November 2025



MEDIAGENIE

MET GENAI VAN WENS NAAR WERKELIJKHEID

Implementatiegids voor media & entertainment, publishing en events

VLAIO THOMAS MORE

Een initiatief van het Expertisecentrum Duurzaam Ondernemen en Digitale Innovatie, met steun van VLAIO.

INHOUD

Inleiding 3

01 **Van beheersen naar cultiveren** 4
GenAI is grillig en voorspelbaar 6
Van tool naar teammate 7
Mindshift: van AI-invoering naar AI-leercultuur 8
Jouw AI-kompas: het Empowerment Framework 11
MediaGenie-pilootprojecten 13
Tools selecteren voorbij de waan van de dag 15
AI laat zich leren, niet controleren 16

02 **Vingers op de toetsen** 17
Net zoals leren rijden: proberen, bijsturen, meters maken 19
Het AI Fluency Framework 20
AI Fluency: tastbare resultaten, elke dag opnieuw 28
Van losse experimenten naar levende kennisbibliotheek 28

03 **Fundamenten van betrouwbaar AI-gebruik** 30
In de schijnwerpers: verantwoord gebruik voor makers en media 32
Navigeren door het woelige water van de wetgeving 36

Je AI-avontuur begint hier 38

Human ingenuity meets GenAI 40

Dank je wel! 42

Referenties 44

WAAROVER SPREKEN WE ALS WE HET HEBBEN OVER ‘GENAI’?

De term ‘AI’ vliegt ons om de oren. Van zelfrijdende auto’s tot tijdbesparende functies in Adobe Photoshop: AI zit overal. Ook, natuurlijk, in de LLM’s of Large Language Models zoals ChatGPT, Midjourney of Copilot. Door die alomtegenwoordigheid lijkt AI wel één grote supercategorie. In werkelijkheid gaat het om een brede familie van technieken, elk met hun eigen specialiteit.

Dat betekent ook dat de wereld van AI geen binaire wereld is. De vraag is zelden: is dit AI of niet? Vrijwel elke digitale tool bevat vandaag slimme algoritmes. Soms werk je met AI zonder dat je het beseft. Je kunt AI daardoor ook niet simpelweg ‘invoeren’. AI is eerder een continu proces van testen, leren en verbeteren.

In deze gids focussen we op één specifieke tak: generatieve AI of GenAI. Dat zijn systemen die nieuwe content genereren in tekst, audio, code, beelden, video … In zekere zin zijn het voorspellingsmachines: ze zoeken patronen in taal of pixels en schotelen je een logisch vervolg voor.

Hoe je die LLM’s inzet? En op welk tempo? En met welke impact? Dat verschilt van bedrijf tot bedrijf. Net daarom spreken we in deze gids over GenAI-vaardigheid: leren samenwerken met een nieuwe soort digitale collega. Op jouw ritme, op jouw unieke manier.

INLEIDING

DE WENSGEEST IS UIT DE LAMP

Ben jij in jouw organisatie de persoon die GenAI duurzaam doet landen? De collega die het technologielandschap op de voet volgt en collega's op sleeptouw neemt? Welcome, captain! Deze gids is speciaal voor AI-pioniers zoals jij. Buckle up en geniet van de reis.

Generatieve AI (GenAI) klopt op onze redactiedeuren, fluistert mee in brainstormsessies en duikt steeds vaker op als creatieve sparringpartner. De mediasector staat aan het begin van een nieuwe creatieve renaissance: eentje waar technologie vonken geeft, maar de mens over het vuur waakt.

Voor heel wat professionals voelt GenAI als een wensgeest wekken: één vraag, gevat in één prompt, *fingers crossed* … en pats, daar verschijnt het wonderlijke antwoord. In de vorm van een idee, een tekst of zelfs een video. Maar achter elke 'AI-wens' schuilen twee kanten. De technologie heeft een immense kracht, maar is ook grillig. GenAI versnelt processen, zet ideeënstromen in gang én daagt ons uit om koers te houden terwijl ze onverwacht uit de bocht gaat.

Elk mediabedrijf bevindt zich in een ander stadium van dat avontuur. Sommige bouwen dagelijks met AI, andere kijken de kat uit de boom, voorzichtig maar nieuwsgierig. Wat hebben ze gemeen? Ze **zoeken richting**. Een manier om de technologie te gebruiken zonder zichzelf te verliezen. Want AI laat zich niet zomaar beheersen. Het laat zich leren, begeleiden en cultiveren.

Daarom is deze gids geen handleiding vol regels, maar een leidraad die je helpt om te navigeren tussen controle en loslaten, tussen snelheid en kwaliteit, tussen mens en machine.

In het **eerste hoofdstuk, 'Van beheersen naar cultiveren'**, ontdek je hoe leiderschap evolueert van sturen naar vertrouwen. Hoe GenAI, met haar wispelturige aard, kan groeien binnen een leercultuur. En hoe sterke kaders, menselijke inbreng en een gedeelde visie je AI-gebruik laten bloeien.

Het **tweede hoofdstuk, 'Vingers op de toetsen'**, brengt je naar de praktijk. Want strategie zonder oefening blijft theorie. Hier draait het om doen: experimenteren, falen, verfijnen. Via het AI Fluency Framework leer je samenwerken met AI als collega. Fouten maken mag. Zolang je gretig genoeg blijft om het telkens beter te doen.

In het **derde hoofdstuk, 'Fundamenten van betrouwbaar AI-gebruik'**, keren we terug naar de basis: vertrouwen. Duurzame AI steunt op betrouwbaarheid, transparantie en menselijke controle. De wetgeving mag dan continu in beweging zijn, jouw moreel kompas blijft de richting aangeven.

Samen vormen deze drie hoofdstukken een **reisgids door een veranderend medialandschap**. Als AI-captain in jouw bedrijf schep je de ruimte om te leren, geef je de richting om te groeien en effen je het pad voor vertrouwen. Zo creëer je een plek waar creatives durven experimenteren met technologie. Zonder de menselijke factor ook maar een seconde uit het oog te verliezen.



01

Van beheersen naar cultiveren

Strategisch kader om slim te groeien met GenAI.

Nooit eerder brak een technologie zo snel door als generatieve AI. ChatGPT haalde in recordtempo 100 miljoen gebruikers. Anno 2025, amper 3 jaar na de lancering, telt de tool meer dan 700 miljoen wekelijkse gebruikers. Samen goed voor zo'n 18 miljard prompts per week.[1] Hallucinante cijfers.

Ook in Vlaanderen is de impact voelbaar. Meer dan 1 op de 4 Vlamingen gebruikt vandaag minstens maandelijks een GenAI-tool zoals Copilot of ChatGPT.[2] Die snelle adoptie legt een **opvallende kloof** bloot:



Individueel ervaren medewerkers spectaculaire winst: ze werken tot 25 procent sneller, leveren 40 procent hogere kwaliteit en ronden gemiddeld 12 procent meer taken af.[3]



Die vooruitgang vertaalt zich zelden naar betere bedrijfsresultaten. Zo kwam een grootschalige Deense studie bij 25.000 medewerkers tot een ontnuchterende conclusie: AI-chatbots hebben geen meetbaar effect op werkuren of bredere organisatieprestaties.[4]

Ondertussen blijft het AI-gebruik van medewerkers voor veel organisaties een **blinde vlek** – net als de waarde die daaruit voortvloeit. Bovendien evolueert GenAI tegen zo'n halsbrekend tempo dat managers voor een quasi-onmogelijke taak staan. Lang vooruitplannen of richting geven? Dat voelt plots als een kaartenhuis bouwen in de wind.

Er is spanning tussen wat mensen dagelijks doen en wat leiders nog willen sturen en beheersen.

Wordt GenAI daarbij niet officieel gelanceerd in de organisatie? Dan krijgt *shadow AI* vrij spel: medewerkers experimenteren met tools op eigen houtje, zonder toestemming. En dat houden ze liever stil, uit angst voor onbegrip of afkeuring.

Zo ontstaat er spanning tussen wat mensen dagelijks doen en wat leiders nog willen sturen en beheersen. Die spanning is vandaag een kernuitdaging.

De hamvraag? Hoe ga je als organisatie om met technologie die sneller verandert dan je kunt plannen? Die vertrouwde principes op losse schroeven zet? En die zich moeilijk in klassieke KPI's laat vatten? En ten slotte: hoe pluk je er tóch de vruchten van?

In dit hoofdstuk ontdek je hoe AI zich gedraagt. Met de juiste mindshift schuif je op van beheersing naar bloei.

[1] *Chatterji et al., 2025*
[2] *De Marez et al., 2025*
[3] *Dell'Acqua et al., 2023*
[4] *Humlum & Vestergaard, 2025*

GENAI IS GRILLIG EN ONVOORSPELBAAR

Aan de slag met nieuwe technologie? Decennialang wist je exact wat je aan nieuwe toepassingen had.

Een teksteditor deed elke dag exact wat je verwachtte: typen, knippen, plakken … altijd met hetzelfde resultaat. Videobewerking volgde vaste stappen. Camera's en servers draaiden voorspelbaar.

En nieuw tech invoeren? Dat ging altijd zo: je stelde een plan op, wees een projectleider aan, en volgde de tijdlijn. *What could possibly go wrong?*

Generatieve AI gooit die logica overboord. De technologie laat zich niet zomaar vatten in kaders of reproduceerbare routines. Ze is van nature onvoorspelbaar:

1. Altijd anders. Dezelfde prompt geeft nooit exact hetzelfde antwoord.

2. Constant in beweging. Modellen evolueren razendsnel. Workflows moeten mee.

3. Uniek voor elke gebruiker. Geen twee mensen gebruiken AI op dezelfde manier. AI-tools kunnen die persoonlijke werkwijze wel volgen.

4. Waardevoller met elke stap. Microverbeteringen stapelen zich op. De cumulatieve meerwaarde leidt tot echte innovatie.

5. Emotioneel. AI is niet louter techniek. Ze raakt ook aan identiteit, motivatie en vertrouwen.

1. GENAI IS ALTIJD ANDERS

Generatieve AI gedraagt zich anders dan klassieke software. Ze is wat onderzoekers '**niet-deterministisch**' noemen: geef twee keer dezelfde prompt, en je krijgt nooit exact hetzelfde antwoord. Soms trefzeker, soms warrig. Gisteren leverde je tool nog een ijzersterke synopsis af. Vandaag struikelt hij over de eenvoudigste vraag.
AI beweegt zich langs wat wetenschappers de '**jagged frontier**' noemen: een grillige grens waar ze onverwacht goed presteert op complexe taken, maar verrassend faalt op simpele opdrachten.[5] Pas door te experimenteren ontdek je wat haalbaar is en wat niet.

Zelfs de ontwikkelaars weten niet altijd waar die grens morgen precies zal liggen. Dat zorgt voor een fundamentele uitdaging. Vooral voor organisaties die bouwen op voorspelbaarheid en standaardisatie.

Om het allemaal nog wat pittiger te maken, verschuift ook de **grens van wat AI kan** voortdurend. Je kunt er geen touw aan vastknopen.

2. GENAI IS CONSTANT IN BEWEGING

Wat is state of the art in AI? Het antwoord kan veranderen in een oogwenk. Elke paar maanden verschijnt er een nieuw topmodel dat de vorige generatie inhaalt en bestaande aannames overhoopgooit. Ondertussen krijgen bestaande tools stilzwijgend updates: een workflow die gisteren nog feilloos werkte, levert vandaag plots andere resultaten op. Het spelbord verandert voortdurend.

Het is dus **onmogelijk om dé manier te vinden** om met AI te werken. Er is geen uniforme AI-methode: het is als leren autorijden terwijl de pedalen telkens van plaats wisselen. Je moet je werkwijze en workflow continu aanpassen.
De enige constante? Verandering. Wachten 'tot alles duidelijk is' betekent in de praktijk: steeds verder achteropraken.

Wat de zaak nog bemoeilijkt: aankoop- en integratieprocessen vragen tijd en middelen. AI dwingt je om snel te schakelen, maar de modus operandi van een bedrijf is daar niet altijd op voorzien.

3. GENAI IS UNIEK VOOR ELKE GEBRUIKER

Geen twee mensen of teams gebruiken GenAI op dezelfde manier. Waar de één gedachten wil ordenen, zoekt de ander hulp om ideeën treffend te verwoorden. Een editor zet AI in om een verhaal structuur te geven, een producer om budgetten te analyseren, een copywriter of scenarist om het woord met de perfecte lading te vinden.

Die persoonlijke efficiëntiewinst valt op organisatieniveau nauwelijks op. Maar precies daar kunnen nieuwe werkvormen en processen wortel schieten. Sterker nog, de **GenAI-tools kunnen worden gepersonaliseerd** om de unieke werkwijze van de gebruiker of van teams te volgen. En omdat iedereen AI inzet op hun eigen manier, verloopt de vooruitgang eerder gestaag dan plots.

4. GENAI IS WAARDEVOLLER MET ELKE STAP

De impact van GenAI schuilt niet alleen in spectaculaire doorbraken of automatisaties die volledige afdelingen overbodig maken.
Ze zit vooral in de kleine dingen: een tekst die sneller wordt

[5] *Dell'Acqua et al., 2023*

aangescherpt, een analyse die vlotter tot stand komt, een presentatie die trefzekerder wordt opgebouwd.

Die **micro-innovaties** lijken op zich onbeduidend, maar allemaal samen zorgen ze voor een **aardverschuiving** in hoe we werken: de optelsom van kleine stapjes leidt tot echte innovatie. Omdat die vooruitgang in stukjes verloopt en persoonlijk is, valt het proces moeilijk te meten in klassieke bedrijfsindicatoren. En toch verandert het de productiviteit en de creativiteit van professionals ingrijpend.

Elke kleine ontdekking draagt bij aan iets groters. En dat raakt niet alleen aan onze processen of prestaties, maar ook aan onszelf. Hoe we kijken naar werk, naar kunnen, naar betekenis.

5. GENAI IS EMOTIONEEL

AI heeft geen onverklaarbare dips in zelfvertrouwen. En barst ook niet uit in tranen of woede. Maar ze heeft wel een emotionele component: ze raakt niet alleen aan wat we doen, maar ook aan wie we zijn op het werk.

- Voor sommigen voelt ze **bevrijdend**: plots krijg je mogelijkheden die tot voor kort ondenkbaar waren.

- Voor anderen voelt ze **bedreigend**: alsof je eigen rol of waarde ter discussie staat. Dat verklaart waarom sommige medewerkers hun gebruik bewust verbergen, zelfs al zijn ze duidelijk productiever.

Dat maakt dat GenAI zich niet in een strak top-downmodel laat persen. Er speelt meer mee dan functionaliteit of productiviteit. Succes met GenAI is een kwestie van experiment, motivatie en beleving. Kortom, van emotie.

Medewerkers moeten de kans krijgen om te ontdekken hoe AI hun werk kan versterken – niet vervangen. De sleutel tot een volwassen AI-cultuur? Vertrouwen.

VAN TOOL NAAR TEAMMATE

We zagen al hoe grillig GenAI zich gedraagt, daar waar klassieke software juist voorspelbaar is.

Traditionele computers zijn precisie-instrumenten. Geef ze een rekensom van miljoenen cijfers. En krijg in een fractie van een seconde het perfecte antwoord.
GenAI leidt een avontuurlijker bestaan. Ze kan moeiteloos een marketingstrategie uitschrijven, een literaire analyse opbouwen, in dichtvorm uitleggen waarom een zonsondergang ontroert … en toch de mist ingaan bij een simpele berekening.

> *"AI is not good software. It is pretty good people."*
>
> *– Ethan Mollick, AI-expert*

Phillip Carter, AI-projectleider bij Salesforce, noemt GenAI treffend '**inverted computers**'[6] of 'omgekeerde computers': systemen die uitblinken in nuance, context en creativiteit, maar die falen in voorspelbaarheid en herhaalbaarheid.

Daaruit volgt dit: beoordeel je generatieve AI volgens de maatstaven van klassieke software? Dan zou je kunnen besluiten: "Slechte software." Maar dan mis je de essentie. "*AI is not good software. It is pretty good people*", zegt AI-expert Ethan Mollick.[7] GenAI is eerder teamgenoot dan tool.

Dat klinkt vreemd, want algoritmes zijn niet van vlees en bloed. Toch zit er waarheid in. **Je moet met GenAI leren samenwerken**. Je ontdekt haar sterktes en zwaktes gaandeweg. Je leert elkaar beter kennen, net als in menselijke relaties. Je vertrouwen groeit. En de context kleurt je interacties.

Zeg nu zelf, klinkt dat als een machine of als een collega?

HET TEAMGENOOT-EFFECT

Een grootschalig experiment bij Procter & Gamble met 776 professionals toont iets opvallends: wie met GenAI samenwerkt, levert oplossingen van vergelijkbare kwaliteit als een traditioneel team van twee mensen zonder AI.[8]

Een veelzeggend resultaat, al gaat het hier om één studie, binnen één organisatie, met een specifieke set taken. Het bewijst dus niet dat GenAI altijd en overal een volwaardige

[6] *Carter, 2025*
[7] *Mollick, 2023*
[8] *Dell'acqua et al., 2025*

teamgenoot is. Wel dat AI in de juiste omstandigheden kan fungeren als een krachtige partner die prestaties verscherpt, expertises verbreedt en zelfs de motivatie versterkt.

Maar net zoals bij elke nieuwe collega bouw je die samenwerking niet op in één dag. Je moet ontdekken hoe AI werkt, waar de grenzen liggen en wanneer menselijke sturing onmisbaar blijft.
Zie GenAI invoeren daarom niet als 'software installeren', maar als 'een collega inwerken'. Dat vraagt oefening, afstemming, een duidelijke rolverdeling. En de bereidheid om voortdurend bij te leren, als mens én als team.

EEN STEILE TRAP ZONDER LEUNING

We staan midden in een nieuwe interface-revolutie. Elke technologische golf kende zo'n kantelpunt: van *command line* naar grafische interface, van desktop naar smartphone.

Nu dwingt AI ons opnieuw om gewoontes los te laten. Het verschil? De overgang wordt niet meer gemeten in jaren, maar in maanden. De leercurve voelt daardoor minder als een pad dat je rustig beklimt, en meer als een steile trap die plots voor je voeten verschijnt. Zonder leuning. Er bestaat dan ook **geen universele handleiding** voor GenAI.

