

KREATIVE ALGORITHMEN



Der Einsatz Künstlicher Intelligenz

stellt viele Bereiche des Lebens auf den Kopf. Für das prmagazin hat pressrelations untersucht: Welche Aspekte finden medial besonders viel Beachtung? Welche **Sprach- und Bildgeneratoren** dominieren das mediale Geschehen? Und lassen sich **mediale Peaks** oder sogar bereits ein **Hype-Zyklus** erkennen?

Das Metathema KI und Robotik weist nicht nur ein konstantes Medieninteresse auf – die Themennennungen pro Monat haben sich im Verlauf des Untersuchungszeitraums sogar mehr als verdoppelt. Besonders prominent werden drei Aspekte diskutiert: „Generative KI“ (11 Prozent der Gesamtberichterstattung), „Nachhaltige KI“ (16 Prozent) und „Ethische KI“ (5 Prozent). Was verbirgt sich dahinter?

Generative KI – wie der populäre Bot ChatGPT und die Bild-Software Dall-E von OpenAI – konzentriert sich darauf, durch maschinelles Lernen neue und innovative Ergebnisse zu erzeugen, etwa realistische Bilder, Musik oder Text.

Bei nachhaltiger KI geht es darum, die Umweltauswirkungen von KI-Technologien zu minimieren und ihre gesellschaftlichen Vorteile zu maximieren. Etwa durch den Einsatz energieeffizienter Hardware und die Sicherstellung einer verantwortungsvollen Entwicklung und Nutzung.

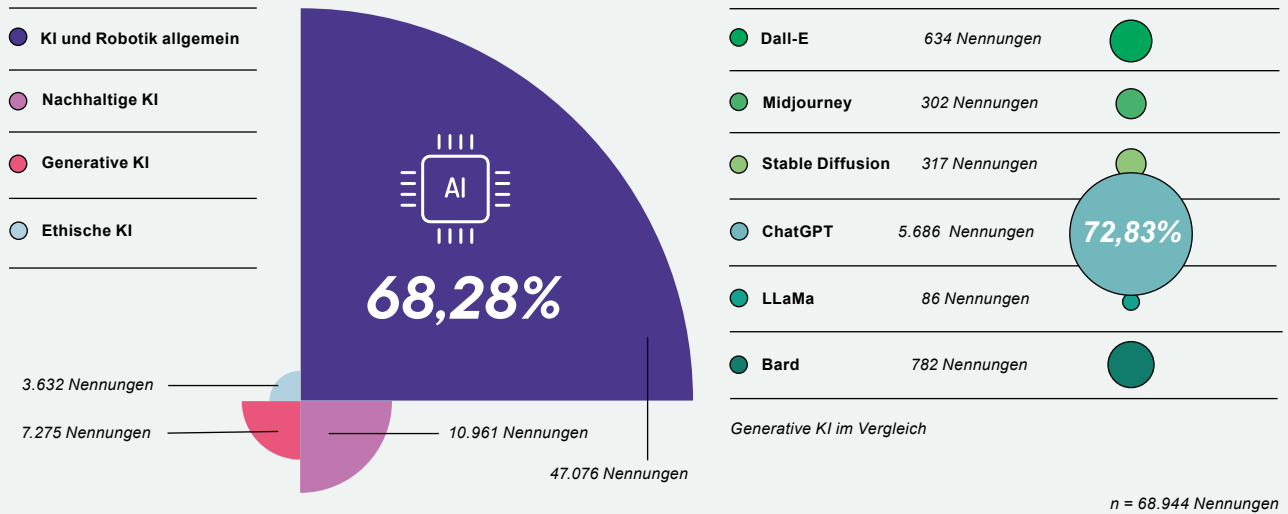
Ethische KI ist darauf ausgerichtet, KI-Technologien so zu entwickeln und einzusetzen, dass sie mit ethischen Prinzipien und Werten wie der Achtung der Menschenrechte, sozialer Gerechtigkeit und Transparenz vereinbar sind.

