

Pressemitteilung

Ludwig-Maximilians-Universität München
LMU

16.05.2024

<http://idw-online.de/de/news833735>

Forschungsergebnisse, Wissenschaftliche Publikationen
Gesellschaft, Informationstechnik, Medien- und Kommunikationswissenschaften, Psychologie
überregional



Automatisch produzierte Nachrichtenvideos: Besser mit menschlicher Note

KI-generierte Videos zu Kurznachrichten kommen nur dann genauso gut an, wie manuell erstellte, wenn sie von Menschen nachbearbeitet werden.

Nachrichtenorganisationen - darunter Bloomberg, Reuters und The Economist - nutzen KI-gestützte Videodienste, um die wachsende Nachfrage ihres Publikums nach audiovisuellen Inhalten zu bedienen. Eine kürzlich im Fachmagazin Journalism veröffentlichte Studie zeigt nun, dass die automatisierte Produktion von Nachrichtenvideos besser ist, wenn sie von Menschen unterstützt wird.

Technologieanbieter wie Wochit und Moovly ermöglichen Verlagen die Massenproduktion von Videos in großem Umfang. Aber was halten die Nutzerinnen und Nutzer vom Ergebnis? Forschende um den LMU-Kommunikationswissenschaftler Professor Neil Thurman haben herausgefunden, dass nur automatisierte Videos, die von Menschen nachbearbeitet wurden, genauso gut ankamen wie vollständig von Menschen erstellte Videos.

"Unsere Forschung zeigt, dass automatisierte Kurznachrichtenvideos den Nachrichtenkonsumenten im Durchschnitt genauso gut gefallen wie manuell erstellte Videos, solange der Automatisierungsprozess von Menschen überwacht wird", sagt Neil Thurman, vom Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU.

Zusammen mit Dr. Sally Stares (London School of Economic) und Dr. Michael Koliska (Georgetown University) untersuchte Thurman die Reaktionen von 4.200 britischen Nachrichtenkonsumenten auf von Menschen gemachte, hochautomatisierte und teilautomatisierte Videos, die eine Vielzahl von Themen behandelten, darunter Christiano Ronaldo, Donald Trump und die Wimbledoner Tennismeisterschaften. Die teilautomatisierten Videos wurden nach dem anfänglichen Automatisierungsprozess von Menschen nachbearbeitet.

Die Ergebnisse zeigen, dass es keine signifikanten Unterschiede in der Beliebtheit der von Menschen gemachten und teilautomatisierten Videos bei den Zuschauerinnen und Zuschauern gab. Dagegen fanden die hochautomatisierten Videos deutlich weniger Anklang. Mit anderen Worten: Die Ergebnisse zeigen, dass automatisierte Nachrichtenvideos unter menschlicher Aufsicht besser sind.

Laut Thurman ist "eine wichtige Erkenntnis der Studie, dass automatisierte Videos am besten sind, wenn sie in einer hybriden Form erstellt werden, d. h. in Zusammenarbeit zwischen Mensch und Maschine. Eine solche Hybridform beinhaltet eine stärkere menschliche Aufsicht, die sicherstellt, dass die automatisierte Videoproduktion die Qualitätsstandards beibehält und gleichzeitig die Stärken von Computern, wie Geschwindigkeit und Umfang, optimal ausnutzt."

wissenschaftliche Ansprechpartner:

Prof. Dr. Neil Thurman

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Ludwig-Maximilians-Universität München
Tel.: +49 89 2180-9449
neil.thurman@ifkw.lmu.de

Originalpublikation:

Neil Thurman, Sally Stares & Michael Koliska: Audience evaluations of news videos made with various levels of automation: A population-based survey experiment. Journalism 2024
<https://doi.org/10.1177/14648849241243189>