Richard van Hooijdonk

KEYNOTE

AI & de toekomst van media en entertainment

Een serie die tijdens het kijken ontstaat, een artiest die als digitale dubbelganger op duizend podia tegelijk staat, een AI-agent die het nieuws leest voordat de lezer dat doet. Wat een mediaorganisatie dan onderscheidt, is het verhaal, de smaak en het vertrouwen van het publiek.

Van verhalen die zich aanpassen aan de kijker tot games die ontstaan terwijl je speelt. AI verandert wie media maakt, hoe we ze beleven en wie onze aandacht krijgt.

In deze lezing laat trendwatcher en futurist Richard van Hooijdonk zien hoe AI het maken en verspreiden van media en entertainment verandert, en hoe merken daar gebruik van kunnen maken. Ook geeft hij een blik op de verbazingwekkende wereld van media en entertainment die eraan komt. Media en entertainment leven van aandacht, en AI verandert hoe media worden gemaakt en hoe zij hun publiek bereiken. Productiehuizen maken storyboards en effecten met generatieve AI, redacties laten AI dag en nacht duizenden bronnen volgen. Tegelijk verschuift de macht. AI-assistenten geven antwoord op vragen waarvoor lezers vroeger naar een nieuwssite gingen, en Deezer meldt dagelijks tienduizenden volledig door AI gemaakte nummers te ontvangen. De komende tien tot vijftien jaar gaat het verder: games en series die ontstaan terwijl je speelt of kijkt, artiesten met een gelicentieerde digitale dubbelganger en agents die het nieuws lezen voordat een mens dat doet. De keynote laat zien wat nu in de studio staat en wat er tot 2040 aankomt, en ook de criminele kant: nagemaakte stemmen van artiesten en deepfakes van bekende presentatoren. Wat maakt jouw publiek over tien jaar nog trouw aan jou?

RICHARD VAN HOOIJDONK

Richard van Hooijdonk is trendwatcher, futurist en internationaal keynotespreker. Veel trendwatchers en futuristen bekijken de toekomst van een afstand. Richard van Hooijdonk leeft erin. Zijn team bestaat uit mensen en AI-agents en hij heeft meerdere chips geïmplanteerd in zijn lichaam. Hij spreekt over AI en nieuwe technologie, over de organisatie van de toekomst en over leiderschap in tijden van AI. Hij neemt je mee naar een toekomst die je je nu nauwelijks kunt voorstellen, en laat zien hoe je er zelf richting aan geeft.

3.000+	650.000+	30+	Bestseller
keynotes	deelnemers	landen	auteur

Wat er aan bod komt

NU AI in media en entertainment

Wat AI vandaag al doet in de studio, de redactie, het archief en de distributie.

01 Generatieve productie

Proefscènes in een middag, tientallen trailerversies per productie. De volgende stap: een complete scène die uit een script ontstaat.

02 Archieven die antwoorden

Decennia aan beeld, geluid en tekst worden met AI doorzoekbaar. De volgende stap: een archief dat zelf voorstellen doet bij het nieuws van de dag.

03 AI in de nieuwsredactie

AI volgt dag en nacht duizenden bronnen, doorzoekt gelekte datasets en helpt beelden verifiëren. Journalisten houden tijd over voor doorvragen.

04 Agents in de productie

IN PILOTS

Agents voeren opeenvolgende productietaken uit, zoals materiaal verwerken, rechten nalopen en afleveringen klaarzetten.

STRAKS De toekomst van media en entertainment

Waar media en entertainment over vijf tot vijftien jaar kunnen staan, met AI als motor.

05 De serie die meespeelt

TOEKOMSTSCENARIO

Rond 2040 ontstaat een serie tijdens het kijken. De kijker volgt een ander personage of stapt een scène in, binnen de wereld van de schrijvers.

06 Werelden op aanvraag

TOEKOMSTSCENARIO

Rond 2040 bouwt AI de wereld van een game terwijl je speelt. De studio ontwerpt de regels, de stijl en het gevoel, niet elk level.

