

Column: Media moet mee met AI

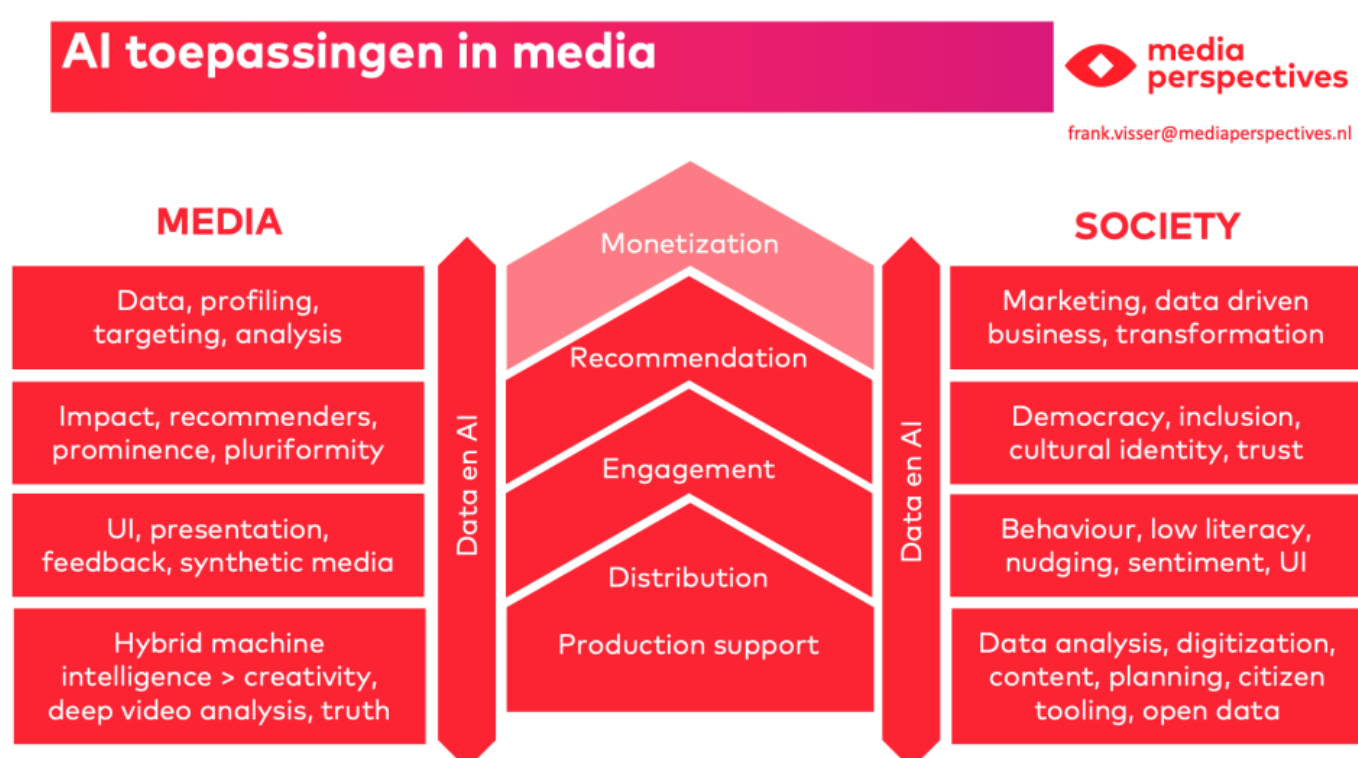


Laatste update: 12 nov '20 - 8:08

De media-industrie staat voor de derde grote verandering in digitalisering. Eerst was er internet, toen online video en nu datagedreven diensten. Als Media Park zijn we hét productie en distributiecetrum van de media. Door nu een leidende positie op het gebied van AI en media in te nemen in de Nederlandse AI Coalitie kunnen we het Media Park met al haar bedrijven, mensen, ervaring en kennis als hightech campus profileren en ons aantrekkelijk maken voor de nieuwe generatie medewerkers en bedrijven die we hier op het park met deze derde verandering nodig hebben.

De Nederlandse AI Coalitie (NLAIC) is twee jaar geleden gestart als lobby gericht op het kabinet om Nederland internationaal weer een vooraanstaande positie te geven op het gebied van AI. Er ligt een ambitieus plan waar meer dan twee miljard euro op is gevraagd. 23 miljoen daarvan is afgelopen week al toegekend. In dat plan is sprake van Hubs die als kennisgebied worden verbijzonderd. We zijn er al in geslaagd het Media Park een klein plekje in dat plan te geven, maar moeten dat nu uitbouwen tot een echte Hub voor AI en media.

