

# Inhaltsverzeichnis

- 1 Einleitung** ..... 1
  - 1.1 Ziel der Arbeit mit Forschungsstand und Forschungslücken .... 3
  - 1.2 Struktur der Arbeit ..... 6
- 2 Grundlegende Begriffe: Journalismus und seine Publika** ..... 11
- 3 Forschungsobjekt: automatisierter Journalismus** ..... 15
  - 3.1 Begriffsdefinition und Beschreibung des Gegenstands ..... 15
  - 3.2 Kommunikationswissenschaftliche Forschungsperspektiven .... 18
    - 3.2.1 Einordnung in die Kommunikationswissenschaft ..... 19
    - 3.2.2 Deskriptiv-empirische sowie modellentwickelnde Vorgehen ..... 23
  - 3.3 Umsetzung in der Praxis ..... 25
    - 3.3.1 Prozess, Technologie und Funktionsweise ..... 25
    - 3.3.2 Marktentwicklung und ausgewählte Anbieter ..... 30
    - 3.3.3 Exemplarische Anwendung: Sport- und Coronaberichterstattung sowie KI-Kolumne ..... 33
  - 3.4 Aktuelle Debatten in Forschung und Anwendung zum Technologieeinsatz ..... 36
    - 3.4.1 Antizipierte Chancen und Grenzen ..... 36
    - 3.4.2 Ethische und rechtliche Herausforderungen sowie offene Fragen ..... 40
  - 3.5 Zwischenfazit I: automatisierter Journalismus ..... 44
- 4 Vertrauen in Journalismus** ..... 47
  - 4.1 Das Forschungsfeld der Medienbewertungen ..... 48
  - 4.2 Grundlagen des Begriffs Medienvertrauen ..... 54

4.2.1	Vertrauen im Allgemeinen .....	55
4.2.2	Vertrauen in journalistische Medien .....	58
4.2.3	Vertrauen und Glaubwürdigkeit .....	61
4.3	Operationalisierung von Medienvertrauen .....	68
4.3.1	Vertrauensobjekte und generalisierte institutionalisierte Vertrauensbeziehungen .....	69
4.3.2	Umsetzung der Vertrauensfrage .....	70
4.3.3	Schwierigkeiten der Operationalisierung .....	73
4.4	Bedingungen und Voraussetzungen für Medienvertrauen .....	77
4.4.1	Einflussfaktoren für Medienvertrauen im Allgemeinen .....	79
4.4.2	Einflussfaktoren auf generalisiertes Journalismusvertrauen .....	83
4.5	Stand und Entwicklung des Journalismusvertrauens in Deutschland .....	89
4.5.1	Medien- und Journalismusvertrauen in Deutschland .....	90
4.5.2	Generalisiertes Medienvertrauen im internationalen Vergleich .....	95
4.6	Zwischenfazit II: Generalisiertes Journalismusvertrauen .....	98
<b>5</b>	<b>Glaubwürdigkeit und Vertrauen in automatisiert generierte Nachrichtentexte: Forschungsstand zur Wahrnehmung der Lesenden .....</b>	<b>103</b>
5.1	Dokumentation der Literaturanalyse .....	105
5.2	Aufarbeitung des Forschungsstands zu Glaubwürdigkeit und Vertrauen .....	108
5.2.1	Studienüberblick und Schwerpunkte ausgewählter Arbeiten .....	108
5.2.2	Umsetzung und Verwendung der Stimuli .....	112
5.2.3	Operationalisierung der Variablen .....	117
5.2.4	Darstellung der Studienergebnisse .....	123
5.3	Zusammenfassung möglicher Einflussfaktoren und Darlegung der Forschungslücken .....	150
<b>6</b>	<b>Forschungsmodell und Ableitung der Forschungsfragen .....</b>	<b>155</b>
6.1	Zusammenfassung der identifizierten Forschungslücken .....	155
6.2	Forschungsziel und Entwicklung des Forschungsmodells .....	160
6.3	Ableitung der Forschungs- und Detailfragen .....	163

---

6.3.1	Fragenkomplex 1: Wahrnehmung des automatisierten Journalismus und seine Bedeutung für Lesende .....	163
6.3.2	Fragenkomplex 2: Erwartung zum Einsatz der Technologie im Journalismus .....	164
6.3.3	Fragenkomplex 3: Spezifische Einflussfaktoren auf die Vertrauenszuschreibung in automatisierten Journalismus .....	165
<b>7</b>	<b>Methodik und Untersuchungsdesign: Focus Groups .....</b>	<b>169</b>
7.1	Darstellung der Methode und Begründung der Methodenwahl .....	169
7.2	Vorbereitung mit Entwicklung des Leitfadens und Moderationsschulung .....	175
7.3	Auswahl der Teilnehmenden und Überblick über die Focus Groups .....	177
7.4	Durchführung und inhaltliche Zielsetzung der Focus Groups ...	183
7.5	Beschreibung der Stichprobe und Zusammensetzung der Focus Groups .....	185
7.6	Nachbereitung der Datenerhebung, Transkription und Auswertungsstrategie .....	187
<b>8</b>	<b>Ergebnisse .....</b>	<b>191</b>
8.1	Zusammenfassende Darstellung der Focus Groups .....	192
8.1.1	Focus Group I – Durchschnitt .....	192
8.1.2	Focus Group II – Technologiereflektierte .....	193
8.1.3	Focus Group III – Medienkompetente .....	194
8.2	Verständnis von Vertrauen .....	194
8.2.1	Interpersonales Vertrauen .....	195
8.2.2	Vertrauen in Journalismus .....	196
8.3	Wahrnehmung des automatisierten Journalismus .....	201
8.3.1	Beschreibung des Untersuchungsgegenstand .....	201
8.3.2	Bewertung der Veränderungen im Journalismus .....	206
8.4	Erwartungen an automatisierten Journalismus und Forderungen zum Technologieeinsatz .....	210
8.4.1	Befürchtungen und negative Erwartungen .....	211
8.4.2	Hoffnungen und positive Erwartungen .....	214
8.4.3	Erfüllung der Erwartung an vertrauensbildende Maßnahmen .....	216

---

8.4.4	Informationsbedürfnis und offene Fragen der Lesenden .....	217
8.4.5	Forderungen zum Technologieeinsatz im Journalismus .....	219
8.5	Vertrauen in automatisierten Journalismus .....	222
8.6	Einflussfaktoren der Vertrauensbewertung .....	227
8.6.1	Ausgewählte Personenmerkmale .....	227
8.6.2	Merkmale des automatisierten Journalismus .....	231
8.6.3	Publikations- und Textmerkmale .....	236
8.6.4	Exploration weiterer Einflüsse .....	241
<b>9</b>	<b>Fazit</b> .....	247
9.1	Zusammenfassung der Ergebnisse .....	248
9.2	Einordnung der Ergebnisse, Limitationen und weiterführende Forschung .....	252
9.3	Handlungsempfehlungen für die Praxis .....	259
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	265