Elke gebruiker ontwikkelt een eigen manier van samenwerken met AI.

Vraag een taalmodel waarom het een bepaald antwoord gaf, en je krijgt vaak een verzonnen uitleg: een overtuigend klinkende hallucinatie die weinig zegt over de echte denkpiste. De enige manier om grip te krijgen? Experimenteren, om zo stap voor stap je eigen werkhandboek te schrijven.

Daarom volstaat het niet om AI in je organisatie te lanceren met een projectplan of een reeks trainingen. In de praktijk gaat het om ontelbare kleine samenwerkingen tussen mensen en hun digitale 'collega's'.

Elke gebruiker ontwikkelt een eigen manier van samenwerken met AI. Dat proces is soms rommelig, soms frustrerend. Maar net daar ligt de kern van leren.

Erken je dat als organisatie en laat je **ruimte voor experiment**? Dan schep je de voorwaarden waarbinnen echte innovatie kan bloeien.

[9] *Sternfels & Atsmon, 2025*

MINDSHIFT: VAN AI-INVOERING NAAR AI-LEERCULTUUR

Je merkt het: aan de slag gaan met AI in je organisatie is geen klassiek IT-project. Het is een culturele transformatie. De kernvraag verandert van 'Hoe voeren we AI in?' naar **'Hoe creëren we een omgeving waarin AI-innovatie kan groeien?'**.
Denk aan het beeld van de timmerman en de tuinier, geïntroduceerd door McKinsey[9]:



De timmerman werkt met blauwdrukken en voorspelbare resultaten. Elke stap is controleerbaar. Het eindproduct moet exact overeenkomen met het ontwerp. Dat sluit naadloos aan bij traditionele software-implementaties, waar stabiliteit en reproduceerbaarheid de norm zijn.



De tuinier schept condities waarin groei mogelijk wordt, experimenteert, probeert combinaties uit, accepteert dat niet elk zaadje ontkiemt.
Cruciaal daarbij: de tuinier geeft extra water aan wat al groeit, zodat het de kans krijgt om te bloeien.

Voor GenAI is deze tuinier-metafoor het relevantst: niemand weet precies wat de technologie kan. Standaardmethodieken bestaan niet. Elke vaste planning is meteen achterhaald. Maar wat je aandacht geeft, groeit.

LEADERSHIP, LAB EN CROWD: FORMULE VOOR EEN INNOVATIEVE AI-CULTUUR

Hoe organiseer je zo'n tuinier-aanpak in de praktijk?
AI-onderzoeker Ethan Mollick vat zijn model samen in drie woorden: Leadership, Crowd en Lab.[10] Samen vormen ze een ecosysteem dat innovatie niet oplegt, maar doet groeien.

1. Leadership legt de voedingsbodem voor groei

AI gedraagt zich grillig. Het heeft dus weinig zin om te wachten op de perfecte strategie. Leiderschap begint met ruimte scheppen: een veilige grond waar experimenten wortel kunnen schieten.

Wat doet *Leadership* concreet?

1. **Visie en veiligheid bieden.** Formuleer heldere experimenteerkaders waarin alles mag, gekoppeld aan een inspirerende visie over wat AI voor de organisatie kan betekenen.

2. **Incentives omdraaien.** Beloon wie baanbrekende toepassingen ontdekt in plaats van wie risico's vermijdt.

3. **Voorbeeldgedrag tonen.** Gebruik AI openlijk als leidinggevende – tijdens vergaderingen en in je eigen werk. En deel je eigen ervaringen. Zo maak je 'in het geniep experimenteren' minder aantrekkelijk.

4. **Medewerkers beschermen.** Van 'De technologie gaat ons vervangen' tot 'AI draait volledig rond kosten besparen' … De snelle opkomst van AI heeft ook angst met zich meegebracht. Garandeer je mensen dat de AI-winst niet zal leiden tot ontslagen. Moedig hen juist aan om vrij te delen wat ze ontdekken.

2. Crowd laat meerwaarde opborrelen

'The AI Crowd'? Een spin-off van 'The IT Crowd'? Toch niet. Crowd omvat de **ervaren medewerkers en domeinexperts** die in hun dagelijkse werk ontdekken waar AI echte meerwaarde heeft.
Hun kracht zit in hun betrokkenheid en nabijheid: ze kennen hun eigen context door en door, zien de opportuniteiten, en herkennen bruikbare toepassingen – scherper dan een externe consultant dat ooit kan.

Wat maakt *Crowd* zo krachtig?

1. **Ontdekking van onderuit.** Een hr-medewerker die merkt dat AI ideaal is om functieomschrijvingen te herschrijven voor verschillende doelgroepen. Of een accountant die ontdekt hoe AI fiscale regelgeving vertaalt naar klare taal.

2. **Werkbare oplossingen.** Crowd-medewerkers ontwikkelen eigen prompttechnieken en een slimme mix van tools die hun werk echt vooruithelpen.

3. **Verandering die blijft hangen.** Wat vanuit de werkvloer groeit, voelt geloofwaardiger en duurzamer dan verandering die van bovenaf wordt opgelegd.

Toch blijft dat experimenteren vaak onder de radar. Door twijfel of simpelweg door een gebrek aan richting. Daar ligt een taak voor het leiderschap: erken en koester pioniers expliciet, zodat ze de ruimte krijgen om hun inzichten te delen.

3. Lab laat je experimenteren en opschalen

Het Lab vormt de brug tussen individuele vondsten, organisatiebrede toepassingen en toekomstige AI-doorbraken. Hier komen technologen, domeinexperts en succesvolle Crowd-leden samen om te experimenteren.
Zie het Lab als een kweekkamer voor innovatie: wat elders ontkiemt, krijgt hier licht, ruimte en zuurstof.

Wat doet het *Lab* concreet?

1. **Oplossingen doorontwikkelen.** Bouw veelbelovende oplossingen van de Crowd via *rapid prototyping* om tot herbruikbare AI-tools of -agents.

2. **Toetsen in je eigen context.** Voer tests en benchmarks uit, gericht op jouw organisatie: welk AI-model schrijft de beste contractanalyses voor onze sector? Welk model 'begrijpt' onze bedrijfscultuur het best?

3. **Bouwen wat nog niet bestaat.** Wacht niet tot je ideale AI-tool op de markt verschijnt. Met bijvoorbeeld Custom GPT's, AgentKIT en ComfyUI kun je zelf prototypes van tools bouwen en je eigen workflows ontwerpen, testen en finetunen.

4. **Verbeelden wat mogelijk is.** Toon via demo's wat AI vandaag al kan, doorbreek denkbarrières en maak de mogelijkheden tastbaar met concrete voorbeelden.

[10] *Mollick, 2025*

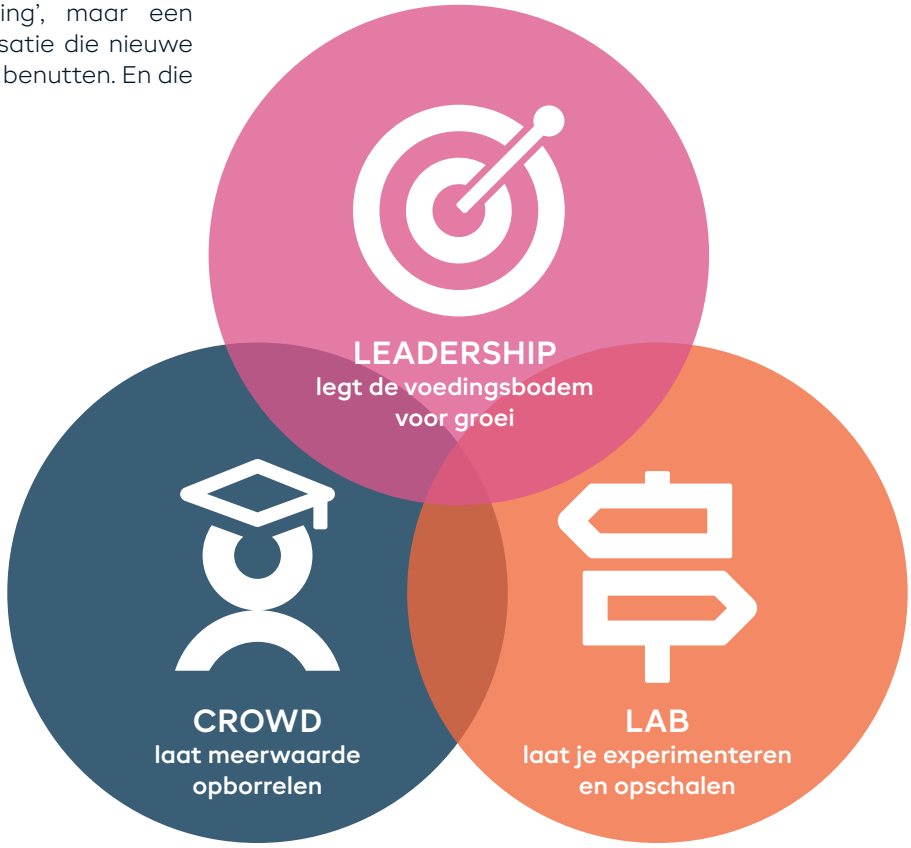
VLIEGWIEL VOOR EEN AI-LEERCULTUUR

Wil je als organisatie met GenAI aan de slag? Wees je dan bewust van drie realiteiten die door klassieke strategieën vaak worden genegeerd:

1. **Er heerst radicale onzekerheid over wat AI kan.**
2. **De technologie evolueert bliksemsnel. Sneller dan je kunt bijhouden.**
3. **Waarde ontstaat altijd in context: wat hier werkt, kan elders falen.**

Het Leadership-Crowd-Lab-model houdt rekening met die realiteiten door in te zetten op de **onderlinge wisselwerking** van het ecosysteem. Leadership geeft richting en creëert de omgeving waarin je veilig kunt experimenteren. De Crowd ontdekt vernieuwingen van onderuit. Het Lab zet die vondsten om in bruikbare toepassingen. Zo ontstaat een vliegwiel dat zichzelf draaiend houdt en versterkt.

Resultaat? Geen kant-en-klare 'invoering', maar een **meegroeiende AI-leercultuur**. Een organisatie die nieuwe mogelijkheden blijft ontdekken, testen en benutten. En die net zo levendig is als de technologie zelf.



Visualisatie Leadership-Lab-Crowd-model.

JOUW AI-KOMPAS: HET EMPOWERMENT FRAMEWORK

Het Leadership-Lab-Crowd-model schept de cultuur waarin AI kan groeien. Maar hoe zet je het gestructureerd op de rails?

Maak kennis met het Empowerment Framework: een **analysetool en strategische gesprekstarter** in één. Een gedeelde taal die kansen en ontwikkelingen in het gebied van GenAI tastbaar maakt. En die licht werpt op het AI-groeipad, zowel op organisatieniveau als individueel.

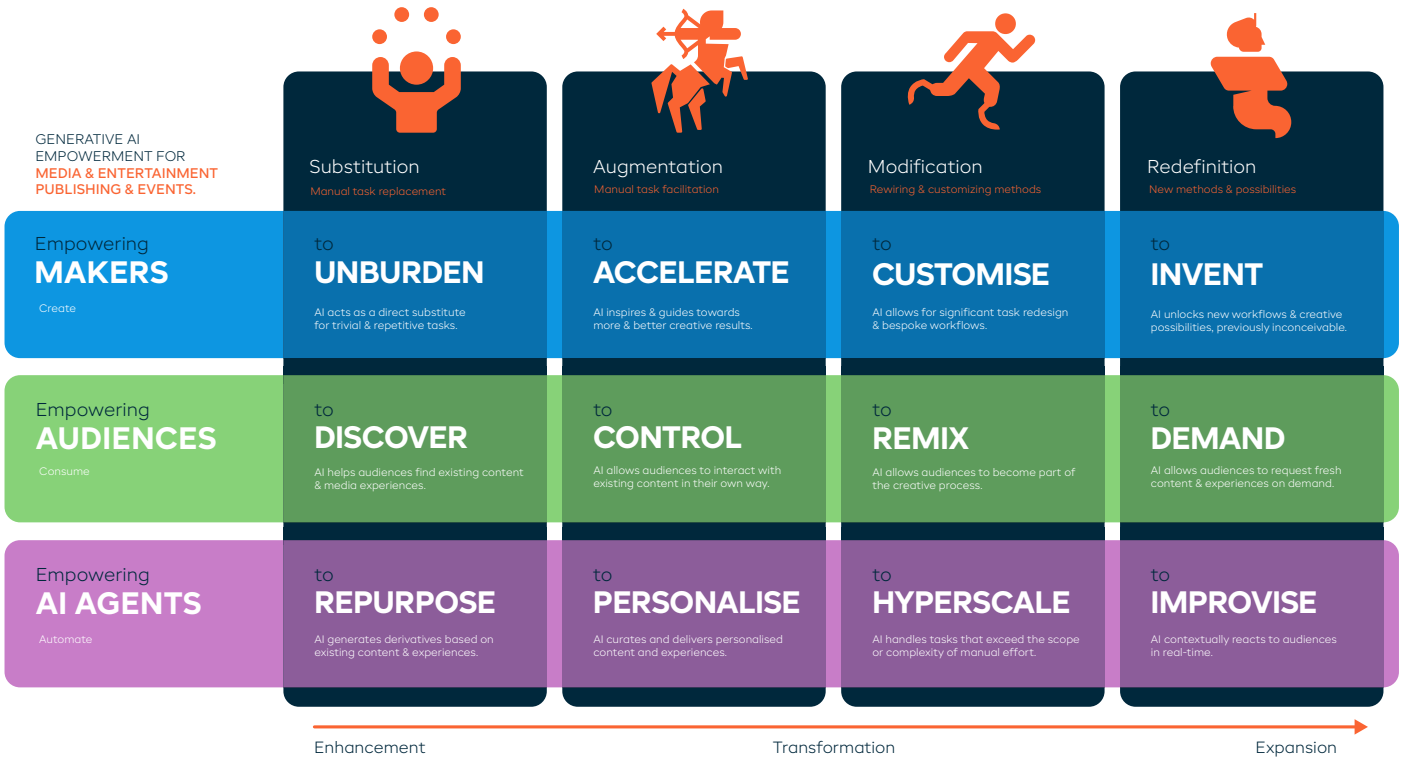
Organisaties in media & entertainment, publishing en events zetten GenAI bij de start van ons project in 2023 vooral in voor **quick wins**: om repetitieve of ondersteunende taken te verlichten, zoals transcriptie, vertaling of de zoektocht naar treffende stockbeelden.

Heel wat minder aandacht gaat naar de **heilige graal**: toepassingen die workflows fundamenteel hertekenen. Of die het pad effenen voor volledig nieuwe vormen van creatie en publieksinteractie.

Van klein en quick, naar groot en fundamenteel: het Empowerment Framework verruimt je blik.

Het Empowerment Framework helpt je om je blik te verruimen: van klein en quick, naar groot en fundamenteel. Het biedt de **lenzen** om AI-initiatieven te analyseren, te positioneren en er met teams over in gesprek te gaan.
Die lenzen laten je zien hoe AI verder reikt dan automatisatie of versnelling. Ze kan de motor zijn voor nieuwe werkmethodes, contentformats en mediabelevingen.

DOWNLOAD HET EMPOWERMENT FRAMEWORK.



Empowerment Framework.

HOE ZIT HET EMPOWERMENT FRAMEWORK INEEN?

Het framework bestaat uit een raster met twee dimensies.

1. Niveaus van transformatie[11] — horizontaal

- Substitution. AI vervangt manuele taken.
- Augmentation. AI versterkt bestaande methoden en vergemakkelijkt manuele taken.
- Modification. AI maakt een andere aanpak of manier van werken mogelijk.
- Redefinition. AI opent creatieve mogelijkheden die eerder ondenkbaar waren.

2. Actor-rollen — verticaal

- Makers. Professionals die AI inzetten als creatieve partner.
- Audiences. Mensen die dankzij AI niet alleen meer content consumeren, maar ook zelf op ontdekking gaan en actief content herwerken of bijdragen – via coproductie, remix of *on demand*-content.
- AI Agents. Tools die (semi-)autonoom taken uitvoeren, contextueel reageren en creatieve processen opschalen of net personaliseren.

Elk knooppunt in dit raster vormt een **lens**. Die wijst op hoe een toepassing die specifieke combinatie van rol en transformatieniveau beïnvloedt. Waar 'Substitution' en 'Makers' samenkomen staat bijvoorbeeld 'Unburden': AI neemt routineuze taken over.

Met het Empowerment Framework haal je je AI-inspanningen uit de abstracte sfeer. Je maakt ze concreet, legt ze onder de loep en bespreekt hun effect klaar en duidelijk.

WAT IS DE STRATEGISCHE WAARDE VAN HET FRAMEWORK?

Het Empowerment Framework laat zien waar je vandaag staat en welke groeipaden voor je openliggen naar ingrijpend vernieuwende toepassingen. Zit je vandaag in Substitution of Augmentation? Dan zijn je volgende stappen Modification of Redefinition.

De lenzen uit het framework helpen je **om je koers te bepalen**, via vragen als:

- Willen we het werk van onze teams verlichten? (Unburden)
- Geven we het publiek meer ruimte om zelf te creëren? (Remix)
- Of durven we experimenteren met autonome AI? (Improvise)

Elke lens opent weer een nieuw en breder gesprek. Wat is haalbaar? Hoe helpt dit onze creativiteit en effectiviteit? Hoe duurzaam is dit? Wat is een verantwoordelijke volgende stap?

In de praktijk kun je het framework inzetten tijdens **brainstorms, strategische evaluaties** of bij de **selectie van tools**. Het maakt niet alleen de onmiddellijke kansen zichtbaar, maar ook de bredere verschuivingen in workflow, cultuur en rolverdeling.

Omdat AI zich razendsnel ontwikkelt, loont het om jaarlijks een workshop te organiseren rond het Empowerment Framework. Teams verkennen dan samen nieuwe toepassingen, delen eigen ervaringen en nemen eventueel nieuwe lenzen mee in hun focus.

Zo groeit het Framework mee met de praktijk. Als een **inspiratiekompas** dat organisaties helpt om voorbij de quick wins te kijken. Met diepgaande vernieuwing in het vizier.

