input von dem Textroboter, dann speichere ich diese Daten  
423 ab und kriege sofort so einen Text raus. (I: Hm) (.) So und wenn sie den Text jetzt mal  
424 anlesen, nur den Einstieg, ja, sehen Sie schon wieder regelbasierend gearbeitet wurde, äh.  
425 derzeit hat der=der Text geht nämlich los, mit „ein Reifen für die kleine Strecken des Alltags“.  
426 Jetzt fragt man sich auch, wieder: „Wie kommt die Maschine dazu, (.) hier reinzuschreiben  
427 „ein Reifen für die kleine Strecken des Alltags“. Das steht ja links in den Daten nirgendwo  
428 drin. (I: Hm) Ja? Ahm. Die ähm. Folgendes ist passiert, wir wissen, oder wir in dem Fall hat  
429 uns derjenige der gesagt hat, ich möchte die Texte, so und so haben, hat uns gesagt, dass  
430 alle Autoreifen, für PKWs (.) für Winter, die weniger als 40 Euro kosten, sogenannte Low-  
431 Budget-Reifen sind. Also Reifen sind für (.) ein Hausmann oder eine Hausfrau, die in der früh  
432 die Kinder zur Krippe bringt, dann zum Supermarkt und wieder nachhause, die jetzt im Jahr  
433 vielleicht zwei, drei 1000 Kilometer zurücklegt. Ja? So und den Leser, den möchte eben  
434 ganz, gezielt ansprechen. Und jetzt suche ich mir einfach innerhalb meiner Daten, die eigene  
435 Triggerpunkte und löste dann, anhand der Daten regelbasiert ein bestimmten Text aus. Ein  
436 Vielfahrer, der 60, 70.000 Kilometer im Jahr fährt, der sich einen Premiumreifen kaufen  
437 würde von = von [ \_\_\_\_\_ ] (Marke) der 110 Euro das Stück kostet, der würde eine ganz  
438 anderen Text zu lesen bekommen. Der würde einen Text zu lesen bekommen, in dem die für  
439 ihn relevanten Inhalte näher beschrieben sind, wie hohe Laufleistung, Lauf ( ),  
440 Verschleißarmut, Sicherheit bei Nässe, etc. pp. Das heißt ich kann datenbasierend, (.)  
441 dadurch, dass ich sage: „Welche der Daten sind relevant? Wie gibt es ähm. wo kann ich  
442 Triggerpunkte setzen.“ (I: Hm) Kann ich den Text entsprechend ausgeben lassen. Ja? Und

443 Sie sehen auch, dass bestimmte Werte wie, z.B. das Speerrating „Q“ das hier links drinsteht,  
444 auch im Text vorkommt, also ich sehe, ich sehe diesen ganzen Werte natürlich (I: Hm) auch  
445 im Text drin. Aber der Geschwindigkeitsindex „Q“ sagt einem Menschen ja nichts. (.) Ja?  
446 Das ist, also der Leser versteht, überhaupt nicht was das was bedeutet das denn. So. Da ist  
447 es unsere Aufgabe als=als Texter, es gibt immer drei Menschen die bei =bei ner  
448 Programmierung eines Textroboters zusammenarbeiten. Das ist nämlich einmal einer der  
449 texten kann, dann jemand der programmieren kann, und jemand der Daten beherrscht. Ja?  
450 Idealweise (.) ähm. also wir haben Texter am Start, mit einem sehr hohen Verständnis für  
451 Daten. Ja? Die legen sich links die Daten hin und können dann einen Text verfassen, als  
452 Prototyp sozusagen, für die Programmierung, weil sie wissen: Dieser Text würde  
453 funktionieren weil ich links die Dateninput gesehen habe. (I: Hm) Das ist ne Fähigkeit die  
454 man sich aneignen muss und die man aber auch erlernen kann; (.) dann brauche ich noch  
455 eine dritte Fähigkeit, ähm. das ist das Programmieren; das ist aber mittlerweile so einfach  
456 geworden, dass es jeder Redakteur (.) ahm. quasi sich selber aneignen kann. #00:39:33-0#  
457 L