Das steigende mediale Interesse an dem erstgenannten Aspekt, der generativen KI, lässt einen genaueren Blick darauf sinnvoll erscheinen. Bei den Sprachgeneratoren stehen ChatGPT (OpenAI), Bard (Google) und LLaMa (Meta) im Fokus. Diese drei Tools dominieren die mediale Debatte mit 84 Prozent aller Beiträge klar. Ihre Entwicklung im Untersuchungszeitraum zeigt seit Anfang des Jahres einen sehr starken Aufschwung, der einen weiteren Anstieg in den kommenden Wochen und Monaten vermuten lässt.

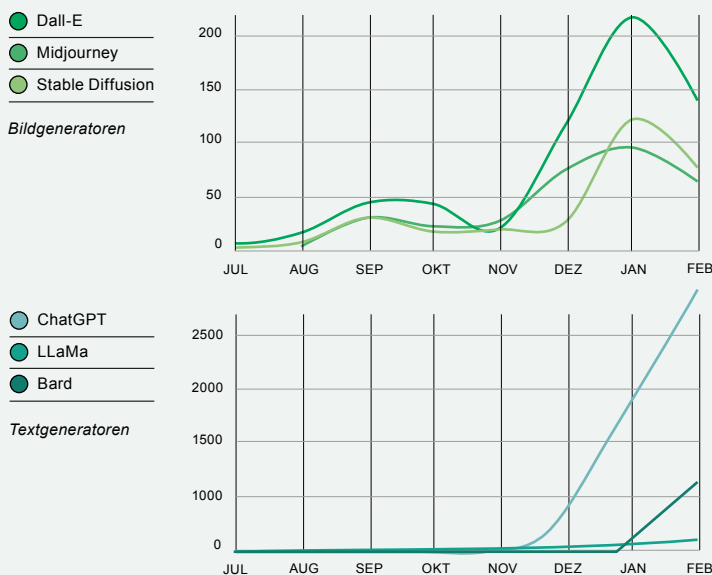
Insbesondere ChatGPT macht seit Ende November 2022, als das Tool als Open-Source-Anwendung zur Verfügung gestellt wurde, medial von sich >

ChatGPT beherrscht die Medienberichterstattung mit 73 Prozent aller Beiträge zu den analysierten Sprach- und Bildgeneratoren.

DAUERBRENNER KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IM FOKUS DER MEDIEN WELCHE GENERATOREN MACHEN AM ENDE DAS GROßE RENNEN?



DER HYPE UM KREATIVE ALGORITHMEN AUSGEWÄHLTE BILDGENERATOREN UND CHATBOTS IM ZEITVERLAUF



Als Basis der vorliegenden Analyse dienen Abfragen im pressrelations-SearchPool in ausgewählten deutschsprachigen Onlinemedien (überregionale und regionale Tageszeitungen, Magazinen, Sonntags- und Wochenzeitungen) aus dem DACH-Raum (Zeitraum: 01.03.2022 bis 28.02.2023). Aufgrund geringer Datenlage bilden die Zeitverläufe den Zeitraum Juli 2022 bis Februar 2023 ab.



Während Sprachgeneratoren ein immer größeres Echo finden, ist das Interesse an Bildgeneratoren wesentlich geringer.

reden und beherrscht die Berichterstattung mit 73 Prozent aller 7.807 Beiträge zu den analysierten Sprach- und Bildgeneratoren.

Für Aufsehen sorgten im Januar 2023 der Auftritt von ChatGPT auf der Consumer Electronics Show (CES) und die Integration des Bots in die Microsoft-Suchmaschine Bing, was Medien vor allem als harte Konkurrenz für Google werteten. Darüber hinaus wurde die Nutzung von ChatGPT an (Hoch-)Schulen öffentlich diskutiert.