[11] *Gebaseerd op het SAMR-model (Puentadura, 2006)*

MEDIAGENIE-PILOTPROJECTEN

Het Empowerment Framework geeft zijn ware kracht pas prijs in de praktijk.
De vier MedieGenie-pilotprojecten tonen hoe GenAI zich op verschillende manieren laat inzetten. Voor Makers, Audiences en AI Agents. Elk op hun eigen transformatieniveau. Telkens met nieuwe ruimte voor verbeelding en experiment.
Elke pilot koppelt een concreet experiment aan een lens uit het framework. Zo maakt het zichtbaar en tastbaar wat mogelijk wordt.

AUTOFOLEY | WAT HOOR JE ALS AI MEEKIJKT?

Actor: Makers
Niveau: Redefinition
Lens: Invent

Een geluidstrack automatisch genereren, puur op basis van beelden?
Dat is precies wat Autofoley doet. De tool analyseert videobeelden via een taalmodel, genereert beschrijvingen en vertaalt die naar passende geluiden. Die worden daarna automatisch over de beelden geplaatst.
Minder repetitief werk? Zeker. Maar de echte kracht zit in het creatieve: er ontstaat een nieuwe vorm van coproductie tussen maker en model.

Autofoley kijkt, denkt en luistert mee. De tool leest de volledige context van de video. Zelfs wat er buiten het frame gebeurt. Treinstation in beeld? Misschien hoort daar wel een omroepstem bij die sporen en vertrektijden aankondigt.

Makers behouden de regie: ze kunnen elk geluid aanpassen of opnieuw laten genereren. Op die manier vinden ze hun workflow opnieuw uit, met AI als creatieve partner. Wat vroeger ondenkbaar was, wordt plots werkelijkheid.

ZIE AUTOFOLEY IN ACTIE

MINDPOP | AI MEE AAN DE BRAINSTORMTAFEL

Actor: Makers
Niveau: Augmentation en Modification
Lens: Unburden, Accelerate en Customise

Je brainstormsessies *superchargen* met GenAI, om met nóg sterkere ideeën voor de dag te komen?
De plugin Mindpop introduceert GenAI rechtstreeks in de whiteboards van Miro. Niet om het laken naar zich toe te trekken, maar als subtiele assistent.

Tijdens een sessie helpt Mindpop om input – een pdf, presentatie, losse notities – samen te vatten tot een scherpe centrale challenge. Een ander bord kan subchallenges genereren. Nog een ander bedenkt prikkels die ideeën op gang trekken en zet die om in tekst, iconen of schetsen. Allemaal dankzij inhoudelijke prompts die worden uitgevoerd in de achtergrond.
Mindpop neemt zo repetitieve en tijdrovende stappen over (Unburden), versnelt de creatieve flow (Accelerate) en past de output aan de stijl en context van het team aan (Customise).

Het resultaat? Een rijker creatief proces, zonder de groepsdynamiek te verstoren. Mindpop is de collega die je mee aan je brainstormtafel wilt.

LAAT MINDPOP JE OP IDEEËN BRENGEN

AI AUDIOGUIDE | JE PERSOONLIJKE TOUR DOOR HET MUSEUM

Actor: Audience en AI Agents
Niveau: Redefinition
Lens: Discover, Personalise en Improvise

Een klassieke audioguide praat. De AI Audioguide luistert, kijkt en reageert ook.

Hij begeleidt bezoekers via spraak en camera-interactie door musea of bij events. Waar traditionele gidsen één vast verhaal vertellen, past deze zich aan. Hij geeft achtergrondinformatie. Stemt die af op je tempo en interesses, leeftijd en leefwereld. En beantwoordt zelfs vragen over museumstukken of belevingen: wat is de symboliek achter dit werk? Of het wetenschappelijke principe achter deze opstelling? Of zelfs: een 'dulle griet', wat is dat nu eigenlijk?

Zo verandert de ervaring van passief 'consumeren' naar interactie en verkenning (Discover). Naar een beleving die aansluit bij je voorkeuren (Personalise). Zelfs naar dialoog met de contextgevoelige AI (Improvise).
De Audioguide is tegelijk een autonome AI-agent die realtime inspeelt op wat er gebeurt.

MEER OVER DE INTERACTIE MET DE AI AUDIOGUIDE

CODEGENERATIE | PLATTE TEKST WORDT INTERACTIEVE BELEVING

Actor: Makers
Niveau: Modification (met perspectief op Redefinition)
Lens: Repurpose, Accelerate en Invent

Tekst in een Word-document? Die lééft nog niet. Deze pilot gebruikt LLM's om tekstuele content om te zetten in interactieve applicaties.
Voor redacties betekent dat: geen statische pagina's meer, maar verhalen die tot leven komen en meeslepen. Wat start als een headline met copy eronder, wordt in een oogwenk een quiz, een datavisualisatie of een interactieve tijdlijn.

Zo verschuift het werk van hergebruiken (Repurpose) en versnellen (Accelerate) naar heruitvinden (Invent): de manier waarop informatie wordt gepresenteerd en beleefd verandert fundamenteel.
Vanuit Modification brengen we op die manier Redefinition binnen beeld: content en interactie vloeien samen tot nieuwe mediavormen.

MEER OVER DE KRACHT VAN CODEGENERATIE

De pilotprojecten tonen hoe het framework nieuwe toepassingen richting kan geven. Tastbaar, experimenteel en inspirerend.
Goed om te onthouden: elk experiment is pas het begin. Zodra de mogelijkheden zichtbaar worden, rijst de vraag: **hoe vertaal je prototypes naar de praktijk?**
Welke tools, processen en diensten heb je nodig? Dat lees je zo meteen.

TOOLS SELECTEREN VOORBIJ DE WAAN VAN DE DAG

THE PROOF OF THE LLM IS IN THE SECRET SAUCE

In de afgelopen twee jaar zijn er minstens evenveel GenAI-toepassingen verdwenen als erbij zijn gekomen. Toepassingen evolueren zo snel dat elke vergelijking al na een paar maanden hopeloos veroudert. Hoe kies je in zo'n context de juiste oplossingen?
Als organisatie voel je het meteen:

- Langdurige contracten zijn risicovol.
- Flexibiliteit in je toolkeuze is goud waard.

Want hou je vast aan één leverancier of een gesloten ecosysteem? Dan loert **vendor lock-in** om de hoek. Overstappen wordt lastig, duur of allebei.
De keuze voor tools is bovendien **zelden zuiver rationeel**. Ze volgt vaak leveranciersrelaties of licentieafspraken, in plaats van de dagelijkse gebruikservaring.

Wat gebruikers écht zoeken is flow.

Zo startten veel organisaties in het MediaGenie-traject in 2025 met Microsoft Copilot. Logisch ook: het zat al in hun licentie en straalde betrouwbaarheid en dataveiligheid uit.

Maar op de werkvloer? Daar verkozen gebruikers vaak ChatGPT of andere diensten. Sommigen gebruikten zelfs privéaccounts of eigen toestellen om IT-beperkingen te omzeilen.

Op papier draaien Copilot en ChatGPT op dezelfde onderliggende modellen. Toch voelt het anders. In de uitkomsten en in de gebruikservaring.
Waar zit het verschil? Noem het de '*secret sauce*': verborgen systeemprompts, subtiele interfacekeuzes, en de vrijheid om de tool te personaliseren.
Precies daar toont GenAI haar dubbele gezicht: ze is rationeel én emotioneel. Gebruikers kijken verder dan prestaties en policy's. Wat ze écht zoeken is flow: volledige focus, geholpen door AI, zonder obstakels.

MODULAIR DENKEN MAAKT JE ONAFHANKELIJK

Welke AI-tools kies je? Hoe blijf je 'vrij'? En hoe hou je zicht op wat je collega's gebruiken? Wie GenAI zegt, zegt onzekerheid.

Zie tools en modellen daarom als **puzzelstukken van een groter geheel**. Heel wat GenAI-tools zijn niet meer dan een nieuw jasje rond hetzelfde onderliggende model. Dat oogt vernieuwend en levert snel resultaat, maar het fundament verandert niet. Precies daarom is het voordeel vaak van korte duur: wat vandaag een unieke feature lijkt, is morgen ingebakken in het standaardpakket.

Tip: koppel meerdere modellen slim aan elkaar met API's.

Daarom kozen we in onze pilot voor een **modulaire aanpak**: meerdere modellen slim gekoppeld via API's. Niet afhankelijk van één leverancier, dus.
Zo bouw je met beperkte investeringen je eigen workflows: afgestemd op wat je écht nodig hebt voor je werk. Dat principe werkt even goed voor teams die SaaS-tools combineren als voor organisaties die zelf software ontwikkelen.
Met andere woorden: modulair denken loont. Het maakt je wendbaar én onafhankelijk.

Kijk naar **Autofoley**: de tool werd zo ontworpen dat je zowel het taalmodel (OpenAI) als de audiogenerator (ElevenLabs) eenvoudig kunt vervangen door alternatieve tools. Eén schakel vervangen, zonder de hele keten te breken: dát is duurzaam bouwen met AI.

DE KUNST VAN MEEBEWEGEN MET JE CONTEXT

Een toekomstbestendige AI-strategie draait om **wendbaarheid:** kunnen schakelen, combineren en bijsturen wanneer de context verandert.

Kies daarom toepassingen die vandaag aantoonbare waarde opleveren. En geef gebruikers ruimte om te experimenteren met verschillende tools, in échte werksituaties.

Dat is AI-cultivatie in essentie: technologie niet van boven-af opleggen, maar de omstandigheden scheppen waarin experimenten kunnen bloeien. En de beste ideeën? Die worden vanzelf zichtbaar, omdat ze in de praktijk overeind blijven.

Binnen het **Leadership-Lab-Crowd-model** speelt het Lab daarin een sleutelrol. Het detecteert nieuwe tools of modellen, schat hun potentieel in en legt ze vervolgens in handen van de Crowd.
Zo ontstaat een natuurlijke doorstroom van inzicht naar actie. Wat niet werkt, leggen we opzij. Wat werkt, groeit.

AI-TOOLWIJZER: NUTTIGE MOMENTOPNAME

Tijdens het vooronderzoek voor onze pilotprojecten bouwden we een tooldatabase op. Onze ambitie? Om op het einde van het project een helder overzicht te bieden. We deelden tools in per domein, actor en transformatieniveau, in lijn met het Empowerment Framework.
Dat leverde een nuttige momentopname op. Maar ook een belangrijke les: zo'n database veroudert sneller dan je ze kunt aanvullen. Zelfs wanneer je het proces automatiseert met AI.
In een domein waar functies maandelijks verschijnen, tools verdwijnen en oplossingen transformeren, zegt een overzicht vooral iets over het verleden. Relevanter is het om telkens opnieuw te kijken: **wat werkt vandaag, in onze context, met onze mensen?**
Want pas in die praktijk blijkt wat een tool écht waard is. De marketingbeloftes van AI-tools zijn zelden zo solide als ze lijken.

BEKIJK DE TOOLWIJZER
We delen de toolwijzer als snapshot van het veld tijdens ons project.
Gebruik hem als vertrekpunt om zelf te verkennen, te testen en continu bij te sturen.

AI LAAT ZICH LEREN, NIET CONTROLEREN

De komst van generatieve AI confronteert organisaties met een technologie die grillig is, voortdurend verandert en tegelijk diep persoonlijk aanvoelt.
De klassieke implementatielogica schiet hier tekort. Top-downplanning en voorspelbare softwarecycli vloeken met de AI-context.

- Wat nodig is, is een **cultiverende aanpak**: ruimte voor experiment, een veilige voedingsbodem om te leren, en methoden om ontdekkingen te delen en successen op te schalen.

- Het **Leadership-Lab-Crowd-ecosysteem** biedt daarvoor een organisatorisch antwoord. Leiders creëren richting en veiligheid. De Crowd ontdekt kansen van onderuit. Het Lab verbindt, versnelt en vertaalt wat werkt.

- Het **Empowerment Framework** koppelt daar een strategisch denkkader aan vast, om toepassingen van GenAI te positioneren, analyseren en vergelijken. Zowel je huidige als je toekomstige mix.

Deze kaders brengen je dichter bij een AI-leercultuur: een omgeving die voortdurend nieuwe mogelijkheden ontdekt, beoordeelt en tot leven wekt – hoe snel en wild de technologie ook verandert.

Kortom, niet controle, maar cultivatie vormt de kern van een duurzame GenAI-strategie.



02

Vingers op de toetsen

GenAI in de praktijk.

GenAI volgt haar eigen strategische logica. Niet controleren, maar cultiveren is de boodschap. Niet 'doorduwen', maar experimenteren.
Je hebt de strategische tools van het Leadership–Lab–Crowd-model en het Empowerment Framework al in handen. Maar hoe vertaal je dat alles nu naar de dagelijkse praktijk? En hoe maak je van AI-gebruik een echte vaardigheid, breed gedragen in je organisatie? Dat belichten we in dit hoofdstuk.



We verwijzen daarbij naar de workshops die we hebben uitgevoerd in ons MediaGenie-traject. We moedigen je dan ook aan om diezelfde workshops te houden in jouw organisatie. Je krijgt daarvoor van ons het framework (AI Fluency) en de tools (zoals het MediaGenie Prompt Canvas).
Vingers op de toetsen? Go!

ME, MY TEAM & AI: PLEIDOOI VOOR CO-INTELLIGENTIE

Tien uur oefenen – dat is het kantelpunt volgens onderzoeker Ethan Mollick (Wharton School). Na die eerste intensieve uren ontwikkelen de meeste professionals al genoeg intuïtie om AI zinvol in te zetten.[12] Niet met theorie of handleidingen, maar door te doen: prompten, reprompten, kritisch beoordelen, fouten herkennen en AI verweven in echte workflows.

In zijn boek 'Co-Intelligence: Living and Working with AI'[13] vat Mollick die leerervaring samen in vier principes voor leiders en teams. Het zijn de basisregels voor leren samenwerken met AI.
Hun doel? Een reflex ontwikkelen waardoor je als medewerker spontaan denkt: hoe kan AI mij hierbij helpen? Net zolang tot die reflex even vanzelfsprekend wordt als iets googelen of een collega raadplegen.
De kern: AI ondersteunt bestaande én nieuwe workflows – altijd in cocreatie met de mens. Niet om AI-projecten tot succes te 'forceren' of om gewoon 'mee te zijn'. Wel met het oog op tastbare efficiëntiewinst en een kritisch verruimende blik. Dat is 'co-intelligentie' in een notendop.

4 BASISREGELS VOOR EEN PRAKTISCHE SAMENWERKING



Always invite AI to the table
Maak van AI een vaste gesprekspartner in je werkproces, ook bij taken waar het nut van AI niet meteen duidelijk is. Zo ontdek je niet alleen nieuwe toepassingen, maar ook de grenzen: waar blinkt AI uit? Waar schiet ze tekort?



Be the human in the loop
AI kan hallucineren, fouten maken of bias versterken. Daarom blijft de mens verantwoordelijk. De rol van de professional? Die verschuift van maker naar curator: beoordelen wat bruikbaar is en bepalen wie welke controles uitvoert.



Treat AI like a person (but tell it what kind of person it is)
AI werkt beter wanneer je de technologie behandelt als een collega met een eigen rol en context: redacteur, adviseur, onderzoeker … Onthoud ook dat AI géén mens is. Empathie en verantwoordelijkheid liggen bij de gebruiker.



Assume this is the worst AI you will ever use
Vandaag indrukwekkend, morgen passé of doodgewoon. AI-tools worden almaar beter. En elke nieuwe generatie van een AI-tool vraagt een nieuwe leerperiode. Dat proces stopt nooit. Routines kunnen achterhaald zijn in een oogwenk.[14]

[12] *Mollick, 2024a*
[13] *Mollick, 2024b*
[14] *Kotha et al., 2025*

Leren samenwerken met AI stopt overigens niet aan de kantoordeur. Zo is meer dan tweederde van de ChatGPT-gesprekken niet werkgerelateerd is. Dat blijkt uit een grootschalig onderzoek van OpenAI.[15] Een roadtrip plannen, Japans leren spreken, een verhaallijn voor een historische roman uitwerken … Door ook privé te experimenteren, scherpen mensen hun intuïtie en digitale geletterdheid aan. Dat werpt zijn vruchten af tijdens de werkuren.

Kanttekening: gebruik je GenAI *altijd* om te schrijven, dan train je je eigen schrijfspieren minder. Net zoals je zwakker wordt in hoofdrekenen als je voortdurend je rekenmachine bovenhaalt. Hou dit als creative in het achterhoofd: een sterke mens-AI-samenwerking kan leiden tot dito output, maar ze kan er ook voor zorgen dat je eigen skillset zich trager ontwikkelt. Of zelfs achteruitgaat. Kortom: *use it or lose it*.

LAAT JE DOOR INTUÏTIE NIET IN DE LUREN LEGGEN

Intuïtie is goed en nodig. Maar intuïtie kan ook misleiden. Dat blijkt uit dit onderzoek:

- Een grootschalige studie met softwareontwikkelaars toonde dat deelnemers verwachtten 20 tot 24 procent sneller te werken met AI. Maar in werkelijkheid waren ze gemiddeld 19 procent trager.[16]

- Onderzoek van BetterUp Labs en Stanford Social Media Lab[17] laat ons kennismaken met de term '**workslop**': AI-output die er tiptop uitziet, maar die inhoudelijk steken laat vallen. 4 op de 10 Amerikaanse kantoormedewerkers kregen er recent mee te maken. De balans? Gemiddeld 2 uur herstelwerk per incident en een tol van zo'n 186 dollar per medewerker per maand.

VLOEIEND AI LEREN SPREKEN

Hoe dichten we de gapende kloof tussen intuïtie en realiteit? Door **AI fluency** te ontwikkelen: het mee-evoluerende vermogen om AI bewust, kritisch en creatief te gebruiken.

Vergelijk het met een taal leren: je start met bewuste oefening en groeit naar intuïtieve beheersing. Je denkt niet meer na over elke prompt. Je vóélt wat werkt. Zo wordt AI een vanzelfsprekende partner in werk en leren. Geen spielerei. Geen bron van schijnproductiviteit, wel van tastbare vooruitgang.

NET ZOALS LEREN RIJDEN: PROBEREN, BIJSTUREN, METERS MAKEN

Begin 2025 stak MediaGenie van wal met één doel: gerichte kennis opbouwen rond GenAI in de media & entertainment, publishing- en eventsector. Tijdens dat traject brachten we de deelnemers samen rond de vraag: hoe schaal je je AI-gebruik slim op?