458 I: Das heißt es #00:39:34-8#

459 E6: Wir haben- Hm? #00:39:35-2#

460

461 I: Das das heißt, dass es wäre für JournalistInnen, die zb. in einer Redaktion arbeiten die das  
462 verwendet, von Vorteil wenn sie programmieren könnten, oder wenn sie zumindest

463 #00:39:45-9#

464 L

465 E6: Ja genau. Also es geht ja häufig schon sehr stark in die Richtung, also vor allem (I:hm) in  
466 den Onlineredaktionen, ist es ja heute schon eine der gewünschten Fähigkeiten eines  
467 Redakteurs, dass er zumindest so ein bisschen ah. programmieren kann, versteht was Html  
468 ist. Na? Alle Webseiten sind halt normal in Html aufgebaut äh., dass mal einen Blick in den  
469 Quellcode reinwerfen kann und versteht, wie funktioniert so eine Webseite, alos so ein  
470 gewisses technisches Verständnis ähm. wird heute mehr und mehr von Journalisten und  
471 Redakteuren erwartet, (I:hm) und ist auch tatsächlich anzutreffen vorallen Dingen (.) in  
472 Online-Redaktionen. #00:40:23-3#

473

474 I: Gerade bei Datenjournalisten- Journalistinnen ist es auch mittlerweile so wichtig.

475 #00:40:25-7#

476

L

477

E6: Da sowieso!

478 #00:40:26-7#

479

480 I: Genau. #00:40:27-7#

481

482 E6: Da sowieso, also gerade im=im Bereich Datenjournalismus, weil die kennen sich  
483 natürlich alle aus. Also die sind schon technisch versiert, (I:hm) und diese  
484 Programmiersprache, die wir hier verwendet wird, die heißt Atml3 (I:hm). Die ist offen, die  
485 dokumentiert, die ist jederman zugänglich und die kann man auch erlernen. Wir bieten Kurse  
486 quasi an, also Trainings an wo wir (.) äh. Journalisten nund andere, die sich dafür  
487 interessieren, ausbilden lassen können von uns. Ähm. Das geht äh. dahingehend, das es  
488 zum Großteil per E-Learning stattfindet (I:hm). Das ist ungefähr so ein Tag oder ein und  
489 eineinhalb Tage (.) dann machen wir so nen halben Tag persönliches Coaching wo uns als  
490 gemeinsame mit ihm nochmal sein Textprojekt anschauen, ihn dabei nochmal unterstützen  
491 und äh. einmal noch ein paar Tricks zeigen, äh. in der Programmierung, und dann hat er  
492 einfach nachgelagert noch die Möglichkeit mit uns (.) separat wieder Einzeltermine zu  
493 buchen. Er kann sich aber auch über Foren informieren, etc, pp, mit anderen Anwendern  
494 austauschen ähm. also man kommt relative rasch und schnell (.) äh. wird man in die Lage  
495 versetzt erste gute Erfolge zu erzielen. Ja und ähm. dann dort auch weiter zu machen.

496 #00:41:39-5#

497

498 I: Das heißt ahm. als Journalist oder Journalistin wid sich die gewohnte Arbeitspraxis auf  
499 jeden Fall verändern. Wie könnten Sie so diese, so kurz beschreiben wie könnte sich so die  
500 Zukunft für einen Journalist oder Journalistin gestalten. Wie könnte ihre Arbeitsalltag  
501 aussehen. #00:41:57-4#

