

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung	12
1.1 Die digitale Revolution und der Journalismus	12
1.2 Der Journalismus muss sich neu erfinden	13
1.3 Überblick	14
2. Was ist Roboterjournalismus?	16
2.1 Definition und Abgrenzung	16
2.2 Einordnung im Journalismus	17
2.3 Ziel der Arbeit	18
2.4 Funktionsweise einer Textgenerierungsplattform	20
2.5 Geschichte	22
2.6 Anwendungsgebiete	27
2.6.1 Sport	27
2.6.2 Wirtschaft	28
2.6.3 Umwelt	29
2.6.4 Soziale Medien	30
2.6.5 Weitere Anwendungsgebiete	31
3. Vergleich von Roboter- und Journalistentexten	32
3.1 Stand der Forschung	32
3.1.1 Clerwall, Christer: <i>Enter the Robot Journalism</i> (2014)	32
3.1.2 Hille van der Kaa et al.: <i>Journalist Versus News Consumer: The Perceived Credibility of Machine Written News</i> (2014)	33
3.1.3 Andreas Graefe et al.: <i>Readers' perception of computer-generated news: Credibility, expertise, and readability</i> (2016)	34

3.2	Beispieltexte	36
3.3	Zusammenfassung und Fazit	38
4.	Qualitative Erhebung zum Status Quo des Roboterjournalismus in Deutschland	41
4.1	Methodik	41
4.2	Bestimmung der Kategorien	44
4.3	Bestimmung von Subkategorien	46
4.4	Kategorienbasierte Auswertung der Hauptkategorien	47
4.4.1	Folgen der Digitalisierung	47
4.4.2	Grenzen	49
4.4.3	Kosten	50
4.4.4	Reaktionen von Rezipienten	51
4.4.5	Regulierungen/Anpassungen	52
4.4.6	Zukunft/Ausblick	54
4.5	Auswertung der Subkategorien	57
4.5.1	Möglichkeiten/Chancen	57
4.5.2	Gefahren	59
5.	Zusammenfassung	62
5.1	Fazit/Diskussion	62
5.2	Methodische Einschränkungen	67
	Quellennachweise/Anlagen	68