De kern van onze aanpak? In-house AI Fluency-workshops rond LLM's, met vijf tot dertig personen, ingebed in de eigen praktijk van elke deelnemer. Geen kant-en-klare demosessies, maar compacte leerlabs van vier uur waarin teams samen aan de slag gingen met hun échte vraagstukken.

In dit hoofdstuk gidsen we je langs de aanpak van die workshops. Omdat de technologie zich zo snel ontwikkelt, werken we de workshops geregeld bij. Zo kun je altijd bij ons terecht voor een sessie op maat, gebouwd rond de nieuwste inzichten.

BELEEF GENAI MET EEN SESSIE UIT ONS VORMINGSAANBOD



Voorkennis en AI Fluency: de twee grote pijlers in onze AI Fluency-workshops.

[15] *Chatterji et al., 2025*
[16] *Becker et al., 2025*
[17] *Niederhoffer et al., 2025*

VEEL GOESTING, GEEN HOUVAST

Of het nu ging om een klein eventbureau bent of een groot mediabedrijf, de startpositie bleek verrassend gelijk: veel goesting, weinig houvast. Bijna overal zit het AI-gebruik in een **experimentele fase**: losse initiatieven, gedeelde accounts onder teamleden, kleine pilots met ChatGPT of Copilot, zonder structuur of strategie. Onze bevraging vooraf bevestigde dat beeld. De meeste deelnemers spraken van een dubbele ervaring: ze waren tegelijk nieuwsgierig, onzeker en terughoudend over de technologie.

Precies bij die kloof vertrokken we. De AI Fluency-workshops lieten deelnemers – van baliemedewerker tot CEO – kennismaken met GenAI-tools. Hoe ze werken, wat ze kunnen en waar ze het laten afweten. Niet om AI-experts te maken, wel om vertrouwen, intuïtie en handigheid aan te scherpen. En om die eigenschappen door te laten sijpelen in alle rangen van de organisatie.

We zetten de AI Fluency-workhops op als een verdiepend leertraject:

- Ze brengen inzicht en structuur.
- Ze combineren uitleg, demonstraties en teamgesprekken.
- Ze laten deelnemers prompts formuleren en uittesten.

Je leert AI dan ook niet gebruiken met een handleiding. Het is zoals leren rijden: door te proberen, bij te sturen en meters te maken. Zo ken je je plek op de baan, schakel je wanneer dat nodig is en zie je wat er om je heen gebeurt. De Fluency-workshops sterken niet alleen het individuele vertrouwen, maar geven teams een gedeelde taal om het over AI te hebben. AI wordt zo minder een *black box*, meer een gesprekspartner.

De effecten van de workshops tijdens het MediaGenie-traject? Die waren opvallend. Herinner je je onze nulmeting met nieuwsgierige, maar afwachtende deelnemers? Bij afloop van het traject was dat beeld omgedraaid: bijna zeven op de tien personen gaven aan dat ze zich zelfstandig en met vertrouwen konden redden in hun dagelijkse AI-gebruik. Kortom: de nieuwsgierigheid bleef, maar kreeg richting.

HET AI FLUENCY FRAMEWORK

Voor onze AI Fluency-sessies kozen we een stevig, maar flexibel kader: het **AI Fluency Framework** van Rick Dakan (Ringling College of Art and Design) en Joseph Feller (University College Cork).[18]

De onderzoekers bogen zich over honderden interacties tussen mensen en AI-systemen. Ze vroegen zich af: wat maakt dat sommigen moeiteloos met AI samenwerken, terwijl anderen blijven worstelen?

Het resultaat van hun werk: een praktisch framework dat losstaat van specifieke AI-modellen. Met een geleerde term: het is 'technologie-agnostisch'. Welke tools je ook gebruikt, de principes blijven overeind: van taalmodellen zoals ChatGPT, Claude of Gemini tot beeld- en videogeneratoren zoals Midjourney of Runway.

Zo is het AI Fluency Framework toekomstbestendig en immuun voor lock-ins. Het maakt niet uit hoe snel de tools veranderen: wat je vandaag leert, helpt je morgen opnieuw vooruit.

Gebruik het framework als een gereedschapskist. Je haalt er de werkwijzen en reflexen uit die je nodig hebt. Zo reageer je flexibel op elke situatie. Niet alleen om sneller te werken. Ook om dat ethisch, creatief, veilig en doeltreffend te doen. AI is in de eerste plaats een collega die met jou uitdagingen vastpakt.

DE 4 VAARDIGHEDEN VAN AI FLUENCY

Vier kernvaardigheden zorgen voor AI Fluency. Ze haken als tandwielen in elkaar: **Verdelen, Verwoorden, Verifiëren en Verantwoorden**.

Dit framework vormt de ruggengraat van onze workshops: elk onderdeel wordt tastbaar via oefeningen, tools en gesprekken.



Visualisatie van het AI Fluency Framework uit de workshops.

[18] *Dakan & Feller, 2025*

1. Verdelen - Wie doet wat?

Welke taken doe je zelf? Welke vertrouw je toe aan AI? Dat zijn de kernvragen van Verdelen.
Het vraagt inzicht in drie dingen: het soort taak, de mogelijkheden van de tools, en de manier waarop mens en AI samenwerken.

Het framework onderscheidt **drie werkmodi** – we voegen er zelf nog een logische vierde aan toe. Als je al las over het Empowerment Framework (zie eerder), doen die termen zeker een belletje rinkelen.

1. Automation	**De uitvoerende modus**
Beschrijving	AI voert zelfstandig taken uit op basis van duidelijke instructies. Dat werkt vooral bij repetitieve, tijdrovende of data-intensieve klussen. Jij formuleert scherp, AI voert uit, jij controleert de output.
Voorbeelden	• Een lange e-mail samenvatten • Kern-emoties halen uit honderden social media-reacties
Goed om te weten	Automation is ideaal voor taken met een helder doel en voorspelbaar resultaat. Maar let op: blijf je hier steken? Dan reduceer je AI tot 'slimmere automatisering' en mis je de echte meerwaarde.

2. Augmentation	**De samenwerkende modus**
Beschrijving	Hier werken mens en AI écht samen. Er ontstaat een creatief heen-en-weer waarbij jij en de tool elkaar aanvullen: jij stuurt, AI denkt mee. Jij verfijnt, AI bouwt voort. Zo kom je tot resultaten waarin menselijke en artificiële bijdragen nog moeilijk te scheiden zijn.
Voorbeelden	• Een redacteur verfijnt een tekst stap voor stap in ChatGPT Canvas. • Een strateeg verkent met AI scenario's en bouwt voort op eerdere inzichten. • Een ontwerper kaatst ideeën heen en weer met AI tijdens een brainstorm.
Goed om te weten	Veel professionals belanden toevallig in deze modus. Je herkent het wel: na één simpele prompt ontspint zich plots een creatief gesprek. De kunst is om van die toevallige samenwerking een bewuste methode te maken. Zo haal je niet alleen sneller, maar ook slimmer resultaat uit AI.

3. Agency	**De autonome modus**
Beschrijving	Hier stel je AI in om zelfstandig en proactief taken uit te voeren. Jij bepaalt de doelen, parameters en het gewenste gedrag. AI neemt de uitvoering in handen. En formuleert zelf de subtaken op basis van het doel en werkt die af zonder jou voortdurend lastig te vallen. Dat vraagt diep inzicht in wat AI wél en niet kan.
Voorbeeld	• Je schakelt een researchmodel in om honderden bronnen te raadplegen en in een onderbouwd rapport te gieten.
Goed om te weten	Agency verlegt de grens tussen mens en machine. Hoe meer autonomie je aan AI geeft, hoe belangrijker het wordt om heldere doelen, controles en evaluatiemomenten te voorzien.

4. Ambient AI	**De contextuele modus (alias 'omgevingsmodus')**
Beschrijving	Ambient AI is de volgende stap in de evolutie. Waar Agency draait om autonomie binnen afgebakende kaders, is Ambient AI altijd aanwezig – stil, observerend en ondersteunend. De AI draait op de achtergrond, verzamelt en analyseert context, bereidt informatie voor en treedt pas op de voorgrond als dat relevant wordt voor jou als gebruiker.
Voorbeelden	• ChatGPT Tasks: ingeplande of terugkerende acties die automatisch worden uitgevoerd • ChatGPT Pulse: asynchrone achtergrondresearch voor dagelijkse briefings • Wearables zoals de *Limitless Pendant*: apparaten die gesprekken en context voortdurend registreren en omzetten in bruikbare inzichten.
Goed om te weten	Deze dimensie toont hoe AI verschuift van reactieve hulp naar een bijna onzichtbare, proactieve partner die met je meedenkt terwijl jij focust op je werk.

Belangrijk om te onthouden: deze vier modi vormen geen hiërarchische ladder die je moet beklimmen. Zie het als een schakelpaneel: je switcht soepel van modus, afhankelijk van je taak, context en doel.

De 3 lagen van Verdelen

1. Weet wat je wilt bereiken (Goal & Task Awareness)

Zonder helder doel is AI een dure hamer op zoek naar spijkers. 'AI inzetten voor contentcreatie' klinkt ambitieus, maar is te vaag. Maak het concreet:

- Merkconsistentie bewaken in de *tone of voice* over verschillende kanalen heen
- Nieuwe doelgroepen bereiken via gepersonaliseerde campagnes

Elk doel vraagt om een andere aanpak en dus een andere samenwerking met AI.

2. Ken je gereedschap (Platform Awareness)

Niet elk AI-systeem blinkt uit in dezelfde taken. In de redactiekamer of de montagestudio kan dat zo werken:

- ChatGPT om headlinevarianten te creëren en de sterkste formulering te vinden
- Claude om lange onderzoeksdossiers te structureren
- Gemini met Nano Banana voor beeldbewerking

3. Maak de juiste verdeling (Task Delegation)

Uiteindelijk draait het om één strategische keuze: wat doe jij, wat doet AI en waar werk je samen? Een contentmanager bij een streamingdienst kan dat zo aanpakken:

- AI vat afleveringen samen in korte blurbs voor de catalogus. (Automation)
- Samen met AI werkt de contentmanagers invalshoeken uit voor trailers of socialmediaclips. (Augmentation)
- Vervolgens verzorgt ze zelf de eindselectie en creatieve finetuning, zonder AI.
- AI analyseert de kijk- en klikdata en signaleert patronen voor volgende releases. (Automation)

Wat altijd geldt: de eindverantwoordelijkheid ligt bij de mens.

Via kaarten naar concrete keuzes

Tijdens de workshops zetten we de deelnemers meteen aan het werk met de Prompt Use Case Inspiratiekaarten. Je vindt honderd GenAI-rollen en -scenario's in het *deck*, telkens toegespitst op tekst, beeld, video of audio. Van *De 3D-beeldhouwer* tot *De Zoeker*. Van *De Voorspeller* tot *De Verhalenverteller*.



Enkele Prompt Use Case Inspiratiekaarten.

Elke kaart bevat drie vaste onderdelen:

- **Prompt triggers**: hoe je een prompt slim opstart
- **Gebruik op de werkvloer**: typische toepassingen in media & entertainment, publishing en events
- **Powertips**: hacks om meer uit de samenwerking te halen

Doel van de kaarten? Het gesprek en de ideeën op gang brengen. Door samen door de rollen te bladeren, koppelen teams hun eigen taken en context aan concrete AI-toepassingen. Omdat de kaarten tastbaar zijn, verlagen ze de drempel om over AI te praten. Geen abstracte beloftes, maar concrete mogelijkheden.
Ook na de workshop blijven de kaarten hun nut bewijzen. Ze verdwijnen niet in de cloud. Ze blijven op tafel liggen als zichtbare geheugensteun.

DOWNLOAD DE PROMPT USE CASE INSPIRATIEKAARTEN.

Keuzes maken met de Impact–Effort-matrix

De ideeën die tijdens het gesprek ontstaan, krijgen vorm op post-its en belanden daarna in de Prompt Impact–Effort-matrix.

- Horizontale as: hoeveel moeite kost het om een taak duidelijk aan AI uit te leggen (*low versus high effort*)?
- Verticale as: hoeveel meerwaarde levert die taak op (*low versus high impact*)?

Zo ontstaan vier kwadranten die je helpen om te kiezen:

- **Meteen doen:** laagdrempelige, waardevolle toepassingen zoals briefings samenvatten, teksten herschrijven of e-mails afstemmen op *tone of voice*.
- **Later doen:** veelbelovende taken die meer context of afstemming vragen, zoals project-plannen opstellen.
- **Als er tijd is:** taken met beperkte impact. Minder prioritair.
- **(Nog) niet doen:** complexe opdrachten (zoals statistische analyses of workloadinschattingen) die eerst grondig moeten worden getest. Tot de resultaten kwalitatief en betrouwbaar zijn.

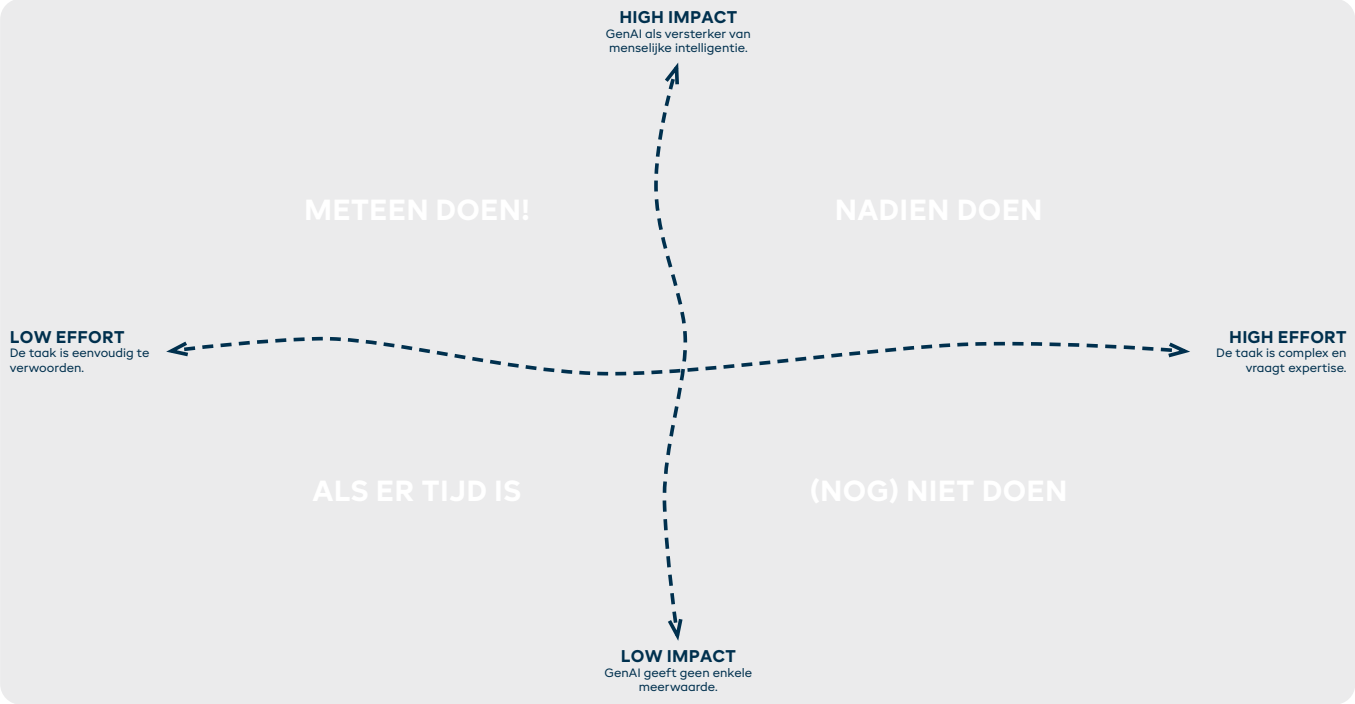
Door de matrix samen in te vullen, zien teams meteen wat vandaag al haalbaar is met AI en waar menselijk vakmanschap onmisbaar blijft.

Je hoeft overigens niet elke taak uitgebreid te prompten:

- **Eenmalige taken?** Vaak volstaat een snelle ad-hocprompt.
- **Terugkerende taken met impact?** Ontwikkel het best een herbruikbare prompt.

Elke deelnemer kiest één taak uit ‘Meteen doen’ en werkt die verder uit tot een concrete prompt.

DOWNLOAD DE IMPACT-EFFORT-MATRIX.



MediaGenie Impact-Effort-matrix.

2. Verwoorden - Wat wil je precies?

Heb je de taken verdeeld? Dan is de volgende stap om je opdracht onder woorden te brengen. Hoe formuleer je je prompts zo dat AI je écht begrijpt en helpt met bruikbare output?

Veel mensen behandelen AI nog als een zoekmachine: trefwoorden droppen, *hope for the best*. Maar een LLM is eerder een gesprekspartner. De kwaliteit van het gesprek bepaalt de kwaliteit van de output.

Het AI Fluency Framework onderscheidt **drie manieren** om dat gesprek helder en juist te sturen:

1. Product description	**Zeg wat je wilt**
Beschrijving	Een vage vraag leidt tot frustratie. Een glasheldere vraag levert bruikbare output op. Maak je prompt dus hyperconcreet.
Prompts	• Vage prompt: “Ik wil tekst voor een campagne.” • Heldere prompt: “Schrijf een Instagram-caption van maximaal 100 woorden die de nieuwe festival-line-up aankondigt, gericht op jongeren van 18 tot 25 jaar oud, met een speelse toon en een duidelijke call-to-action om tickets te kopen.”
Goed om te weten	Hoe scherper je doel, lengte, publiek en toon zijn afgebakend, hoe directer je de output kunt gebruiken.

2. Process description	**Regisseer de AI-aanpak**
Beschrijving	Soms volstaat het niet om te zeggen *wat* je wilt. Je moet ook aangeven *hoe* AI dat moet aanpakken.
Prompts	• Filmredacteur: “Analyseer dit script eerst op plotstructuur. Daarna op personageontwikkeling. Sluit af met suggesties voor *pacing*.” • Journalist: “Vat dit onderzoeksrapport samen door eerst de cijfers te isoleren. Voeg daarna de context toe. Eindig met een lijst van onbeantwoorde vragen.”
Goed om te weten	Door AI jouw proces te laten volgen, krijg je resultaten terug die inhoudelijk én aansluiten bij je eigen denk- en werkstijl. Je houdt de touwtjes in handen en wordt beloond met output die meer karakter aan de dag legt.