502

503 E6: (3) Ja ich würde das ganz klar trennen? (I:hm) Also die Aufgabengebiete innerhalb einer  
504 Redaktion werden ein Stück weit auseinander wachsen, es wird Redakteure geben, die sich  
505 verstärkt darauf konzentrieren werden können, (.) äh. qualitätsjournalistische Stücke zu  
506 schreiben zu können, also (I:hm) Interviews, Recherchen, analytische Stücke zu schreiben  
507 und es wird äh. Menschen geben in den Redaktionen oder Redakteure geben (.) die  
508 begleitend, bzw. ergänzend (.) mit äh. Daten (.) aufbereiten, Datenmodelle entwickeln und  
509 automatisiert Texte produzieren lassen werden. Ja? So, dass es in Summe, ich wieder eine  
510 komplette Berichterstattung habe, mit allen journalistischen Formaten, die ich benötige für  
511 meine Leser oder die ich vorhalten möchte mit Lesern. Äh. Für Leser. Ähm. Aber da wird es  
512 ganz einfach eine Trennung geben. Es wird sicherlich nicht jeder Journalist und sicherlich  
513 nicht jeder Redakteur (.) ähm. die Lust verspüren oder sich dazu berufen zu fühlen ahm.  
514 automatisierte Betextung und ähm. zu machen und programmieren zu lernen. Aber ähm  
515 zusehends werden, solche Leute in Redaktionen Einzug halten. #00:43:13-0#

516

517 I: Hm? Das ist, das hat aber einen Vorteil wenn jetzt die JournalistInnen (.) ah. auch  
518 Programmierkenntnisse haben, dass sie bei möglichen Problemen oder Fragen einfach  
519 diese Kommunikation ah.bewerkstelligen können, also die Begriffe kennen, oder  
520 beschreiben können was sie brauchen (E6: Ja!)? #00:43:31-9#  
521  
522 E6: Genau! (I: hm) Also ich halt es für zwingend notwendig und das wird teilweise auch  
523 schon gemacht, auch insbesondere an Journalistenschulen das Thema automatisierte  
524 Betextung auch mit (.) äh. zu lehren, (I: Hm) und äh. darauf hinzuweisen welche  
525 Möglichkeiten es gibt, also es wird einfach Alltag werden. (I: Hm) Diese Technologie geht  
526 nicht mehr weg! Ja? (I: Hm) Ah. aber ich kann mir natürlich als Redaktion und als Publikation  
527 überlegen, wie kann ich diese Technologie für mich nutzbar machen. Möglichweise habe ich  
528 ja bestimmte Themen (.), die ich heute nicht (.) nicht bespielen kann textlich, weil ich nicht  
529 die hm. die Leute dafür habe, und die Ressourcen dafür habe. Und jetzt kann ich mich, jetzt  
530 kann ich mir natürlich überlegen: "Ja wie kann ich sowas mithilfe des Einsatz eines  
531 Textroboters beispielsweise gestalten. Also die [ \_\_\_\_\_ ] (Medienunternehmen) -Zeitung  
532 hätte mit Sicherheit nicht 5 Mal am Tag einen Bericht zur Feinstaubbelastung zu aktuellen,  
533 von Hand gemacht. (I: Hm) Die hätte mit Sicherheit nie einen Redakteur dafür abgestellt, der  
534 außerdem wahnsinnig geworden wäre, wenn er jeden Tag 5 Mal hintereinander (I: lacht)  
535 Feinstaubberichterstattung machen. Das ist nicht wirklich schön! (lacht) So! Aber (I:  
536 Wahrscheinlich ja) jetzt, jetzt automatisiere ich das, habe eine super tolle schöne  
537 Berichterstattung auf meiner Webseite zu einem Thema was viele meine Leser interessiert;  
538 und ich muss mich nicht einmal darum kümmern. Sondern das findet automatisch statt. Und  
539 hier kann ich plötzlich als Redaktion oder als Publikation neue Texte äh. generieren und an  
540 den Start bringen, wo ich (.) wenig äh. menschlichen Eingriff brauche, wenn es dann mal  
541 aufgesetzt ist. Ja? Also ich hab natürlich einen einmaligen Aufwand. Aber danach, äh. sowas  
542 von alleine machen. #00:45:19-6#

543 L

544 I: Ahm. #00:45:19-6#

545

546 E6: ( ) bin gerade in das, hm? Ich bin z.B. geade mit jemand in Diskussion (.) ähm.(.) in  
547 der Sportberichterstattung beispielsweise. Bei Fahrradrennen und im Triathlon werden  
548 zusehends Tracker miteingesetzt, also Datentracker, ja? Ähm. Die den Sportler sozusagen  
549 vermessen. (.) Also wie ist sein Herzschlag gerade, wie ist sein Blutdruck, ähm. wie ist seine  
550 Schrittfrequenz, oder seine Tretfrequenz auf dem Fahrrad, ähm. dann hab ich noch Gps mit  
551 dabei. Ich weiß ganz genau wo befindet sich der Fahrer gerade aktuell, wie schnell ist er  
552 unterwegs, etc. pp. Das sind alles sind wunderbar strukturierte Daten, und ich kann  
553 basierend auf diesen Daten, (.) parallel (.) zu einem ähm. zu einer Rennveranstaltung nen



