Künstliche Intelligenz und Medien - Titelthema im Tendenz Magazin 2/2017

von ***Eva Wolfangel*** *am* ***24. Oktober 2017***

Heute pünktlich zu den Medientagen 2017 erscheint das neue Tendenz Magazin mit dem Titelthema von Datenjournalismus-Projektbetreiberin Eva Wolfangel „Mensch, Maschine, Missverständnis? Künstliche Intelligenz verändert Gesellschaft und Medien“. Ein Auszug.

Verschiedene Verlageshäuser und Sender experimentieren mit Künstlicher Intelligenz. Dabei entstehen interessante Projekte – wenn die Hürden überwunden sind.

Von Missverständnissen zu Innovationen

Es war einmal ein norddeutscher Chefredakteur, der wollte eine neue Nachrichten-App ausprobieren: so etwas ganz Modernes mit Algorithmen, Künstlicher Intelligenz, verknüpft mit dem Internet der Dinge. „Wir vermitteln Ihnen den richtigen Inhalt zur richtigen Zeit“, versprach die App, „wir trainieren unsere Algorithmen darin, die Interessen und Nutzungsgewohnheiten jedes einzelnen Nutzers zu verstehen.“

Eine App, die weiß, welche Nachrichten einen interessieren

Wie schön! Eine App, die einfach weiß, wann man welche Nachrichten lesen, hören oder sehen möchte. Dem Chefredakteur kam das gerade recht, schließlich wollte er die aktuelle Nachrichtenlage stets im Blick haben und immer auf dem Laufenden sein, was die Konkurrenz schreibt.

Er scrollte sich also jeden Morgen durch die News-Inhalte der App, las die Titel der Nachrichtenartikel, die kurzen Teaser. Doch die Nachrichten wurden immer weniger – bis er eines Tages seine App öffnete und staunte: keine neuen Nachrichten! Nun weiß jeder Chefredakteur, dass es keinen Tag ohne Nachrichten gibt. Was also war geschehen?

Man benötigt echte Nutzer, die Entwicklungen testen

Das Beispiel zeigt eine der typischen Herausforderungen der Künstlichen Intelligenz (KI): Missverständnisse zwischen Mensch und Maschine. Marco Maas muss ein wenig grinsen, wenn er über solche Pannen redet: Die News-App xMinutes, zu deren Schöpfern er gehört, befindet sich noch in der Beta-Phase: „Solche Probleme findet man nur durch ausführliche Tests. Man benötigt halt echte Nutzer, um eine solche Entwicklung auf Herz und Nieren zu testen.“

Ein klassisches Mensch-Maschine-Missverständnis

Des Rätsels Lösung: Zwischen dem Chefredakteur und der App hatte es ein klassisches Mensch-Maschine-Missverständnis gegeben. Der Algorithmus lernt aus der Interaktion der Nutzer und deren Verhalten: Klickt der Leser einen Text an, scheint er ihn zumindest interessant zu finden. Bleibt er gar einige Minuten auf der Seite, bestärkt das den Algorithmus darin, diesem Nutzer in Zukunft ähnliche Inhalte anzubieten. Der Chefredakteur hingegen klickte nie etwas an. Ihm genügten die Headlines. Für den Algorithmus hieß das schlicht: kein Interesse! Also blieb das App-Display irgendwann leer.

© 2026 Bayerische Landeszentrale für neue Medien

Ein großes Thema ist die Personalisierung von Nachrichten

Auch wenn die Medienbranche noch zögerlich mit der neuen Technologie umgeht, gibt es inzwischen einige interessante Projekte, in denen Künstliche Intelligenz eine Rolle spielt. Die Personalisierung von Nachrichten ist im Medienbereich beispielsweise ein großes Thema: Zahlreiche Apps versprechen, Nachrichten an den jeweiligen Leser anzupassen – doch kaum eine hat bislang besondere Relevanz erlangt, viele wurden wieder eingestellt.

Die Möglichkeiten von Künstlicher Intelligenz sind noch lange nicht ausgeschöpft

Zudem gibt es genau an dieser Personalisierung auch Kritik: sie kann Filterblasen verursachen und zu einer einseitigen Weltsicht führen. Doch die Möglichkeiten von KI sind noch lange nicht ausgeschöpft. Zu den vielversprechendsten Anwendungen gehören zurzeit KI-Konzepte für journalistische Recherchen.

Nicht zuletzt die Veröffentlichungen rund um die Panama Papers zeigten, wie aus großen Mengen unstrukturierter Daten Geschichten und Skandale gefiltert werden können. Die Panama Papers, anhand derer Journalisten – unter anderem der Süddeutschen Zeitung – in einem internationalen Journalistenkonsortium Steuerschlupflöcher aufgedeckt haben, bestanden aus 11,5 Millionen Dokumenten.

Kein Mensch hätte die 2,6 Terrabyte Daten von Hand durchsuchen können. Die Journalisten nutzten deshalb verschiedene Anwendungen des maschinellen Lernens, die ihnen halfen, die Dokumente lesbar zusammenzufügen, zu strukturieren und schließlich Netzwerke zwischen den beteiligten Personen und Organisationen zu visualisieren.

Ersetzen uns die Algorithmen eines Tages?

Wohl kaum: Ohne menschliche Kontrollinstanz, das ist ein breiter Konsens unter den Medienschaffenden, wird Künstlicher Intelligenz zur Blackbox und zum Risiko. Fehlende Erklärbarkeit und mangelnde Transparenz gelten aktuell als eine der problematischsten Schwächen selbstlernender Algorithmen.

Forscher arbeiten aktuell an selbstlernenden Systemen, die ihre Entscheidungen entweder erklären können oder eine Möglichkeit bieten, diese nachzuvollziehen – damit KI und Menschen zusammenarbeiten können.

Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.
Mehr erfahren

Video laden

☑YouTube immer entsperren

Den gesamten Text zum Nachlesen im Tendenz-Magazin 2/2017 gibt es hier.