3. Performance description	**Geef AI een rol**
Beschrijving	Er is meer dan één manier om AI in te zetten. AI kan verschillende rollen aannemen: van kritische sparringpartner tot creatieve sidekick. Maak dat expliciet in je prompt.
Prompts	• “Wijs me als kritische eindredacteur op inconsistenties in mijn artikel.” • “Doe alsof je een art director bent en pitch drie visuele invalshoeken voor deze campagne aan mij.” • “Reageer als een nieuwsgierige luisteraar om mijn interviewvragen scherper te maken.”
Goed om te weten	Met een goede *performance description* wordt AI geen passieve antwoordmachine, maar een actieve denkpartner die jouw werkstijl aanvult.

8 ingrediënten voor krachtige prompts

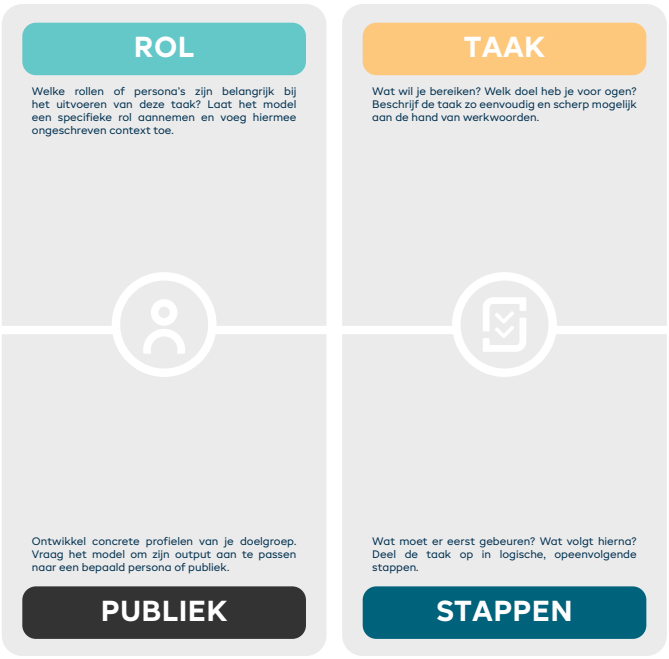
Hoe zet je nu een prompt van formaat op? Gebruik het **MediaGenie Prompt Canvas** – een invulsjabloon met acht ingrediënten.

1. Taak
Begin met een actief werkwoord en beschrijf het gewenste resultaat.
Voorbeeld: "Genereer vijf alternatieve titels voor dit opinie-stuk die de nieuwsgierigheid opwekken. Maximaal zestig tekens lang."

2. Context
AI weet niet wat jij weet, dus schets de situatie.
Voorbeeld: "Dit artikel verschijnt in een cultureel magazine met een jong, progressief publiek dat vooral online leest."

3. Rol
Laat AI een rol aannemen en stuur het gedrag.
Voorbeeld: "Beoordeel dit manuscript als een ervaren literair redacteur met oog voor stijl en ritme."

4. Output
Maak duidelijk in welke vorm je de output wilt ontvangen.
Voorbeeld: "Geef je voorstel in een tabel met drie kolommen: titel, tone of voice en doelgroep."



Voorbeeld van 'rol', 'taak', 'publiek' en 'stappen' in het MediaGenie Prompt Canvas.

5. Stappen
Verdeel de opdracht in behapbare etappes.
Voorbeeld: "Analyseer eerst de brondata van de kijkcijfers, identificeer daarna trends per leeftijdsgroep en formuleer tot slot drie implicaties voor onze programmering."

6. Publiek
Geef aan voor wie de output bedoeld is.
Voorbeeld: "Schrijf dit artikel voor een algemeen publiek, niet voor experts. Vermijd vakjargon."

7. Referenties
Illustreer wat je zoekt met voorbeelden of bronnen.
Voorbeeld: "Gebruik de stijl van onze vorige nieuwsbrief (bijgevoegd) als referentie."

8. Toon
Bepaal welk gevoel je wilt overbrengen met je output.
Voorbeeld: "Schrijf met de wervende energie van een filmtrailer, zonder superlatieven."

Niet elke prompt hoeft alle acht ingrediënten te bevatten. Voor eenmalige opdrachten volstaat vaak een korte instructie. Het Prompt Canvas is vooral handig voor taken die regelmatig terugkomen, een hoge impact hebben of breed inzetbaar zijn binnen het team. In die gevallen loont het om zorgvuldig en herbruikbaar te prompten.

DOWNLOAD HET MEDIAGENIE PROMPT CANVAS.

VERWOORDEN IN DE PRAKTIJK

In de workshop vullen deelnemers in kleine groepjes hun gekozen taak stap voor stap in op het canvas. Dat dwingt tot heldere keuzes: welke informatie geef je mee? Wat laat je weg?

Heb je het Canvas ingevuld? Dan heb je een eerste ruwe prompt in handen. In de volgende fase (*Verifiëren*) ga je die prompt testen en verfijnen.

3. Verifiëren - Hoe hou je het scherp?

Wat AI produceert, klinkt vaak overtuigend. Maar niet alles wat eruit rolt is betrouwbaar of bruikbaar. Daarom is Verifiëren essentieel: de kwaliteit van AI-output én de samenwerking streng beoordelen. Niet blind vertrouwen, maar ook niet wantrouwen. Wél nieuwsgierig en kritisch kijken: wat klopt, wat niet, en hoe stuur ik bij?

Net zoals bij Verwoorden, zien we **drie niveaus** terugkeren:

1. Product discernment	**Controleer je output**
Vraag	Is het resultaat inhoudelijk correct, relevant en bruikbaar?
Voorbeelden	• Een nieuwsredacteur merkt dat AI in een samenvatting een fout jaartal gebruikt. Hij voorkomt zo een pijnlijke fout. • Een muziekjournalist ziet dat AI wel artiestennamen vermeldt, maar de volgorde van releases door elkaar haalt.
Goed om te weten	Je hebt domeinexpertise nodig. Want subtiele fouten herken je alleen met kennis van zaken. Vertrouw AI-output nooit zonder verificatie, zeker niet bij cijfers, feiten en bronnen.

2. Process discernment	**Leg het denkproces bloot**
Vraag	Hoe kwam AI tot dit antwoord? Kloppen de aanpak en de redenering?
Voorbeelden	• Een filmcriticus laat AI trends in boxofficedata analyseren. De output oogt overtuigend, maar steunt op Amerikaanse cijfers. De vraag was om de Europese context onder de loep te nemen. • Een uitgever merkt dat AI bij manuscriptevaluaties vooral oppervlakkige plotelementen benadrukt en cruciale culturele referenties negeert.
Goed om te weten	Op dit niveau daag je AI uit om 'in de keuken te laten kijken'. Om aannames en stappen expliciet te maken. Pas dan kun je beoordelen of haar redeneringen deugen.

3. Performance discernment	**Speel jury over de AI-prestaties**
Vraag	Hoe gedraagt AI zich in de samenwerking – te voorzichtig, te stellig, te repetitief?
Voorbeelden	• Een copywriter ziet dat AI in elke advertentievariatie dezelfde sloganstructuur herhaalt: voorspelbare output. • Een tv-redacteur krijgt scenario's die te braaf blijven, terwijl die prikkelende invalshoeken vroeg.
Goed om te weten	In dit niveau draait het om patronen herkennen en bijsturen. Vraag AI expliciet om creatiever, kritischer of controversiëler te werken wanneer nodig.

VERIFIËREN IN DE PRAKTIJK

In de workshops testen deelnemers hun prompts door meerdere varianten te genereren, verschillen te bespreken en instructies te verfijnen. Ze gebruiken daarbij ook een Custom GPT-tool gebaseerd op het Prompt Canvas om hun prompts te verfijnen. De boodschap: wees geen papegaai. Je neemt AI-resultaten niet klakkeloos over, maar toetst ze af en stuurt ze bij.

Verifiëren is dus méér dan fouten onderscheppen: het is een leerschool. Door aannames en missers te doorgronden, scherpen professionals hun eigen denk- en beoordelingsvermogen aan.

4. Verantwoorden - Hoe hou je het stuur in handen?

Hoe geavanceerd AI ook is, de eindverantwoordelijkheid ligt altijd bij jou als maker. Ontwikkelaars moeten zorgen voor veilige en betrouwbare tools, maar jij beslist hoe je die inzet en waarvoor.

Verantwoorden gaat over zorgvuldig, transparant en verantwoordelijk omgaan met AI. Het draait niet alleen om ethiek, maar ook om kwaliteit en vertrouwen: jij hebt het proces in gang gezet, jij blijft de eigenaar.
We onderscheiden **drie lagen** van verantwoordelijkheid:

1. Creation diligence	**Creëer nooit op automatische piloot**
Vraag	Wanneer, hoe en waarom zet je AI in?
Voorbeelden	• Een redactie besluit geen vertrouwelijke bronnen of ongepubliceerde manuscripten te analyseren met publieke AI-modellen. • Een festivalorganisator die AI gebruikt voor campagnebeelden controleert vooraf de auteursrechtelijke risico's van stockbeelden. • Een podcastproducent vraagt zich af welke risico's ontstaan als AI-audio wordt ingezet zonder dat luisteraars dat weten.
Richtlijn	Wees zorgvuldig met data, respecteer auteursrechten en weeg risico's af vóór je AI inschakelt.

2. Transparency diligence	**Communiceer openlijk over je AI-gebruik**
Vraag	Hoe vertel je dat AI betrokken was, zonder je geloofwaardigheid te verliezen?
Voorbeelden	• Een uitgever vermeldt in het colofon dat AI werd gebruikt voor de eerste samenvattingen van manuscripten, maar dat alle eindredactie door mensen gebeurde. • Een reclamebureau meldt in klantpresentaties dat AI hielp bij het genereren van alternatieve slogans. • Een nieuwszender bepaalt in haar richtlijnen dat AI mag ondersteunen bij research, maar dat publicaties altijd worden gecontroleerd en ondertekend door journalisten.
Richtlijn	Transparantie gaat niet over algemene disclaimers. Wel over verwachtingen managen en het vertrouwen behouden. Niet verlegen zijn: als je AI hebt gebruikt, zeg het dan.

3. Deployment diligence	**Communiceer openlijk over je AI-gebruik**
Vraag	Sta je volledig achter wat je met AI hebt gemaakt?
Voorbeelden	• Een hoofdredacteur behandelt AI-output net zo streng als eigen copy: alles wordt gecheckt vóór publicatie. • Een creative director gebruikt AI-gegenereerde scripts pas na grondige redactiecontrole. • Een social media manager laat elke AI-post nalezen om reputatieschade te voorkomen.
Richtlijn	Controleer, toets en verbeter waar nodig voordat iets live gaat.

VERANTWOORD GEBRUIK IN DE PRAKTIJK

In onze Fluency-workshops bespreken we de actuele valkuilen van AI: hallucinaties, bias, of het delen van gevoelige data met publieke modellen. Ook de impact op de gebruiker komt aan bod. Cruciaal blijft: de mens is eindverantwoordelijk.
AI verantwoord gebruiken is niet alleen een kwestie van 'je keuzes verdedigen'. Het is ook constructief. Het voorkomt fouten en risico's, maar bouwt vooral vertrouwen op – bij collega's, klanten en publiek. Zo wordt verantwoordelijkheid een gedeelde kracht, geen verplicht nummer.

AI FLUENCY: TASTBARE RESULTATEN, ELKE DAG OPNIEUW

Dankzij de combinatie van Prompt Use Casekaarten, de Impact–Effort Matrix, het Prompt Canvas en Custom GPT wordt het AI Fluency framework tastbaar in de dagelijkse praktijk.

Elke deelnemer verlaat de workshop met: een ingevuld Prompt Canvas (papier of digitaal), minstens één geteste en verfijnde werkprompt en een korte toelichting over de toepassing in de eigen workflow.

Organisaties nemen ook deze voordelen mee:

- Quick wins: directe tijdswinst en verbeterde kwaliteit via laagdrempelige taken zoals copyvarianten, headlines of samenvattingen
- Promptbibliotheek: een gedeeld repertoire dat teams helpt om AI structureel te verankeren in hun manier van werken

Hierna lees je hoe je het AI Fluency Framework uitbouwt tot een levend instrument: dé houvast om AI bewust, veilig en met vertrouwen in te zetten.

VAN LOSSE EXPERIMENTEN NAAR EEN LEVENDE KENNISBIBLIOTHEEK

De AI Fluency-workshops zijn maar het begin.

Ze maken AI tastbaar en haalbaar, maar zonder degelijke follow-up blijven organisaties vaak hangen in losse experimenten en informele tips, die zelden echt circuleren of bijblijven – dat heet '*shadow learning*'. Gevolg? Teams moeten telkens opnieuw beginnen.

GenAI werkt bovendien als een dubbele hefboom:
Aan de ene kant helpt ze minder ervaren medewerkers om **sneller resultaten** te boeken. Een junior redacteur kan met AI in korte tijd een professionele tekst afleveren die anders dagen oefening zou vergen (Skill leveling).
Aan de andere kant versterkt AI de **slagkracht** van ervaren professionals. Een senior strateeg kan in één middag tien scenario's verkennen waar vroeger weken denkwerk voor nodig waren (Multiplicatie).

Die hefboom vraagt wel om een omzichtige aanpak. Zonder structuur raakt alles uit balans. Denk aan juniors die productief lijken maar weinig leren. Of aan seniors die hun inzichten voor zichzelf houden.

AI PLAYGROUND ALS INSPIRATIEKADER

Om de kloof tussen losse experimenten en structureel gebruik te dichten, ontwikkelden we in Notion de **AI Playground**. Dat is een platform met praktische tutorials, interactieve oefeningen, *use cases* uit de praktijk en de kans om kennis en ervaringen uit te wisselen met collega's binnen Thomas More en andere AI-enthousiastelingen.

De Playground is kloonbaar. Je dupliceert de omgeving met één klik en vult die aan met eigen voorbeelden, cases en workflows. Zo fungeert de Playground niet alleen als handig en inspirerend startpunt, maar ook als kennisbibliotheek die meegroeit met je praktijk.

De Playground omvat drie toepassingsdomeinen:

1. Redeneren met AI (ChatGPT): taalmodellen als denk- en schrijfpartner
2. Verbeelden met AI (Midjourney): visuele concepten genereren en verfijnen
3. Beelden beheersen met AI (Stable Diffusion, Flux, ChatGPT, Gemini met Nano Banana): gecontroleerde beeld-bewerking en doelgerichte workflows

Binnen elk domein vind je vier soorten leermateriaal:

- **Modules:** stapsgewijze inleidingen, van basis tot verdieping
- **Prompt-ingrediënten:** zoals taak, context, rol, output, stappen, publiek, referenties en toon (uit het Prompt Canvas)
- **Tips & tricks:** praktische aanwijzingen, valkuilen en *use cases*
- **Oefeningen & uitdagingen:** opdrachten om kennis meteen toe te passen

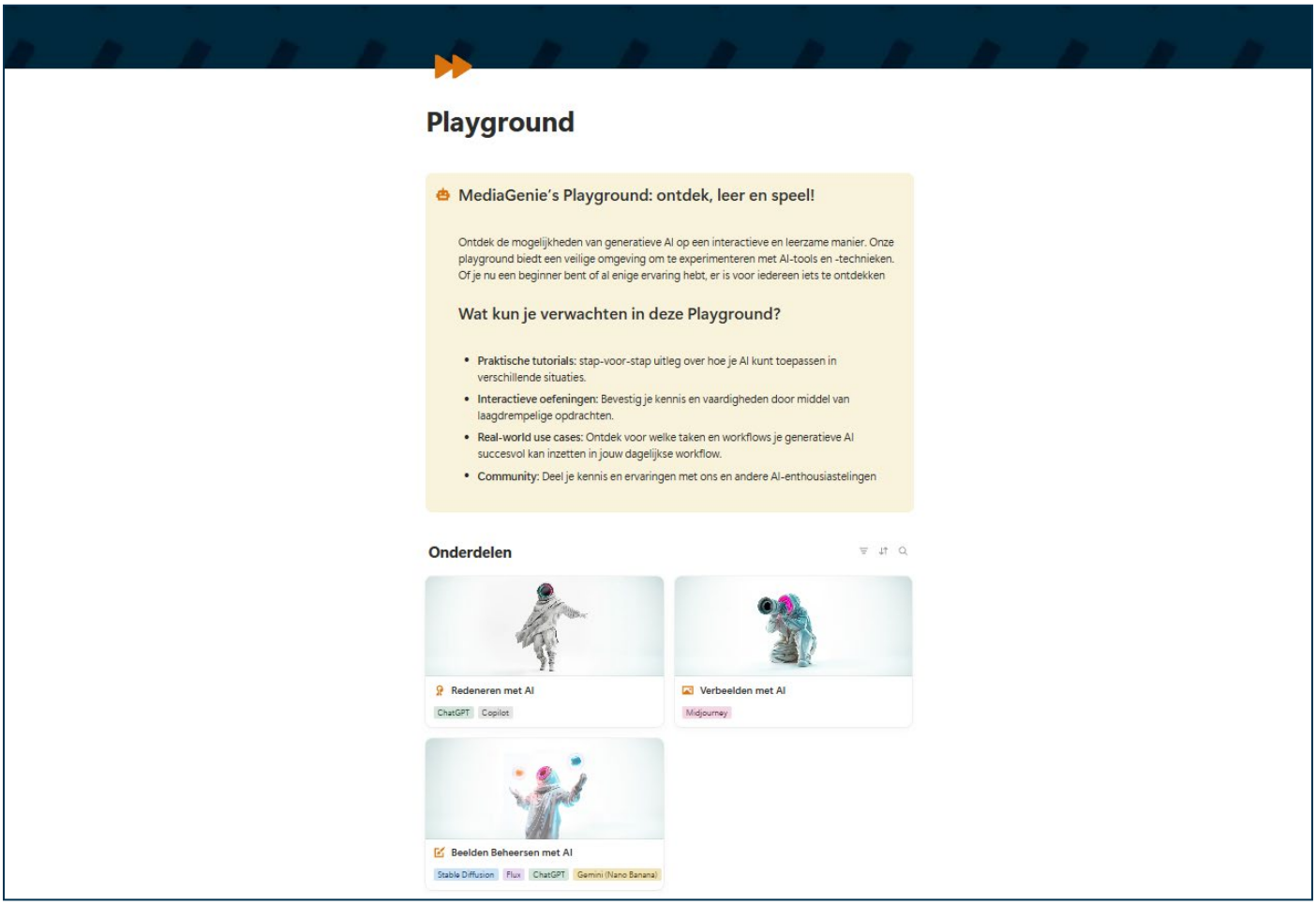
BEZOEK DE PLAYGROUND

NAAR EEN LEVENDE KENNISBIBLIOTHEEK

Het doel is dat organisaties de Playground gebruiken als basis en die verrijken met eigen voorbeelden en sectorspecifieke cases. Zo ontstaat een levend naslagwerk dat meegroeit met de dagelijkse praktijk.