554 automatisiert einen Live-Blog ähm. schreiben lassen (I:hm) ohne, dass nur ein Redakteur  
555 ähm. etwas dazu tun muss. Ja? So und wenn ich das einmal entwickelt habe, dann kann ich  
556 nicht nur ein Rad -äh. Rennen ähm. einen Live-Blog machen, sondern ich kann es dann zu  
557 jedem beliebigen machen und ich kanns dann einfach ein bisschen abändern und kann das  
558 dann auch für ne Schwimmveranstaltung machen oder Motorradrennen, oder was auch  
559 immer einem einfällt. Ja? Also ich kann mir ganz schnell neue Felder sozusagen damit  
560 erschließen, ähm. weil diese Technologie ganz einfach so gut skaliert. (I:Hm). Ich kann sogar  
561 noch einen Schritt weitergehen und jetzt kommt das nächste äh. der nächste Bereich. Ich  
562 kann sogar mit heutigen Technologien, einen bestehenden Text in Sprache umwandeln, und  
563 parallel zu der Berichterstattung über das Radrennen auch einen Podcast aufzeichnen.  
564 (I:Hm) (.) Ah. Solche Dinge sind heute möglich. Ja? (.) Also. #00:47:05-1#

565 L

566 I: Ich habe noch eine Frage, ahm, weil es ja aktuell wird dieser, ich nenne den algo= ich  
567 nenne das algorithmischen Journalismus, ja hauptsächlich in der Sportberichterstattung,  
568 Finanzbereich und so weiter, also überall wo strukturierte Daten eben vorliegen ahm.  
569 verwendet; ahm. was ist so dieser Anspruch ah. wo man sagt, das möchte man gerne in  
570 Zukunft weiterentwickeln, oder in diese Richtung möchten man gehen. #00:47:26-9#  
571

572 E6: (.) Also der Anspruch ist natürlich, ähm. eine der großen Aufgaben ist es ja, wie Sie  
573 gesehen haben, dafür zu sorgen, dass die ich strukturierten Daten in irgendeiner Form  
574 komme. So. (I:hm). Ähm. Das ist mitunter recht unter Umständen (.) bei einigen Formaten  
575 relativ mühsam oder zeitaufwändig, ja? Ahm. Ja Ansatz ist natürlich folgender, man ist  
576 bestrebt und da gibt es heute auch schon entsprechende Technologien dafür: "Wie kann ich  
577 aus (.) *unstrukturierten* Daten, strukturierte Daten machen und da gibt es heute semantische  
578 Verfahren." Ähm. Ich kann beispielweise 100e von PDFs die ich habe, ähm. wo Produkte  
579 beschrieben werden, in eine Maschine hineinwerfen und anhand von semantischen  
580 Verfahren, werden dann aus diesen unstrukturierten Texten und unstrukturierten  
581 Informationen und Daten die ich in einem Text habe, werden strukturierte Daten ähm. wird in  
582 strukturierte Daten übersetzt (I:hm) und dann habe ich quasi wieder mein Ausgangsprodukt,  
583 nämlich strukturierte Daten, und kann die dann äh. automatisiert betexten lassen. Das heißt  
584 (.) der Arbeitsschritt wird in Zukunft noch einfacher werden, in dem ich sage, ich habe hier  
585 ein mustergültigen Text, den ich in Zukunft, automatisiert produzieren möchte, dann werfe  
586 ich das äh. in die Maschine hinein. Der zerlegt mir den Text und sagt mir welche äh. welche  
587 strukturierten Daten man dafür benötigt, und äh. dann kann man sofort damit starten. Also  
588 (I:hm) es wird sehr stark in diese Richtung gehen, und es wird sehr stark in Richtung äh.  
589 gehen, dass ähm. Algorithmen aus dem Bereich der der Künstlichen Intelligenz (I: Genau.

