

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 Publiko	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
5	Glaubwürdigkeit und Vertrauen in automatisiert generierte Nachrichtentexte: Forschungsstand zur Wahrnehmung der Lesenden	103
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
6	Forschungsmodell und Ableitung der Forschungsfragen	155
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
7	Methodik und Untersuchungsdesign: Focus Groups	169
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
8	Ergebnisse	191
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
9	Fazit	247
9.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	248
9.2	Einordnung der Ergebnisse, Limitationen und weiterführende Forschung	252
9.3	Handlungsempfehlungen für die Praxis	259
	Literaturverzeichnis	265