Binnen dat ecosysteem speelt het Lab een actieve rol: kennis verzamelen, ordenen en up-to-date houden. Het Leadership gebruikt die inzichten om koers en prioriteiten te bepalen. Samen zorgen ze ervoor dat kennis geen momentopname is, maar een kompas dat organisaties helpt groeien. Samen met AI.

Zo groeit AI van losse experimenten naar een gedeeld leerproces. Met de vingers op de toetsen, elke dag een beetje slimmer.



Screenshot van de Playground.



03
Fundamenten van betrouwbaar AI-gebruik

Zó loop je niet op de klippen.

Wie GenAI intens inzet, draagt een grote verantwoordelijkheid. En dat geldt ondertussen zeker voor professionals in media & entertainment, publishing en events.
Samen gaan we niet zomaar voor AI. We streven naar betrouwbare of *trustworthy* AI. Dat principe zit in het hart van de Europese AI-benadering. Het gaat om verantwoord gebruik: AI-systemen moeten niet alleen technisch goed functioneren, maar ook kleuren binnen de lijnen van ethiek en wetgeving.

De Europese Commissie publiceerde daarover de gids 'Ethische richtsnoeren voor kunstmatige intelligentie'[19] , opgesteld door de High-Level Expert Group on AI. Zij beschrijven 'betrouwbare AI' volgens drie dimensies:

- **Wettelijk:** AI-systemen voldoen aan de wet- en regelgeving.
  Denk aan de Europese AI Act en aan bestaande wetgeving rond privacy, auteursrecht en consumentenbescherming.

- **Ethisch:** AI-gebruik volgt ethische principes en waarden.
  De technologie ondersteunt onder meer de menselijke waardigheid, autonomie en rechtvaardigheid.

- **Robuust:** AI-systemen zijn technisch en maatschappelijk solide.
  Ze moeten correct werken onder de motorkap, zijn bestand tegen misbruik en veroorzaken geen onbedoelde schade.

De experts onderscheiden **vier ethische principes** die samen het fundament vormen van betrouwbare AI:

1. **Autonomie.** Mensen moeten de regie behouden.
2. **Integriteit.** AI mag geen fysieke of maatschappelijke schade veroorzaken.
3. **Rechtvaardigheid.** Iedereen moet eerlijk en gelijk worden behandeld.
4. **Verantwoording.** Beslissingen moeten uitlegbaar en traceerbaar zijn.

Die principes banen de weg voor **zeven concrete criteria** waaraan AI-systemen moeten voldoen. Wij vatten die criteria in het beeld van: de VUURTOREN VAN VERTROUWEN.


Uitkijkpost: mensen moeten **toezicht** blijven houden en controle blijven uitoefenen op het AI-gebruik en de AI-systemen.


Schachtmuur: de technologie van de AI-systemen moet **robuust en veilig** zijn.


Toegangsdeur: **privacy en data** moeten goed worden beheerd. Welke systemen krijgen toegang tot welke gegevens?


Torenraam: de **transparantie** van de AI-systemen en hoe ze worden gebruikt moet gegarandeerd zijn.


Torensokkel: **rechtvaardigheid**, diversiteit en non-discriminatie moeten samen de basis vormen voor AI-gebruik en -systemen.


Vuurtorendak: het geheel van AI-toepassingen en -handelingen moet ten dienste staan van het **maatschappelijke welzijn**.


Lantaarn: organisaties moeten **verantwoording** afleggen over hun AI-inzet: beslissingen uitleggen, risico's beheren en leren uit fouten.

Deze Vuurtoren van Vertrouwen wijst de weg naar verantwoord AI-gebruik – in elke sector, ook in media & entertainment, publishing en events.
Betrouwbare AI? Die bouwen we samen: ontwikkelaars, teams en gebruikers dragen elk hun deel van de verantwoordelijkheid. Gebruik de zeven Vuurtoren-criteria om ook met jouw organisatie stap voor stap te groeien naar verantwoord AI-gebruik.

[19] *AI HLEG, 2019.*
We zullen hier soms kortweg naar refereren als de 'Ethische richtsnoeren voor AI'.

IN DE SCHIJNWERPERS: VERANTWOORD GEBRUIK VOOR MAKERS EN MEDIA

Hoe vertalen we nu de zeven Vuurtoren-principes voor betrouwbare AI naar ons dagelijkse werk in media en entertainment? In wat volgt, brengen we elk principe tot leven.

Wil je zelf nagaan hoe betrouwbaar je AI-gebruik vandaag is? Dan is de Assessment List for Trustworthy AI (ALTAI)[20] van de Europese Commissie een goed startpunt. Dit is een praktische vertaling van de ethische richtsnoeren. Kenniscentrum Data & Maatschappij publiceerde een handige verkorte vragenlijst gebaseerd op ALTAI om AI-projecten ethisch richting te geven vanaf een vroeg stadium (de Trustworthy AI Project Planner[21]).
De richtlijnen dateren van 2019, maar blijven actueel. Ook nu GenAI het speelveld in hoog tempo van uitzicht verandert.

WAAK OVER DE MENSELIJKE REGIE

In de zomer van 2023 lanceerde Mediahuis in Nederland Resport.nl: een sportnieuwswebsite die volledig wordt aangestuurd door AI. Sportberichten van persagentschap ANP worden automatisch verzameld en door GPT-4 voorzien van titels, metadata en URL's. Slim? Zeker. Maar niet blindelings. Want elke dag waken redacteurs over de betrouwbaarheid van de content.[22]
Of AI nu een hele contentlijn automatiseert of alleen helpt om samen te vatten, te structureren of te ondertitelen: menselijke controle blijft onmisbaar om de kwaliteit te verzekeren. Zonder mens aan het roer, gaat zelfs de meest geavanceerde AI de mist in.

Volgens de 'Ethische richtsnoeren voor AI' moeten AI-systemen mensen versterken om autonoom te beslissen. Menselijk toezicht in elke fase is dus essentieel. Er zijn drie manieren[23]:

1. **Human in the loop.** Mensen nemen actief deel doorheen het proces.
2. **Human on the loop.** Mensen monitoren en kunnen ingrijpen waar nodig.
3. **Human in command.** Mensen beslissen of het systeem überhaupt wordt ingezet.

Die menselijke regie voorkomt dat fouten of ongewenste uitkomsten ongezien doorsijpelen.

VOOR JOUW DAGELIJKSE PRAKTIJK

- Bepaal exact wie wat doet: welke taken voor je medewerkers, welke voor AI?
- Betrek je mensen actief bij contentcreatie als beslissingsmakers.
- Train je personeel om AI-output kritisch te beoordelen.
- Publiceer AI-output niet voor een specialist of (eind)redacteur die heeft gecheckt.

GA VOOR TECHNISCHE ROBUUSTE EN VEILIGE TECHNOLOGIE

AI kan briljant zijn, maar soms ook de bal flink misslaan. Dat heb je zeker al ondervonden.
Zo toonde onderzoek van de BBC aan dat chatbots geregeld de mist ingaan wanneer ze nieuws samenvatten. De omroep vraagt daarom meer redactionele controle over hoe zulke AI-content wordt (her)gebruikt.[24]

Wat voor fouten kunnen er in de content sluipen? Mis- en desinformatie, bijvoorbeeld. In het ergste geval kan verkeerde of misleidende output ernstige schade aanrichten. Denk aan het chatbotincident waarbij een gebruiker zichzelf van het leven beroofde.[25]

Volgens de 'Ethische richtsnoeren voor AI' wordt er onder '**robuuste AI-systemen**' het volgende verstaan: systemen die zo zijn ontwikkeld, uitgerold en opgevolgd dat ze schade zoveel mogelijk voorkomen. Ze moeten betrouwbaar, consistent en veilig zijn – met vangnetten voor als het fout loopt.

Ontwikkelaars dragen daarin een grote verantwoordelijkheid, maar ook gebruikers en organisaties kunnen bijsturen.

Stel: je schakelt tijdens een event een chatbot in om vragen uit het publiek te beantwoorden. Hou dan je plan B bij de hand: weet wat te doen als de bot vastloopt of ontspoort.

[20] *AI HLEG, 2020: ALTAI for self-assessment*
[21] *Trustworthy AI planner - Kenniscentrum Data & Maatschappij*
[22] *Hulstaert, E. (2025)*
[23] *AI HLEG, 2019*
[24] *Pasveer, 2025a. Grootschaliger onderzoek deze bevinding (European Broadcasting Union, 2025b).*
[25] *Deckmyn, 2023*

VOOR JOUW DAGELIJKSE PRAKTIJK

- Test en evalueer AI-tools grondig vóór je ze aankoopt of lanceert.
- Anticipeer op veiligheidsrisico's en beperk de risico's actief.
- Hou back-ups en alternatieven klaar voor kritische taken. Je weet maar nooit.
- Volg prestaties, updates en wijzigingen van AI-tools nauw op.

BESCHERM WAT TELT: PRIVACY EN DATA

GenAI opent deuren. Maar dat is juist een risico: data en open deuren gaan niet goed samen.
Wie AI inzet in media en entertainment, krijgt onvermijdelijk te maken met privacy- en dataveiligheid. Wil je bijvoorbeeld luisteraars gepersonaliseerde podcasts aanbieden? Of deelnemers na een event een verslag bezorgen afgestemd op hun expertises en interesses? Dan moet je zorgvuldig omgaan met hun gegevens.

Kijken naar de tools waaraan je data toevertrouwt? Goed begin, maar niet genoeg. **Ook intern kan het mislopen**.

Werknemers die AI-tools gebruiken om sneller te werken, delen soms onbewust gevoelige data. Zo kunnen gegevens ongewild weglekken.[26]

DPG Media pakt dat slim aan: hun **ChatDPG-suite** van AI-tools, gebaseerd op OpenAI-model GPT-4, draait volledig op eigen servers om datalekken te voorkomen.[27]

De 'Ethische richtsnoeren voor AI' benadrukken het belang van respect voor privacy en goed databeheer.
Dat houdt in:

- Persoonsgegevens verwerken volgens de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG)
- Waken over de kwaliteit en integriteit van je data
- Toegang tot gegevens afschermen

Die maatregelen helpen om datalekken, onwettige data-analyses of andere ongewenste acties te vermijden.

De Belgische Gegevensbeschermingsautoriteit wijst er bovendien op dat zowel ontwikkelaars als de gebruikers van AI die principes moeten naleven – met de AVG en de AI Act als leidraad. Ze publiceerde daarover een gids voor wie binnen organisaties over databescherming waakt: van DPO tot IT'er.[28]

VOOR JOUW DAGELIJKSE PRAKTIJK

- Controleer of je een geldige juridische grondslag hebt om (persoons)gegevens te gebruiken.
- Maak duidelijke afspraken over welke data wél en niet in AI-tools mogen worden ingevoerd.
- Minimaliseer data(gebruik): beperk je tot wat écht nodig is en verwerk (persoons) gegevens alleen voor het doel waartoe je ze hebt verzameld.
- Bescherm je data actief: anonimiseer ze en bewaar ze waar mogelijk lokaal.

TOON TRANSPARANT WAT ER SPEELT ACHTER DE SCHERMEN

Gegevens en AI, het is een tricky huwelijk. Zowel makers als publiek beseffen vaak niet dat hun data meedraaien in AI-gedreven diensten. Of zelfs worden gebruikt om AI-modellen te trainen. Daarmee komen we op het kruispunt van privacy beschermen en transparantie garanderen.

Neem bijvoorbeeld **X, het vroegere Twitter**: het platform kreeg de voorbije jaren een resem klachten te verwerken. Het ging dan over het gebruik van gevoelige persoonlijke data om advertising te personaliseren[29] en AI te trainen[30].

Transparantie stopt natuurlijk niet bij de data zelf. Ze draait ook om eerlijk zeggen hoe je AI inzet om content te creëren en te verdelen.

Zo tikte De Vlaamse Vereniging van Journalisten in juni 2025 **modemagazine 'Elle'** op de vingers.[31] Dat magazine publiceerde AI-artikels onder de naam van fictieve journalisten. Een flagrante schending van de beroepscode.

[26] *Autoriteit Persoonsgegevens, 2024*
[27] *Segers, 2024*
[28] *Gegevensbeschermingsautoriteit, 2024*
[29] *Kroet, 2025*
[30] *O'Regan, 2024*
[31] *Vlaamse Vereniging van Journalisten, 2025 (artikel op journalist.be op 30 juni)*

Gelukkig kiezen steeds meer mediabedrijven voor openheid. Ze nemen AI-gebruik expliciet op in hun beleid en communiceren daar helder over naar buitenwereld.[32] Lichtende voorbeelden: BBC Guidance, het redactioneel charter van Roularta en het AI-charter van VRT NWS.[33] Zulke documenten zijn geen voetnoten. Ze vormen een voorwaarde voor vertrouwen.

De 'Ethische richtsnoeren voor AI' zien transparantie als een breed begrip: het gaat over het systeem zelf, de gebruikte data, de beslissingslogica en het bedrijfsmodel erachter. Ook dit zijn bouwstenen van transparantie:

- Datasets en keuzes documenteren
- Technische processen en menselijke beslissingen verklaren
- Helder communiceren over het gebruik van AI-systemen en wat ze wel en niet kunnen

VOOR JOUW DAGELIJKSE PRAKTIJK

- Licht het AI-gebruik binnen je organisatie toe in een publiek AI-charter.
- Geef aan wanneer en hoe je AI inzet bij de creatie of distributie van content.
- Maak technische beslissingen (zoals filtercriteria of een automatische aanbevelingslogica) begrijpelijk voor je team en, waar nodig, voor je publiek.
- Rol bij sleutelbeslissingen een *audit trail* uit: registreer welke data en algoritmes zijn gebruikt. Zo kun je later uitleggen hoe AI tot een bepaald resultaat kwam.

GEEF IEDEREEN EEN STEM: DIVERSITEIT EN RECHTVAARDIGHEID ALS BASIS

Het zal je niet verbazen: AI vertekent geregeld data en dataverwerkingsprocessen. Dat leidt onder meer tot vooroordelen en gebrek aan diversiteit in de output. Ook mediadeskundigen leggen die bias bloot. Sprekende voorbeelden[34]:

- In 2022 deed Deense tabloid '**Ekstra Bladet**' een opmerkelijke vaststelling: gepersonaliseerde contentfeeds tijdens de Deense verkiezingen helden lichtjes over naar meer rechtse content. De effecten? Klein, maar statistisch significant.
- De Nederlandse omroep **NPO** zette dan weer haar AI-vertalingen van Nederlands naar Arabisch en Chinees stop. De output was gewoonweg niet betrouwbaar. Dit heeft te maken met een gebrek aan geannoteerde data, vooral voor regionale dialecten (taalbias), en training op Westers georiënteerde datasets waarin niet-Westerse normen en waarden ondervertegenwoordigd zijn (cultuurbias). [35]

AI is dus niet neutraal. Geven we de technologie vrij spel? Dan steekt het risico op uitsluiting en een onrechtvaardige behandeling de kop op.
Bias beperkt zich overigens niet tot tekst. Toen **modemagazine 'Vogue'** uitpakte met AI-gegenereerde modellen, barstte online een storm van kritiek los. "Ontmoedigend en beangstigend", vatte model Felicity Hayward samen. "Dit kan het jarenlange werk van diversiteit in de industrie vernietigen."[36]

De 'Ethische richtsnoeren voor AI' focussen op drie vereisten:

- Vertekening voorkomen
- AI-toepassingen toegankelijk maken
- Gebruikers actief betrekken

Dat laatste is een belangrijke sleutel. Laat je uiteenlopende gebruikers mee nadenken over ontwerp, uitrol én evaluatie van AI-systemen? Dan verklein je de kans op bias en vergroot je de representatie. Participatie is dus een hulpmiddel om de eerste twee vereisten in te bereiken.

Wat betekent dat nu in de mediapraktijk? Stilstaan bij **hoe vooroordelen binnensluipen in contentcreatie**, maar ook actief op zoek gaan naar manieren om diversiteit te stimuleren.
Soms zelfs met GenAI als bondgenoot. Zoals in het **AAVA-project** van NPO en Studio Zwart, waar *digital twins* werden ingezet om minder gehoorde stemmen toch te laten klinken.[37]

Ook gelokaliseerde AI-modellen kunnen het tij keren. **VRT en Roularta** zetten bijvoorbeeld het Vlaamse Voice-project[38] op de rails. Doel? Een systeem ontwikkelen dat realistische spraak genereert op basis van geschreven input. Doordat het systeem lokaal is ontwikkeld, hebben de makers meer controle over de types van stemmen die aan bod komen. Die controle heb je niet bij de mainstreammodellen.

[32] *Cools & Diakopoulos (2023)*
[33] *Te consulteren via BBC Guidance, het redactioneel charter van Roularta en het AI-charter van VRT NWS*
[34] *Sharma (2025)*
[35] *Al-Khalifa et al., 2025*
[36] *De Hert, 2025*
[37] *European Broadcasting Union, 2025a*
[38] *Digitaal transformatieproject*

VOOR JOUW DAGELIJKSE PRAKTIJK

- Moedig je teamleden aan om 'bias-bewust' te werken met AI. Bijvoorbeeld door gerichte prompts ('Focus in je antwoord en voorbeelden op inclusieve taal') en strenge bijsturing van AI-output ('Zou het kunnen dat je mis bent?').[39]
- Gebruik checklists of tools om bias te detecteren.
- Doe een diversiteitscheck in de redactiefase, onder collega's of bij een testpubliek: Vraag bijvoorbeeld: "Welke doelgroep ontbreekt in dit verhaal?"
- Betrek verschillende profielen bij de selectie en implementatie van AI-tools. Zo hou je vanzelf rekening met diverse perspectieven.