590 Ja) und Machine-to Machine-learning- Algorithmen auch äh. miteinfließen werden in die  
591 Texte. Ja? (I:Hm) Ähm. Soll ich Ihnen da ein Beispiel dazu sagen? #00:49:18-4#  
592  
593 I: Ja bitte. #00:49:17-6#  
594  
595 E6: (3) Ahm. Heute machen Sie beispielsweise es so, dass sie in einem Online-Shop pro  
596 Produkt immer nur einen Text anzeigen. Ja? Weil es viel zu aufwändig und viel zu teuer  
597 wäre, für jedes Produkt zwei verschiedene Texte vorzuhalten. Sie haben haben gerade  
598 gelernt und gesehen, dass Sie mithilfe des Textroboters sich so viele Textvarianten  
599 erzeugen lassen können, wie Si möchten. Jetzt isses natürlich ein Einfaches, ähm. einem  
600 Produkt (.) immer zwei Texte mitzugeben und der Hälfte der Besucher die Textvariante "A"  
601 zu zeigen und der Text ( ) dem nächsten Besucher die Textvariante "B" zu zeigen. Ja?  
602 Und jetzt messe ich, nach hinten heraus über [ \_\_\_\_\_ ] (Trackingtool, seo)  
603 beispielsweise, welcher der beiden Text führt zu einer höheren Kaufrate (I: Ja) Gibt es  
604 möglicherweise innerhalb des Textes im Aufbau, oder in der Struktur oder im Sprachstil  
605 etwas, was darauf hindeuten könnte, dass die Variante "B" besser funktioniert als die  
606 Textvariante "A". Ja? So und äh. (.) dieses = dieses Machine-Learning, sozusagen mache  
607 ich mir jetzt zu Nutze und wenn der Textroboter erkennt, dass die Textvariante "B" prinzipiell  
608 besser funktioniert, als die Textvariante "A", wird in die Maschine automatisch alle Text um  
609 ähm. umschreiben sozusagen auf die, Variante die besser funktioniert. #00:50:50-0#  
610  
611 L  
612  
613 I: Hm. Weil er es- #00:50:51-0#  
614  
615 E6: Weil es zu einer höheren ( ) führt #00:50:50-7#  
616 I: Okay. #00:50:51-5#  
617 E6: Genau #00:50:51-5#  
618 I: Weil er das Ziel zum Beispiel hat, dass er mehr Klicks hat? #00:50:52-2#  
619 E6: ( ) Hat mehr Klicks genau, die Verweildauer auf den Text ist ganz einfach  
620 höher, er wird länger gelesen oder die Verweildauer ist höher. (.) Die= die Klickrate  
621 anschließend ist höher. Das sind die Indikatoren, oder sozusagen mo= Hinweise die ich  
622 per=per Daten erfassen kann; (.) (I:hm) und mir Hinweise darauf geben, dass die  
623 Textvariante "A" besser ist als die Textvariante "B". Immer gemessen an einem Ziel, dass  
624 ich vorher definiert hab. #00:51:21-4#  
625  
626 I: Genau! #00:51:20-5#

627

628 E6: So! Jetzt geht es aber sogar noch einen Schritt weiter, dass die Maschine mit Künstlicher  
629 Intelligenz nicht nur sorgt, dass die Textvariante "B" die offensichtlich besser ist, an den Start  
630 kommt, bei allen Produkten, sondern er schlägt mir noch eine Textvariante "C" vor, von der  
631 er der Meinung ist, dass der noch besser ist. (.) Und dann messe ich wieder, sodass ich  
632 einen Regelkreis schaffe, von sich selbst optimierende Inhalten, selbstoptimierende Content.  
633 Der Content wird immer automatisch besser, und zwar nicht basierend darauf, weil ein  
634 Mensch nach Bauchgefühl sagt: "Der Text ist besser". Sondern datengetrieben, wird der Text  
635 sozusagen immer besser, anhand der Verweildauer, der Klickrate, des Leseverhaltens.  
636 (I:Hm) Ja? Und in diese Richtung äh. geht ganz ganz klar die Entwicklung. #00:52:10-9#  
637