07 Artiest met digitale dubbelganger

TOEKOMSTSCENARIO

Straks staat een artiest als gelicentieerde digitale dubbelganger op duizend plekken tegelijk, ook lang nadat hij zelf is gestopt met optreden.

08 Als de lezer een agent is

TOEKOMSTSCENARIO

Op termijn leest een persoonlijke AI-agent het nieuws voor de lezer. Nieuwsmedia leveren geverifieerde feiten en worden per gebruik betaald.

09 Muziek die meebeweegt

TOEKOMSTSCENARIO

Rond 2040 brengt een artiest een album uit dat jarenlang nieuwe nummers voortbrengt. Elke luisteraar hoort er een eigen versie van.

10 Elke kijker een eigen uitzending

TOEKOMSTSCENARIO

Rond 2040 krijgt elke sportfan een eigen rechtstreekse uitzending, met virtuele camerastandpunten, eigen analyses en commentaar in zijn taal.

11 Het synthetische testpubliek

TOEKOMSTSCENARIO

Rond 2032 test een studio een script op een miljoen gesimuleerde kijkers voordat er een scène is gedraaid. Het echte publiek beslist daarna.

MENS & ORGANISATIE

De mediaorganisatie van de toekomst

Wat AI vraagt van rollen, teams, leiders, cultuur en opleiding bij omroepen, uitgevers, producenten en labels.

12 De AI-first organisatie

Het herhalende en voorspellende werk, van uitschrijven tot archiveren, doet AI. Redacteuren en makers richten zich op het verhaal en hun publiek.

13 Nieuwe rollen in media

Naast AI-redacteuren en verificatiespecialisten komen ontwerpers van verhaalwerelden en beheerders van de digitale dubbelganger van een artiest.

14 Makers en AI in één team

AI zet ruwe montages en scènevarianten klaar; de maker kiest. Zo kan een klein team maken waarvoor eerst een grote ploeg nodig was.

15 Leiderschap in media

Leiders in media nemen het initiatief bij AI en nieuwe technologie. Ze inspireren makers en redacties om samen de toekomst van hun merk te bouwen.

16 De toekomstacademie

In een toekomstacademie leren ervaren medewerkers en nieuwkomers werken met AI en nieuwe technologie. Leiders oefenen er met sturen op mens en AI.

17 Groeien met een ecosysteem

Over de grens testen partners, start-ups, wetenschappers en overheden samen toepassingen. Wat de een leert, kan de ander gebruiken.

DE ANDERE KANT

Verantwoordelijkheid en risico

Wat AI en nieuwe technologie niet oplossen, en wat criminelen ermee doen.

18 Data als fundament

AI werkt pas als data van alle organisatieonderdelen beschikbaar, betrouwbaar en verbonden zijn. Dat is het fundament onder AI in het hele mediabedrijf.

19 Echtheid en herkomst

Herkomstlabels tonen de oorsprong van beeld, maar bewijzen niet dat de inhoud klopt. Rond 2030 moet misschien juist echt beeld zijn echtheid bewijzen.

DUUR
30, 45, 60 minuten of langer, met ruimte voor vragen

TAAL
Nederlands of Engels

VORM
Op locatie of online

KOSTEN
Op aanvraag

PLUS

"Het is Richard uitstekend gelukt om onze leiders wakker te schudden en hen op het spoor van de toekomst te zetten: er is na de lezing op verschillende plaatsen in de organisatie nagepraat over de onderwerpen en er zijn initiatieven in gang gezet."

Aart van Haren Algemeen directeur, PLUS

Deloitte.

"Een flitsende reis langs nieuwe technologie. Zijn enthousiaste en energieke manier van presenteren en visuele ondersteuning ervan zorgden voor een geslaagde aftrap van het event."

Patrick Steemers Partner, Deloitte

Interesse in een lezing voor je evenement over media en entertainment?

E-MAIL
talks@vanhooijdonk.com

TELEFOON
085 303 0792

SITE
richardvanhooijdonk.com