HOU HET GROTERE GEHEEL IN DE GATEN: MILIEU EN MAATSCHAPPIJ

Dat generatieve AI een enorme ecologische voetafdruk nalaat, staat buiten kijf. Een simpele zoekopdracht via GenAI slokt vandaag naar schatting **vier tot vijf keer meer energie** op dan een klassieke search in Google.[40]

Dat stroomverbruik is niet de enige bekommernis.[41] Om de duizenden datacenters wereldwijd te koelen, is **gigantisch veel water** nodig. Dat verbruik zal volgens onderzoekers van MIT (2025) alleen maar toenemen de komende jaren. Met dat energieverbruik gaat ook een verhoogde uitstoot van CO^2 gepaard.
Kortom: **elke prompt heeft een prijs** en de kost voor het milieu begint bij de training van AI-modellen die we daarbij gebruiken.

Het goede nieuws? Die ecologische impact is wel in te perken. UNESCO wijst op tal van mogelijkheden om het energie- en waterverbruik van AI terug te dringen: van efficiëntere hardware tot **slimmere koelsystemen** en groenere datacenters.[42]
Ook de media- en entertainmentsector kan daar een rol in spelen: door in zee te gaan met initiatieven die inzetten op duurzamere rekenkracht. VRT werkt bijvoorbeeld samen met de Vlaamse tak van OpenChip, een Europese organisatie die veilige en duurzame AI-chips ontwikkelt.[43]

Volgens de 'Ethische richtsnoeren voor AI' is maatschappelijk en milieuwelzijn een van de kernvereisten voor betrouwbare AI. AI moet de mensheid ten goede komen. Dat betekent: systemen ontwikkelen die duurzaam zijn in hun energieverbruik, maar ook in hun invloed op relaties, samenleving en democratie. Zodat AI ons verbindt, in plaats van verdeelt.

Die blik verruimt het debat van technische duurzaamheid naar maatschappelijke en artistieke meerwaarde:

- Niet: hoe boosten we de jacht op snelle clicks?
- Wel: hoe zetten we AI in om de kwaliteit van informatie te verbeteren en om cultuur breder te laten resoneren?

Een mooi voorbeeld? De initiatieven van VRT op **streamingplatform VRT MAX**, waar algoritmes worden ingezet om kijkers te stimuleren hun smaak te verbreden – in plaats van hen te ketenen in een algoritmische bubbel.[44] Kortom: de vraag is niet óf we AI gebruiken, wel waarvoor en voor wie.

VOOR JOUW DAGELIJKSE PRAKTIJK

- Prompt met mate. Minder AI-verzoeken? Minder energieverbruik.
- Kijk naar je ecologische voetafdruk. Ga de impact van je tools na en kies lichtere modellen als die het werk even goed doen.
- Begin bij je doel. Vertrek van de maatschappelijke waarde die je wilt creëren. En bepaal waar AI écht helpt en waar niet.
- Leer over de sectorgrenzen heen. Zo groeit 'Green AI'[45] in de IT uit tot een volwaardige discipline.

[39] *Hills, 2025*
[40] *Crawford, 2024*
[41] *Zewe, 2025*
[42] *UNESCO, 2025*
[43] *VRT International, 2025*
[44] *Vlaamse Regulator voor de Media (2022)*
[45] *Green Software Foundation, 2024*

ZORG DAT JE VERANTWOORDING KUNT AFLEGGEN

AI roept onvermijdelijk ethische vragen op. En zelden ligt het antwoord zwart op wit klaar. Daarom vraagt verantwoord AI-gebruik om gezamenlijke reflectie – tussen ontwikkelaars, redacties, juristen en beleidsmakers.

Een inspirerend voorbeeld: **DPG Media** bouwde samen met de **Universiteit Utrecht** de Ethische Data Assistent voor de mediasector. Die toolkit helpt om morele dilemma's rond datagedreven AI-toepassingen te herkennen en bespreekbaar te maken.[46] Zo wordt ethiek niet iets dat je afvinkt, maar iets dat zit ingebouwd.

Wat zou een vuurtoren zijn zonder licht? Verantwoording is dat licht. Volgens de 'Ethische richtsnoeren voor AI' wakkert verantwoording alle andere vereisten aan. Verantwoording maakt het mogelijk om:

- Interne en externe controle in te lassen
- Risico's tijdig te detecteren en te beheren
- Fouten intern en publiek te corrigeren

De gids houdt ook rekening met mogelijke spanning tussen de eerdere vereisten. Transparantie kan bijvoorbeeld wringen met privacy. Of creativiteit met eerlijkheid. Daarom pleiten de richtsnoeren voor **onderbouwde afwegingen**. Wat betekent dat in een mediacontext? Als AI verkeerde informatie verspreidt, moet je kunnen nagaan hoe dat is gebeurd en hoe je dat volgende keer vermijdt.

VOOR JOUW DAGELIJKSE PRAKTIJK

- Documenteer je werkprocessen. Bewaar gebruikte data, prompts en modelversies om beslissingen te reconstrueren.
- Gebruik checklists zoals ALTAI[47] om risico's te slim af te zijn en te beheersen.
- Overweeg een intern reflectieorgaan, een AI compliance officer[48] of een interne beoordelingscommissie.
- Voorzie een meldpunt voor klachten of vragen over AI-gebruik in contentcreatie en -distributie.

[46] *Pasveer, 2025b*
[47] *AI HLEG, 2020*
[48] *Van den Brande, 2025*

NAVIGEREN DOOR HET WOELIGE WATER VAN DE WETGEVING

Een vuurtoren helpt je om beter te zien, maar er is meer nodig om je koers te bepalen. Zo is er naast de ethische principes ook wetgeving opgetrokken om ze in de praktijk te brengen en te waarborgen. Regelgeving, in combinatie met beleid en databeheer, vormt een essentieel onderdeel van AI governance: het geheel van processen, standaarden en waarborgen dat moet garanderen dat AI-systemen op een veilige en ethische wijze worden toegepast.

In augustus 2024 trad de AI Act in werking. Dat is de eerste uitgebreide AI-wetgeving ter wereld. Ze reguleert hoe AI-systemen tot stand komen en worden uitgerold. En deelt AI-toepassingen in volgens risico: hoe hoger het risico, hoe strenger de verplichtingen.

- Hoogrisicotoepassingen, zoals systemen in onderwijs of kritieke infrastructuur, moeten voldoen aan strikte eisen rond risicobeoordeling, datakwaliteit en cyberveiligheid.

- Voor laagrisicotoepassingen gelden vooral verplichtingen rond transparantie.

BEKIJK DE INDELING VAN DE AI ACT DOOR DE EUROPESE COMMISSIE.

Ook bestaande wetten blijven gelden en kunnen van invloed zijn op AI-systemen in media en entertainment:

- De Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) blijft het kader voor omgang met persoonsgegevens.

- De Digital Services Act (DSA) – actief sinds 2023 – reguleert online platformen om burgers beter te beschermen. Goed om te weten: nu GenAI ook steeds meer deel uitmaakt van digitale diensten, rijzen nieuwe vragen over de rol van de DSA binnen die context.[49]

- Tot slot: het auteursrecht. Wie is eigenaar van AI-gecreëerde content? En mag bestaand werk dienen om modellen te trainen?[50] Zulke discussiepunten worden hoe langer hoe meer beslecht

[49] *Calvet-Bademunt & Barata, 2024*
[50] *Marcelin & Cassetti, 2025*

in de rechtszaal.[51] In juli 2025 nog stuurde de culturele en creatieve sector een gezamenlijke verklaring uit. Daaruit bleek dat de General-Purpose AI Code of Practice – bedoeld om de auteurswetgeving vlotter af te dwingen – nog niet volstaat om de zorgen van de rechten-houders weg te nemen.

De wetgeving rond AI blijft een **work-in-progress**, dat gelijke tred probeert te houden met de ontwikkelingen in de technologie. Gelukkig zijn er nuttige hulpmiddelen om koers te houden:

AI Act & AI Pact

De AI Act-website (Future of Life Institute) bevat tools zoals de AI Act Explorer en Compliance Checker om de AI Act te doorzoeken. Zo ontdek je snel welke verplichtingen gelden voor jou. Je bent ook mee met alle updates over de AI Act. Het AI Pact organiseert bovendien events om de uitrol van de AI Act te ondersteunen.

Europese instellingen

De Europese Commissie en het Europees Parlement publiceren toegankelijke documentatie over AI-gebruik. Zo vind je via AI Watch overzichtsrapporten over wat er beweegt op het vlak van betrouwbare AI.

Belgische privacyautoriteit

De Gegevensbeschermingsautoriteit benadrukt dat de AVG ook in een AI-context van kracht blijft. Ze biedt hulpmiddelen aan om de AGV vlot na te leven. Ook beschikbaar: een informatieve brochure over AI en AVG.

AI-allianties en -kennisinstellingen

Verschillende initiatieven op Vlaams, Belgisch en Europees niveau organiseren informatieve evenementen en opleidingen. Denk aan de Vlaamse AI-Academie (VAIA), AI4Belgium (met het Expertisecentrum voor AI) en AI4Media. Zij verwijzen vaak door naar studies en beleids-documenten over AI-governance.
Het Kenniscentrum Data & Maatschappij biedt verschillende tools aan die organisaties helpen om AI en datatoepassingen verantwoord in te zetten.
Hiernaast kan je ook het Mediapunt-overzicht van onderzoek rond media-technologie en AI raadplegen.

Juridische experts

Gespecialiseerde advocatenkantoren en andere juridische experts publiceren regelmatig analyses over AI-wetgeving, aansprakelijkheid en auteursrecht – zie bijvoorbeeld de blog van Sirius Legal. Met workshops, webinars en thematische dossiers maken ze complexe kwesties begrijpelijk. Denk aan de toepassing van auteursrecht bij AI-gedreven beeldgeneratie.

Koepelorganisaties en sectorfederaties

Volg tot slot ook de koepels van je eigen sector. Zoals het ACC voor marketing en communicatie en de VVJ voor journalistiek. Zij vertalen nieuwe wetgeving en ethische kaders naar de praktijk van de makers. En brengen helderheid in het juridische kluwen.

Kortom: als organisatie in media & entertainment, publishing of eventsector hoef je niet op goed geluk te varen.
Gebruik deze instrumenten als je vuurtoren en navigatiekit. En win waar nodig juridisch advies in.

Zo pas je AI verantwoord toe, in lijn met de meest recente wetgeving, hoe onstuimig de technologie zich ook ontwikkelt.

[51] *Michils, 2025*
[52] *Joint statement regarding the AI Act implementation measures adopted by the European Commission.*

JE AI-AVONTUUR BEGINT HIER

INTERACTIEVE MEDIAGENIE-CHECKLIST

Deze implementatiegids biedt je inzicht, context en richting. Maar inzicht wordt pas waardevol wanneer het leidt tot actie. Daarom hebben we naast dit document een interactieve digitale checklist ontwikkeld: een inspirerend werkinstrument dat je kunt openklappen, aanvullen, en laten meegroeien met je organisatie.

Kortom, het startschot voor het AI-avontuur van jouw organisatie.

Van lezen naar doen
Waar deze gids het grote verhaal vertelt, helpt de checklist je om het verhaal te vertalen naar dagelijkse praktijk. Stap voor stap. Check voor check. In jouw tempo.

Wat mag je verwachten?

- **68 concrete checks**, verdeeld over:
  - 3 fases: van exploratie en experimenteren, via implementatie en integratie, tot transformatie en expansie
  - 5 invalshoeken: technische implementatie, juridische en ethische overwegingen, economische strategieën, impact op de creatieve sector, en onderwijs & AI-geletterdheid
- **interactieve functies**:
  - Afvinken om je voortgang bij te houden
  - Directe toegang tot achtergrondinfo, aandachtspunten en praktische acties
  - Gestructureerde navigatie door de complexiteit van AI-implementatie
  - Altijd beschikbaar: geen software installeren, gewoon openen in je browser

Hoe gebruik je de checklist?
Gebruik de checklist als **handboek** om systematisch door alle aspecten te navigeren en overzicht te houden. Als **spiegel** om te ontdekken waar je organisatie nu staat en welke stappen al gezet zijn. Als **gespreksstarter** om samen met je team, redactie of stakeholders de prioriteiten te bepalen. Of als **groeipad** om concrete vervolgstappen te bepalen en patronen te herkennen.

Volg je eigen aanpak

- **Start waar het past**. Begin in de fase die aansluit bij je huidige situatie.
- **Verken per invalshoek**. Focus op techniek, juridisch, economisch, creatief of onderwijs.
- **Vink af wat gedaan is**. Houd je voortgang systematisch bij.
- **Ontdek patronen**. Zie waar kansen liggen en waar extra aandacht nodig is.
- **Kom regelmatig terug**. Laat de checklist meegroeien met je organisatie

Want generatieve AI vraagt niet alleen om slimme tools, maar vooral om wijze keuzes. Om leiders die durven experimenteren zonder blind te vertrouwen. Om creatievelingen die technologie zien als wakkere collega, niet als bedreiging.

Open de interactieve checklist en ontdek waar jouw organisatie staat:

**KLAAR OM TE BEGINNEN?
GA NAAR DE DIGITALE CHECKLIST**

ACHTERGROND VAN DE CHECKLIST

Maturiteitsmodellen voor (generatieve) AI verschijnen steeds vaker in de literatuur. Ze beschrijven doorgaans een reeks opeenvolgende fases waarin organisaties groeien in hun gebruik en beheersing van de technologie. Waar veel modellen in detail treden en tientallen subfases onderscheiden, hebben wij ervoor gekozen om de complexiteit terug te brengen tot drie herkenbare, logische stappen.

We spreken over:

1. **De exploratie- en experimenteerfase:** waar organisaties verkennen wat generatieve AI kan betekenen, testen uitvoeren en eerste toepassingen uitproberen.
2. **De implementatie- en integratiefase:** waarin AI structureel wordt ingebed in processen, systemen en werkwijzen.
3. **De transformatie- en expansiefase:** waarin AI niet alleen een hulpmiddel is, maar een drijvende kracht achter innovatie en nieuwe vormen van waardecreatie.

Door dit raamwerk compact en intuïtief te houden, creëren we een gemeenschappelijk referentiekader dat makkelijk te communiceren en te begrijpen is – ook in een sector waar de maturiteit sterk kan verschillen tussen organisaties.

Om de veelzijdigheid en complexiteit van generatieve AI in de creatieve sector consistent te kunnen bespreken, hanteren we daarnaast vijf terugkerende invalshoeken:


Technische implementatie en toepassingen: hoe AI technisch wordt ingezet en geïntegreerd.


Juridische en ethische aspecten: van auteursrecht en databescherming tot verantwoord gebruik.


Economische aspecten en bedrijfsstrategieën: de financiële implicaties en de plaats van AI in het strategisch beleid.


Impact op creatieve sector en media: de veranderingen in processen, producten en publieksbeleving.


Onderwijs en AI-geletterdheid: de vaardigheden, kennis en attitude die nodig zijn om AI verantwoord en effectief te gebruiken.

Samen vormen deze fases en aspecten een helder raamwerk om gesprekken over AI-maturiteit te structureren, zonder te vervallen in overbodige complexiteit, maar mét voldoende nuance om de diversiteit van toepassingen en contexten recht te doen.
Want de toekomst van media ontstaat niet uit algoritmes. Wat sturend is, is hoe we ermee omgaan.

Deze checklist reikt je de hand: stevig, praktisch en met een flinke dosis verwondering. Laten we samen ontdekken hoe mens en machine elkaar kunnen versterken, zodat jouw organisatie niet alleen meegaat met de tijd, maar mee vormgeeft aan de volgende mediagolf.

De checklist is ontstaan uit tientallen gesprekken met mediaprofessionals, redacties, beleidsmakers en innovators. Samen verkenden we de kansen, risico's en groeipaden van generatieve AI. Als hulpmiddel om vakmanschap te versterken

Of je nu de eerste stappen zet of al experimenteert met schaalbare toepassingen:
deze gids is jouw compagnon de route.

Je AI-avontuur begint hier

HOE DEZE GIDS TOT STAND KWAM

Toen Kraftwerk in 1978 'Die Mensch-Maschine' uitbracht, schetsten ze een toekomstbeeld waarin mens en technologie de handen en robotarmen in elkaar slaan.
Vandaag, bijna 50 jaar later, is dat de manier waarop deze gids over het gebruik van GenAI tot stand is gekomen: door een intensieve samenwerking tussen menselijke creativiteit en GenAI.

Het zou zonde geweest zijn om dat anders te doen. We grepen de kans om de principes uit deze gids in de praktijk te brengen. Die bedenking kwam al vroeg in het proces op tafel.

Team MediaGenie van Thomas More ging in de eerste plaats op zoek naar een menselijke, beeldrijke *tone of voice* die past bij het project. Zo kwam Fabian Desmicht, lead copywriter bij communicatiebureau Like Minds, aan boord.

C'est le ton qui fait la musique
De samenwerking rond deze gids startte in juni 2025 met een fysieke ***tone of voice*-workshop** bij Thomas More op Campus. Daar gidste Fabian het team van MediaGenie naar een onderscheidende verbale identiteit voor het project – in lijn met de toon die Thomas More globaal gebruikt. Zo verschenen vier dimensies die het DNA van MediaGenie vatten: **Begeesterend, Glashelder, Gidsend en Experispeels**.

We beschreven die vier dimensies en illustreerden ze met goed-en-fout-tekstvoorbeelden. De *tone of voice* die daaruit voortvloeide werd sturend voor de copy in deze gids. Met bijzondere aandacht voor de 'voorkeursplaatsen': titels en tussenkopjes, intro's en takeaways.
Nog voor er één zin van deze gids op papier kwam, was er dus een menselijke 'partituur'. In de *tone of voice*-fase zette Fabian wel al ChatGPT in om bestaande copy rond MediaGenie te analyseren en om copyvoorbeelden bij te sturen.