638 I: Hm? Ich habe noch eine Frage, die die da auch sehr wichtig ist, in diesem Kontext. Bei  
639 Technologie geht es ja auch immer um ethische Rahmenbedingungen und Fragen die  
640 wir uns da stellen. Ahm. Was sehen Sie eigentlich bei dieser Technologieentwicklung oder  
641 vielleicht auch von den Einsatz von Machine-Learning, ah. vielleicht auch kritisch oder  
642 vielleicht auch etwas wo wir vorsichtig sein müssen. #00:52:32-6#

643

644 E6: (.) Ich denke, diese Technologie reiht sich ein, in all die Technologien die jetzt der so  
645 ahm. schon teilweise schon am Start sind, also ich meine wir kennen all die Fälle von äh.  
646 Fake-News (I: hm), wir kennen alle die Fälle von Chat-Bots, wir kennen alle die Fälle von  
647 Einflussnahme, wir haben das große Thema ja in der USA, äh. der Einflussnahme der  
648 Russen durch bestimmte Berichterstattung um (.) bestimmte Wählerschichten ähm.  
649 hinsichtlich der redaktionellen= der Berichterstattung zu beeinflussen, (.) all das sind  
650 Themen, die sind nicht wegzudiskutieren. All diese Themen ahm. sind auch relevant, ähm.  
651 all diese Themen (.) müssen natürlich ähm. recht möglich irgendwie ähm. begegnet werden,  
652 um sowas auszuschließen. [ \_\_\_\_\_ ] (Social-Media\_Plattform) hat ja selber jetzt unlängst (I:  
653 Genau) selber bekanntgegeben, dass sie auch versuchen durch künstliche Intelligenz  
654 Algorithmen so etwas besser herauszufiltern, das besser erkennen zu können. Ja! Es ist  
655 natürlich ein Stück weit ein ähm. (.) ein Wettrennen der Maschinen, wenn man so dazu  
656 sagen möchte? Und ähm. es wird auf alle Fälle dazu beitragen, und ganz ganz wichtig  
657 werden, ähm., dass Menschen einfach (.) Schüler, ich würde da sogar da schon anfangen,  
658 dass solche Eigenschaften wie Medienkompetenz (I: Hm) ja? Ahm. einfach viel viel mehr  
659 ahm. viel viel mehr in den Vordergrund gestellt werden muss, in der ganzen Ausbildung. (I:  
660 Hm) Also das, das Menschen einfach (.) verstehe und wissen, dass nicht alles was sie lesen  
661 und was sie sehen zwingend richtig sein muss, sondern möglicherweise durch algorithmisch  
662 erstellt wurde, mit einer klaren Zielsetzung der Einflussnahme oder der gezielten  
663 Falschinformation und ich bin immer gut beraten eben ähm. so eine eigene hohe

664 Medienkompetenz zu besitzen, um sagen zu können: „Ahm. ich muss das ganze noch in  
665 den Kontext setzen, oder ich muss mich da noch an anderer Stelle informieren ob das  
666 überhaupt stimmt (I: Hm) von dem hier geschrieben wird“. Ja? Aber es ist wie bei jeder  
667 Technologie, gibt es immer ein Gut und Böse. (I: Genau) Immer. Und keine. Ja. ( )  
668 #00:54:51-5#

669 L  
670 I: Und was ich noch für eine  
671 Frage habe ist, es ist natürlich auch immer die Frage wo bleibt = wo bleibt der Mensch  
672 unersetzbar? Ahm. oder wo bleibt diese menschliche Entscheidungskraft, so wichtig. (E6:  
673 Hm) Also wo finden Sie ist der Punkt, der Verantwortung oder Entscheidungsmacht des  
674 Menschen so relevant, (.) in Anwendung der Tel= der Technologie. #00:55:11-7#  
675