Waarom is AI zo belangrijk voor media? Omdat media zo belangrijk is voor de samenleving en omdat media enorm veel interactie en content data genereert. In de onderstaande figuur wordt in drie kolommen toegelicht hoe deze verbondenheid in elkaar steekt. De middelste kolom is de voortbrengingskolom van de media-industrie, van productie tot monetization. Niet elk onderdeel is voor elke organisatie even belangrijk, of wordt ingekocht, maar in grote lijnen geldt deze keten voor iedereen. Links zijn AI toepassingsgebieden te vinden, en rechts de impact die toepassingen op dit niveau hebben op de samenleving. AI voor synthetic media bijvoorbeeld kan ertoe leiden dat laaggeletterden beter geholpen kunnen worden door chatbots van banken. Concreet betekent dit bijvoorbeeld dat een referentie voor speech-to-text benchmarking voor het Nederlands kan leiden tot betere bots voor dienstverlenende organisaties. Maar de media-industrie heeft ook zijn taak als het gaat om vitaliteit van onze democratie en representatie van culturele identiteit. Zo zijn er op elk niveau AI toepassingen voor de media-industrie, die hun uitwerking hebben op onze samenleving als geheel.



Een belangrijke stap daarbij is dat media als onderwerp een plek heeft gekregen binnen de NLAIC doordat de Werkgroep Cultuur is opgericht door de Koninklijke Bibliotheek, het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, het Centrum voor Wiskunde en Informatica en de Universiteit van Amsterdam. De werkgroep heeft tot doel om te komen tot een gemeenschappelijke AI-innovatieagenda voor de sector, waarin erfgoed, media en (podium)kunsten sterk zijn vertegenwoordigd. Eppo van Nispen, directeur van Beeld en Geluid, is het boegbeeld van de werkgroep. Media Perspectives leidt de subwerkgroep 'businessmodellen en verdienvermogen', naast vier andere subwerkgroepen die worden geleid door Beeld en Geluid, de UvA, de Koninklijke Bibliotheek, e.a. De balans tussen kennisinstellingen en bedrijfsleven is een belangrijk element voor de NLAIC. Maar in deze subwerkgroep is ook het breder zien van 'verdienvermogen' dan alleen financiële resultaten, of alleen als het domein van media, van belang. Ook erfgoed en kunsten hebben hun 'verdienvermogen' voor de Nederlandse samenleving.

Op het Media Park gebeurt ook het nodige. Zowel de NPO, als Talpa, als RTL, als Beeld en Geluid, Ster en de VPRO houden zich bezig met datagedreven diensten en AI. Media Perspectives organiseert met hen en met hogescholen al een aantal AI en data fieldlabs, zowel technisch als inhoudelijke. Zoals bijvoorbeeld het fieldlab over ethische richtlijnen, dat binnenkort haar resultaten publiceert. We onderzoeken of dat fieldlab ethische richtlijnen één van de 10 ELSA labs binnen de NLAIC kan worden. Ook sluiten we onderzoeks- en onderwijsinstellingen aan uit Utrecht, Breda, Rotterdam en Amsterdam. Om van het Media Park een Hub te maken, een Centrum voor Media-Innovatie.

Dat vergt veel contact. De onderwijsinstellingen zitten in grotere coalities op instellingsniveau en lobbyen vanuit hun vestigingsplaatsen, en moeten dus op faculteitsniveau bepalen om zich aan te sluiten bij de media-industrie, hun focusgebied. En laat het Media Park dan met Media Perspectives en het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid de hub zijn voor AI ontwikkeling in de media. Met de redacties van alle tv-programma's, van NOS en RTL Nieuws, en de actualiteitenrubrieken, en de nieuwe verdienmodellen rond distributie en adverteren, is er voldoende massa om een continue stroom van fieldlabs met onderzoeksopdrachten, databronnen en begeleiding vorm te geven waarin iedereen kan samenwerken om AI en media tot ontwikkeling te brengen. Afgelopen jaren zijn er zo een aantal KIEM onderzoekstrajecten gestart, start in september 2020 een NWO traject met een aantal postdocs, en wordt er eind 2020 een RAAK aanvraag ingediend voor een onderzoek rond ethiek en media.

Bij een infrastructuur om dit langjarig vorm te geven zijn alle betrokkenen gebaat. Dit willen we bereiken door drie zaken parallel te ontwikkelen:

1. We maken een bidbook waaruit duidelijk blijkt wat het belang is van AI voor de media maar en maar waarin ook duidelijk wordt wat media kan betekenen voor andere sectoren waar mens-computerinteractie een rol speelt.
2. We bouwen de community op van mensen die zich op dit vakgebied richten en maken duidelijk dat er maar één plek is waar ze moeten zijn voor overleg en ontwikkeling, en dat is het Media Park.
3. We ontwikkelen een fysieke locatie waarvan de werktitel nu nog het Centrum voor Media-Innovatie is en zorgen dat dat dé plek is waar je als media AI specialist graag naar toe komt.

Geïnteresseerd in een samenwerking of wil je meer informatie? Neem contact op met frank.visser@mediaperspectives.nl

Frank Visser en Ton van Mil
Media Perspectives



Ton van Mil
Algemeen directeur
Media Perspectives



Frank Visser
Programmanager Innovatie
Media Perspectives

Gerelateerd



13 OKT '22
Verantwoorde AI voor media: waar een wil is, is een weg



4 OKT '22
Gezamenlijke innovatieagenda mijlpaal voor mediasector



13 OKT '22
On Demand / Off Demand



Over Media Perspectives

PROJECTEN
OVER ONS
SAMENWERKEN
CONTACT

Snel naar

AGENDA
NIEUWS
KENNISBANK
ONZE PARTNERS

Blijf op de hoogte!

NIEUWSBRIEF