De MediaGenie-bot wordt geboren
Met de projectinhoud en de *tone of voice* als fundament, bouwden MediaGenie en Like Minds een **Custom GPT** in ChatGPT (OpenAI): de MediaGenie TOV Coach.
Die bot werd gevoed met interne documentatie, de vastgelegde *tone of voice* en de bijbehorende tekstvoorbeelden. Zo werd de TOV coach een creatieve en kritische sparringpartner. Een klankbord met schrijfskills, zeg maar.

Hij hielp onder meer om bronteksten te evalueren, om herhalingen of onduidelijkheden weg te filteren en om hoofdstukken al in een eerste instantie meer 'MediaGenie' te maken. De MediaGenie TOV Coach – al dan niet gebruikt in Canvas-modus – fungeerde als onvermoeibare motor van een iteratief proces: elke interactie voegde meer betekenis, nuance en helderheid toe aan het resultaat. En dat via een lange sequentie van feedback, tekstgeneratie, varianten, logische bedenkingen en constructief overleg tussen mens en AI.
De Custom GPT deed daarbij ook dienst als 'geheugen': AI nam eerdere inhoud mee en bespaarde zo heel wat scroltijd en opzoekingswerk.

Human ingenuity als rode draad
Fabian van Like Minds gaf de toon aan in de hybride samenwerking. Hij formuleerde de prompts, duidde het kader, selecteerde bruikbare passages en herschreef waar diepgang of menselijkheid ontbrak. Joeri, Jelle, Lizzy en het MediaGenie-team bewaakten intussen de inhoudelijke juistheid. Zij hebben de content eigenhandig onderzocht en verzameld, doorwrocht en gekneed, samen met de deelnemers van het MediaGenie-traject. Het was dus logisch dat ze de inhoudelijke regie bleven behouden.



Grofweg doorliep deze gids een vierledige cyclus:

1. Menselijke input – observaties, workshop-resultaten, research en analyses uit het MediaGenie-traject … vertaald naar gestructureerde bronteksten

2. AI-evaluaties – feedback, varianten en voorstellen voor beelden en structuren op basis van de bronteksten

3. Menselijke selectie en verfijning – herschrijven en bijschaven van passages met oog voor de MediaGenie-*tone of voice* en inhoudelijke correctheid (inclusief doorlopend 'overleg met AI')

4. Teamreview en toetsing – controle van inhoud, toon en feitelijke correctheid door MediaGenie-team en testpanel en menselijke eindredactie door Like Minds, geholpen door de Schrijf-assistent Nederlands, ontwikkeld door het Instituut voor Levende Talen (ILT, KU Leuven), in samenwerking met de VRT en De Standaard

Alle hoofdstukken zijn dus het resultaat van *co-intelligentie*: mens en AI werkten in tandem, maar de mens hield altijd de eindregie. AI stelde voor, de mens besliste.
AI schreef mee, de mens bepaalde wat bleef. Waar AI vaak aanzetten en impulsen gaf in de goede richting, zette de menselijke redactie de puntjes op de i. Met een raak beeld, een tastbaar voorbeeld, een herkenbare situatie.

Een werkproces als spiegel van het onderwerp
De manier waarop deze gids tot stand kwam, weerspiegelt precies wat ons project wil aanmoedigen: **een volwassen, transparante omgang met generatieve AI**. Zo werd de Mensch-Machine-samenwerking geen gimmick, maar een voorbeeld van AI Fluency in het wild. En een bewijs dat creativiteit en technologie elkaar tot nieuwe hoogtes tillen.



Tone of voice-workshop, 30 juni 2025.

DANK JE WEL!

VELE STEMMEN MAKEN ÉÉN LEVENDE GENAI-GIDS

Deze gids en bijbehorende checklists kwamen tot stand in het kader van het TETRA-project MediaGenie (HBC.2023.0056), met de steun van het Agentschap Innoveren & Ondernemen (VLAIO).

Het is een avontuurlijk, leerrijk en intens traject geweest. Daarom een warme dankjewel aan alle experten die hun inzicht deelden over de randvoorwaarden voor de implementatie van GenAI:
Michael Bauwens (UCLL), Hannes Cools (Universiteit van Amsterdam), Mieke De Ketelaere (Vlerick Business School), Joris De Meurichy (Qonqord), Sari Depreeuw (Crowell/UCLouvain Saint-Louis Bruxelles), Pascal Deseure (Metalab), Dennis Lippens (HOGent), Michiel Vandendriessche (Raccoons), Gus Vanherf (Inect), Geerte Verbraeken (Catena), Marnix Verduyn (NIX/KULeuven) en Thomas Winters (KU Leuven)

Zonder jullie was MediaGenie maar ...
... een geest in een fles.

We gingen ook op zoek naar de juiste woorden om ons onderzoek naar buiten te brengen. Samen met Fabian Desmicht en Like Minds ontwikkelden we een beeldrijke *tone of voice* voor deze gids. Die stem en toon deelden we uiteraard met onze AI-tools: ChatGPT, Claude en Copilot.
Via een bezige *back-and-forth* tussen ons en GenAI kwamen we tot teksten die precies verwoorden wat we willen overbrengen.

Eat your own dogfood? Zeker en vast! We volgden onze eigen aanbevelingen en hielden de teugels strak in handen: wij bepaalden de boodschappen en invalshoeken en namen elke gegenereerde zin onder de loep. Zo vaak als nodig. Diezelfde iteratieve aanpak gold ook voor de afbeeldingen in deze gids, die we creëerden met Midjourney.

We bedanken ook de menselijke reviewers die deze gids in primeur doorbladerden. Zij gaven ons waardevolle feedback over de helderheid van de tekst en de relevantie voor hun segment van de sector:
Nick Dutry (Roularta Media Group), Chaja Libot (VRT), Jeff Luyten (Uncanny) en Randy Van Asch (Sylvester)

Dankzij jullie scherpe en constructieve blik
lanceren we deze gids met een gerust hart!

Ook een grote merci aan de overige leden van onze begeleidingsgroep. Zij deelden hun noden en best practices gul met ons en hielpen de projectinzichten breed te verspreiden. Hieronder vind je de namen van al onze partners.

Geweldig bedankt!

Tot slot: wij? Dat zijn de Thomas More-onderzoekers van het **Expertisecentrum Duurzaam Ondernemen en Digitale Innovatie**.

We ontwikkelden deze implementatiegids als een hechte unit en voerden samen het onderliggende praktijkgerichte onderzoek uit:
Lizzy Bleumers, Mathias Boeren, Vincent Buyssens, Jolien Damen, Jelle Van Camp en Ferre Vandervreken onder leiding van Joeri Dehouwer

Van ons uit: veel succes met GenAI.
En heb je vragen? Je weet ons te vinden.

PARTNERS IN DE BEGELEIDINGSGROEP












































































Dank je wel!

REFERENTIES

AI HLEG (High-Level Expert Group on AI). (2019). Ethics Guidelines for Trustworthy AI. European Commission. https://digitalstrategy.ec.europa.eu/en/library/ethics-guidelines-trustworthy-ai

AI HLEG (High-Level Expert Group on AI). (2020). The Assessment List for Trustworthy Artificial Intelligence (ALTAI) for self-assessment. https://digital-strategy.ec.europa.eu/nl/library/assessment-list-trustworthy-artificial-intelligence-altai-self-assessment

Al-Khalifa, S., Durrani, N., Al-Khalifa, H., & Alam, F. (2025, September 19). The landscape of Arabic large language models: A new era for Arabic language technology. Communications of the ACM. https://cacm.acm.org/arab-world-regional-special-section/the-landscape-of-arabic-large-language-models/

Autoriteit Persoonsgegevens. (2024, 6 augustus). Let op: gebruik AI chatbot kan leiden tot datalekken. https://www.autoriteitpersoonsgegevens.nl/actueel/let-op-gebruik-ai-chatbot-kan-leiden-tot-datalekken

Becker, J., Rush, N., Barnes, E., & Rein, D. (2025). Measuring the Impact of Early 2025 AI on experienced open source developer productivity. arXiv (preprint arXiv:2507.09089). https://doi.org/10.48550/arXiv.2507.09089

Carter, P. (2025, 2 maart). LLMs Are Weird Computers. https://www.phillipcarter.dev/posts/llms-computers

Calvet-Bademunt, J., & Barata, J. (2024, May 29). The digital services act meets the AI act: Bridging platform and AI governance. TechPolicy.Press. https://www.techpolicy.press/the-digital-services-act-meets-the-ai-act-bridging-platform-and-ai-governance/

Chatterji, A., Cunningham, T., Deming, D. J., Hitzig, Z., Ong, C., Shan, Y., & Wadman, K. (2025, September). How people use ChatGPT (NBER Working Paper No. 34255). National Bureau of Economic Research. https://doi.org/10.3386/w34255

Cools, H., & Diakopoulos, N. (2023, July 11). Writing guidelines for the role of AI in your newsroom? Here are some, er, guidelines for that. NiemanLab. https://www.niemanlab.org/2023/07/writing-guidelines-for-the-role-of-ai-in-your-newsroom-here-are-some-er-guidelines-for-that/

Crawford, K. (2024, February 8). Generative AI's environmental costs are soaring — and mostly secret. Nature, 626, 693. https://doi.org/10.1038/d41586-024-00478-x

Dakan, R., & Feller, J. (2025, 18 september). Framework for AI Fluency. Ringling College of Art & Design. https://ringling.libguides.com/ai/framework

Deckmyn, D. (2023, 28 maart). Chatbot zet Belg aan tot zelfdoding. De Standaard. https://www.standaard.be/binnenland/chatbot-zet-belg-aan-tot-zelfdoding/40662560.html

De Hert, J. (2025, 29 juli). Eerste AI-model in modemagazine Vogue wekt ophef onder lezers. VRT NWS. https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2025/07/29/vogue-ai-model/

Dell'Acqua, F., McFowland III, E., Mollick, E., Lifshitz-Assaf, H., Kellogg, K. C., Rajendran, S., Krayer, L., Candelon, F., & Lakhani, K. R. (2023, 22 september). Navigating the jagged technological frontier: Field experimental evidence of the effects of AI on knowledge worker productivity and quality (Working Paper 24-013). Harvard Business School. https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/24-013_d9b45b68-9e74-42d6-a1c6-c72fb70c7282.pdf

Dell'Acqua, F., Ayoubi, C., Lifshitz-Assaf, H., Sadun, R., Mollick, E. R., Mollick, L., Han, Y., Goldman, J., Nair, H., Taub, S., & Lakhani, K. R. (2025, 28 maart). The Cybernetic Teammate: A field experiment on generative AI reshaping teamwork and expertise (Harvard Business School Strategy Unit Working Paper No. 25-043). Harvard Business School; The Wharton School; ESSEC Business School. https://doi.org/10.2139/ssrn.5188231

De Marez, L., Georges, A., Sevenhant Robbe, & Devos Elodie. (2025). imec digimeter 2024. https://www.imec.be/sites/default/files/2025-03/imec.digimeter-2024-rapport.pdf

European Broadcasting Union. (2025a, April 23). EBU news report 2025: Leading newsrooms in the age of generative AI. https://www.ebu.ch/guides/open/report/news-report-2025-leading-newsrooms-in-the-age-of-generative-ai

European Broadcasting Union. (2025b, October 21). News Integrity in AI Assistants. https://www.ebu.ch/research/open/report/news-integrity-in-ai-assistants

Gegevensbeschermingsautoriteit. (2024, December). Artificiële intelligentiesystemen en de AVG: Een benadering vanuit gegevensbescherming [Informatiebrochure]. https://www.gegevensbeschermingsautoriteit.be/publications/informatiebrochure over artificiele intelligentiesystemen en de avg.pdf

Green Software Foundation. (2024). Green AI position paper. https://greensoftware.foundation/articles/green-ai-position-paper

Hills, T. (2025). Could you be wrong: Debiasing LLMs using a metacognitive prompt for improving human decision making. arXiv (preprint arXiv: 2507.10124). https://doi.org/10.48550/arXiv.2507.10124

Hulstaert, E. (2025, 3 augustus). AI en journalistiek: waarom wij geen moeite meer doen voor een klikbare titel. Knack. https://www.knack.be/nieuws/technologie/ai-en-journalistiek-waarom-wij-geen-moeite-meer-doen-voor-een-klikbare-titel/

Humlum, A., & Vestergaard, E. (2025). Large Language Models, Small Labor Market Effects. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5219933

Kenniscentrum Data & Maatschappij. (n.d.). Trustworthy AI Project Planner. https://data-en-maatschappij.ai/tools/trustworthy-ai-project-planner

Kotha, A., Lee, J., & Zakariasson, E., et al. (2025, August 7). GPT 5 prompting guide. OpenAI Cookbook. https://cookbook.openai.com/examples/gpt-5/gpt-5_prompting_guide

Kroet, C. (2025, 15 juli). Elon Musk's X hit with EU complaint over use of personal data for advertising. Euronews. https://www.euronews.com/next/2025/07/15/elon-musks-x-hit-with-eu-complaint-over-use-of-personal-data-for-advertising

Marcelin, T., & Cassetti, F. (2025, April). AI and copyright: The training of general-purpose AI (PE 769.585). European Parliamentary Research Service. https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2025/769585/EPRS_ATA(2025)769585_EN.pdf

Michils, C. (2025, February 24). Auteursrechten in een AI-gedreven wereld. Journalist.be. https://www.journalist.be/nl/nieuws/auteursrechten-in-een-aigedreven-wereld

Mollick, E. (2023, 9 mei). AI is not good software. It is pretty good people. One Useful Thing. https://www.oneusefulthing.org/p/ai-is-not-good-software-it-is-pretty

Mollick, E. (2024a). Co-Intelligence: Living and Working with AI. Portfolio/Penguin. https://www.penguinrandomhouse.com/books/741805/co-intelligence-by-ethan-mollick

Mollick, E. (2024b, 20 October). Thinking Like an AI: A little intuition can help. One Useful Thing. https://www.oneusefulthing.org/p/thinking-like-an-ai

Mollick, E. (2025, 22 mei). Making AI Work: Leadership, Lab, and Crowd. One Useful Thing. https://www.oneusefulthing.org/p/making-ai-work-leadership-lab-and

Niederhoffer, K., Kellerman, G. R., Lee, A., Liebscher, A., Rapuano, K., & Hancock, J. T. (2025, 25 september). AI Generated "Workslop" Is Destroying Productivity. Harvard Business Review. https://hbr.org/2025/09/ai-generated-workslop-is-destroying-productivity

O'Regan, E. (2024, 12 augustus). X subject of latest complaint to Belgian authorities for using personal data to train AI. The Brussels Times. https://www.brusselstimes.com/1180301/x-subject-of-latest-complaint-to-belgian-authorities-for-using-personal-data-to-train-ai

Pasveer, L. (2025a, 12 februari). BBC: nieuwssamenvattingen door AI zijn bedroevend slecht. Villamedia. https://www.villamedia.nl/artikel/bbc-nieuwssamenvattingen-door-ai-zijn-bedroevend-slecht

Pasveer, L. (2025b, 22 mei). DPG Media en de Universiteit Utrecht werken aan ethisch stappenplan voor AI- en dataprojecten. VillaMedia. https://www.villamedia.nl/artikel/dpg-media-en-de-universiteit-utrecht-werken-aan-ethisch-stappenplan-voor-ai-en-dataprojecten

Puentedura, R. R. (2006, August 18). Transformation, technology, and education [Presentation, Strengthening Your District Through Technology workshops, Maine School Superintendents Association, in collaboration with the Maine Department of Education; funded by the Maine Learning Technology Initiative and the Bill & Melinda Gates Foundation]. Hippasus. https://hippasus.com/resources/tte/

Segers, E. (2024, June 25). Transforming newsrooms: How DPG Media leverages AI with ChatDPG. Future Media Hubs. https://www.futuremediahubs.com/future-media-hubs/cases/transforming-newsrooms-how-dpg-media-leverages-ai-chatdpg

Sharma, R. (2025, 1 augustus). "It's a feature, not a bug" – How journalists can spot and mitigate AI bias. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/its-feature-not-bug-how-journalists-can-spot-and-mitigate-ai-bias

Sternfels, B., & Atsmon, Y. (2025, 9 juli). The learning organization: How to accelerate AI adoption. McKinsey & Company. https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/the-learning-organization-how-to-accelerate-ai-adoption

UNESCO. (2025, juli). AI large language models: New report shows small changes can reduce energy use by 90% [Persbericht]. https://www.unesco.org/en/articles/ai-large-language-models-new-report-shows-small-changes-can-reduce-energy-use-90

Van den Brande, B. (2025, 12 maart). AI Act: De opkomst van de AI Compliance Officer of AICO [Blog post]. Sirius Legal. https://siriuslegaladvocaten.be/blogs/ai-act-nieuwe-wet-nieuwe-functie-de-opkomst-van-de-ai-compliance-officer-of-aico/

Vlaamse Regulator voor de Media. (2022). KPI 33. De VRT doet aan smaakverbreding via algoritmes en curatie. https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/over-vrm/rapporten/2022/toezichtsrapport-vrt/toezichtsrapport-vrt-2022/strategische-doelstelling-5-0

Vlaamse Vereniging van Journalisten. (2025, 30 juni). VVJ veroordeelt onverantwoord AI-gebruik door Ventures Media. Journalist.be. https://www.journalist.be/nl/nieuws/vvj-veroordeelt-onverantwoord-aigebruik-door-ventures-media

VRT International. (2025, 19 juni). VRT strengthens European collaboration on transparent and trustworthy AI. https://www.vrtinternational.com/news/vrt-strengthens-european-collaboration-on-transparent-and-trustworthy-ai

Zewe, A. (2025, 17 januari). Explained: Generative AI's environmental impact. MIT News. https://news.mit.edu/2025/explained-generative-ai-environmental-impact-0117

WIL JE MEER WETEN OVER MEDIAGENIE?

Klik dan door naar de projectpagina thomasmore.be/mediagenie
of mail naar joeri.dehouwer@thomasmore.be

November 2025

MediaGenie Implementatiegids voor media & entertainment, publishing en events © 2025 door Thomas More, onder licentie CC BY-SA 4.0. Voor de licentie bezoek: **https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/**

VLAIO THOMAS MORE

Een initiatief van het Expertisecentrum Duurzaam Ondernemen en Digitale Innovatie, met steun van VLAIO.