676 E6: (.) Ich würde es gar nicht mal an der Verantwortung festmachen, sonder ich würde es  
677 ähm. schlicht und einfach an der Technologie festmachen. Also der Mensch hat natürlich  
678 eine viel höhere Gabe was Abstraktionsvermögen anbelangt. Er hat natürlich einen viel (.)  
679 analytischeren Sachverstand als je eine Maschine heute haben kann. Ja? Wir wissen nicht,  
680 was in 5 Jahren ist. (.) Aber ich sag mal, (.) all die journalistischen Formate, ähm. die = die  
681 man heute als Qualitätsjournalismus eher prägen würde oder stempeln würde, ähm. eben  
682 das führen eines Interviews, (I: Hm) eine = eine fundierte (.) fundierte Hintergrundgeschichte  
683 beispielsweise, all das wird zunächst noch beim Menschen bleiben, und da sind Redakteure  
684 und Journalisten einfach ganz klar im Vorteil weil sie einfach viel viel Wissen in ihren Köpfen  
685 tragen, ähm. viel besser einen Kontext herstellen können mit anderen Ereignissen, sich viel  
686 besser ein Gesamtbild machen können, und das niederschreiben können. (I: Hm) Aber; die  
687 Maschinen und die Algorithmen werden auch hier immer besser werden. Ja also es ist nur  
688 eine Frage der Zeit bis sich das nen Stück weit verändert wird. Insofern kann ich nur sagen,  
689 in einigen Bereichen (.) ist die ahm., die die Zukunft ein Stück weit ungewiss. (I: Hm) Ja? Ich  
690 denke Redakteure, Journalisten werden in=in Zukunft viel mehr (.) ähm. viel mehr  
691 st=steuernd eingreifen werden müssen, ahm. viel mehr in die Richtung gehen müssen  
692 bestimmte Dinge in = in einem Zusammenhang zu bringen, also dieses eher analytische  
693 Arbeiten, ähm. mit =mit Hirnleistung, mit Gehirnleistung sozusagen (.) wird deutlich mehr  
694 gefragt werden. (I: Hm) #00:56:56-6#

695  
696 I: Ich habe noch eine Frage ahm. die ja dann sofort auftaucht, wenn es darum geht um die  
697 automatisierte Textgenerierung, der Umgang mit der Transparenz. Also woher ahm. stammt  
698 der Text. Wie sehen Sie diese Transparenzdiskussion. #00:57:10-3#  
699

700 E6: (3) Ich finde diese Transparenzdiskussion ähm. notwendig und ich kann mir gut  
701 vorstellen, dass in bestimmten Bereichen (.) ahm. es auch gut wäre, das transparent zu  
702 machen, also obliegt natürlich immer den, der diese Texte veröffentlicht und an den Start  
703 und in den Umlauf bringt, ob = ob er darauf hinweisen möchte oder nicht. Ich bin gegen eine  
704 Regulierung von staatlicher Seite oder wo auch immer her. (I: Hm) Ahm. ähm. bin ich einfach  
705 prinzipiell, aber das ist meine persönliche und politische Einstellung (lacht), wenn sie so  
706 sagen wollen (I: lacht), weil ich nicht glaube, dass man ständig alles regulieren muss, ahm.  
707 Ich glaube eher, dass ähm. es=es gut ist ähm. (.) ähm. Medien=mehr Medienkompetenz zu  
708 schaffen, ja? (I: Hm) Und es ist ja nichts verkehrt daran, wenn ich sage, dass so ein Text,  
709 wie ich ihn hier produziere von einer Produktbeschreibung von einem Reifen (.) isses völlig  
710 egal, ob ich hier drunter schreibe würde: „Dieser Text ist maschinell erstellt.“ Ja? Ähm. der  
711 für den Leser ist es natürlich irrelevante Information, weil der Leser (.) den Text danach  
712 beurteilt, wie gut ist der Informationsgehalt. Ja? Also wie gut fühle ich mich von diesem Text  
713 quasi beraten und informiert. (.) Das ist ja, das ist ja das Kriterium und da ist es im Prinzip  
714 nebensächlich für ihn ob der Text maschinell produziert wurde oder nicht. Ja? (.) (I: Hm).  
715 #00:58:46-3#  
716  
717 *Nachbesprechung und Verabschiedung*

