

Künstliche Intelligenz – Herausforderungen für Medienunternehmen (III)

Seit Heft 3/2022 widmen wir uns dem Thema der „Künstlichen Intelligenz“ und dabei speziell der Frage, welchen Einfluss dadurch auf die Medienbranche und die Medienunternehmen ausgeübt wird. Ausgangspunkt war eine Fachkonferenz des Münchner Kreises im Juli letzten Jahres. Wir machen eine Reihe von Vorträgen dieser Veranstaltung in Form einer Serie einem breiteren Publikum zugänglich, ergänzt um thematisch passende Beiträge anderer Autoren.

Hier ein Überblick über den aktuellen Stand:

Heft 3/2022: KI & Medienunternehmen (I)

Einführung

Simon Hegelich, Hochschule für Politik München, Technische Universität München / Kolja Hegelich, Ubicquia: Large Language Models: Starke KI mit bekannten Schwächen?

David Caswell, British Broadcasting Corporation, BBC News: Producing News in the Age of Artificial Intelligence

Heft 4/2022: KI & Medienunternehmen (II)

Bartosz Wilczek / Mario Haim, Ludwig-Maximilians-Universität München: Wie kann Künstliche Intelligenz die Effizienz von Medienorganisationen steigern? Eine Systematisierung entlang der Nachrichtenwertkette mit besonderer Berücksichtigung lokaler und regionaler Medien

Heft 1/2023: KI & Medienunternehmen (III)

Albrecht Schmidt, Ludwig-Maximilians-Universität München: KI in der Medienbranche: Content-Erstellung, Mediendesign und Produktion



© Münchner Kreis/Bayerischer Rundfunk

Fachkonferenz Münchner Kreis: „KI-Technologien und Medienunternehmen“ am 7. Juli 2022