Im Februar 2023 stieg das mediale Interesse weiter, nachdem OpenAI ein weiteres Tool gestartet hatte, das erkennt, ob Texte KI-generiert sind. Ebenfalls aufgegriffen wurde die neue ChatGPT-Bezahlversion mit Abo-Modell.

Die Konkurrenz, Bard und LLaMa, kam medial erst später in die Gänge. Bard trat im Februar 2023 auf den Plan, als Google der Öffentlichkeit einen eigenen Chatbot ankündigte, was zehn Prozent der Beiträge aufgriffen. Zum gleichen Zeitpunkt, nämlich als Mark Zuckerberg ebenfalls einen eigenen Chatbot ankündigte, tauchte LLaMa in gerade mal einem Prozent der Medienartikel auf.

Die Berichterstattung über die untersuchten Bildgeneratoren entwickelte sich anders als die über die Sprach-Bots: Nur 16 Prozent der untersuchten Beiträge beschäftigten sich im Beobachtungszeitraum mit Dall-E und Dall-E 2 (OpenAI), Stable Diffusion (Stability AI, CompVis LMU und Runway mit Unterstützung von EleutherAI und Laion) sowie Midjourney (Midjourney). Zudem fiel der erste

Peak seit Einführung im Herbst 2022 (September/Oktober) deutlich geringer aus. Nach einem Rückgang im November stieg das mediale Interesse an den Bildgeneratoren ab Dezember erneut deutlich an. Grund dafür waren zahlreiche Nennungen im Zuge der Berichterstattung über ChatGPT.

Klare mediale Gewinner sind auch hier die OpenAI-Bots Dall-E und Dall-E 2 (8 Prozent der Beiträge). Im Herbst 2022 sorgten die Tools vor allem für Aufsehen, weil sie für jedermann zugänglich gemacht wurden und weil Microsoft Dall-E 2 in seine eigene Software integrierte. Der starke Anstieg zu Beginn des Jahres 2023 ist darauf zurückzuführen, dass Dall-E in Texten zu OpenAI und ChatGPT als „vielversprechende Lösung“ (Salzburger Nachrichten, 26.01.2023) auftauchte.

Der Bildgenerator Midjourney (4 Prozent aller Beiträge) machte im Herbst 2022 von sich reden, weil der Gewinner des Kunstwettbewerbs „State Fair Fine Arts Competition“ sein Werk zum großen Teil mit Midjourney erstellt hatte. Im Januar 2023 tauchte das Tool insbesondere in Berichten zur Tech-Messe CES 2023 und im öffentlichen Diskurs zu Kunst und KI vermehrt auf.

Wie seine Konkurrenten erlebte Stable Diffusion (4 Prozent aller Beiträge) im Herbst 2022 (September) einen Beitragsanstieg, da das Tool ab Ende August als Open-Source-Software zur Verfügung stand. Im Dezember 2022 sorgte der Bot dann allerdings für Negativschlagzeilen, weil er hinter der Foto-App Lensa steht, der Sexismus und Kunstraub vorgeworfen wurde.

Das gehäufte mediale Interesse im Januar 2023 erklärt sich vor allem durch die Nennung von Stable Diffusion in Beiträgen zur Tech-Messe CES 2023. Aber das Tool geriet auch erneut ins Kreuzfeuer der Kritik. Hintergrund: Getty Images verklagte die Macher von Stable Diffusion wegen Urheberrechtsverletzung.

Während der Hype um Sprachgeneratoren wie ChatGPT und Co anhält, ist das Interesse an Bildgeneratoren nicht nur wesentlich geringer, sondern scheint vorerst abgeebbt zu sein. Zwar schlugen auch sie sich zwischen Dezember 2022 und Januar 2023 vermehrt im öffentlichen Diskurs nieder, allerdings sank die Aufmerksamkeit danach deutlich.

Es bleibt also abzuwarten, ob sich die Berichterstattung im Laufe des Jahres – einem Hype-Zyklus entsprechend – auf einem Plateau einpendelt oder ob der Hype erst richtig losgeht. ◀