## **Kurzfassung**

Im Rahmen der vorliegenden Masterarbeit wurde ein konsensuelles Zukunftsszenario zum Einsatz von algorithmischem Journalismus im österreichischen Onlinebereich, bezogen auf die Möglichkeiten von Arbeit mit Algorithmen, Veränderung journalistischer Arbeitsbereiche und Grenzziehungen, entwickelt. Dazu wurden die Einschätzungen und das Wissen von JournalistInnen, EntscheidungsträgerInnen aus dem Medienbereich und EntwicklerInnen im Rahmen einer qualitativ-quantitativen Delphi-Studie gebündelt. Der theoretische Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit basiert vorrangig auf der Social Construction of Technology (Pinch; Bijker 1987 / Bijker, 2009) und dem Domesticationsansatz (Silverstone 1994).

Algorithmischer Journalismus wird vor allem als Werkzeug konstituiert, das durch das Zusammenspiel algorithmischer Lösungen, wie Recherche und Textgenerierung, sein unterstützendes Potential für JournalistInnen entfaltet. Die mögliche Nutzung wird vom Bedürfnis der Kontrolle begleitet um a.) die Wertschöpfung durch Zeit- und Ressourcenersparnis zu ermöglichen und b.) damit JournalistInnen im Kontext des journalistischen Selbstverständnisses den gesellschaftlichen Auftrag in ihrer Kontrollfunktion realisieren können. Unvorhergesehene Inhalte, die zu nicht einschätzbaren Folgen führen, werden, besonders durch fehlende Nachvollziehbarkeit algorithmischer Entscheidungen, beim Einsatz neuronaler Netzwerke als Risiko eingeschätzt.

Die Grenze des Einsatzes wird bei Inhalten gezogen, wofür wiederum menschliches Interpretations- und Urteilsvermögen notwendig ist. Ein begrenztes Use-Case ermöglicht daher eine Risikoreduktion in der Textgenerierung.

Algorithmischer Journalismus kommt als Spezialisierung innerhalb des Journalismus hinzu. Interdisziplinäre Schnittstellenpositionen entwickeln sich als Bridge-Roles zwischen Technik und Journalismus. Interdisziplinäre Kommunikationsfähigkeit und Datenbewusstsein wird im Zusammenhang mit algorithmischem Journalismus wichtiger. Detailwissen zu Sachverhalten und journalistisches „Handwerk“ bleiben auch in Zukunft wichtig. Die Mitgestaltung beim Einsatz von Technologie ist für einige JournalistInnen wichtig, sofern ihr Arbeitsschwerpunkt journalismusspezifisch bleibt.

## **Abstract**

This master thesis shows a developed consensual future scenario about the use of algorithmic journalism in the Austrian online-area, with possibilities and limits to the use of algorithms and changing journalistic working areas. For this purpose estimations and specific knowledge of journalists, decision-makers from the media sector and developers were brought together in qualitative-quantitative Delphi study. The theoretical focus of this work is primarily based on the Social Construction of Technology (Pinch, Bijker 1987 / Bijker, 2009) and on the Domestications approach (Silverstone 1994).

Algorithmic journalism as a tool unfolds its supportive potential for journalists through the interaction between algorithmic solutions, such as investigation and text generation. The possible use is attended by the need for control a.) to execute added value through time and resource savings, and b.) for Journalists, to realize the social mission as a control function in the context of their journalistic ethos. Unpredictable content, that leads to unforeseeable consequences, is considered to be a risk, especially using neural networks, due to the lack of transparency of algorithmic decisions.

The limit of usage shows up in content, where human interpretive and judgemental skills are required. Therefore a limited use-case allows to reduce risks in automated text generation.

In the future algorithmic journalism is added as a specialization within the journalism. Interdisciplinary interface positions as bridge-roles between technology and journalism, are developing. Interdisciplinary communication skills and data awareness become more important in the context of algorithmic journalism. Journalistic skills and detailed knowledge of facts will remain important in the future. For some journalists active participation is important in the use of technology, as long as their focus remains journalism-specific.