



**vpro
medialab
strijp-s eindhoven**

**activiteiten verslag
vpro medialab
2015**

**VPRO Medialab
kastanjelaan 500
5616 LZ eindhoven
nederland**

producer:
eindredacteur:
hoofd digitaal:
business development:

Samantha Castano
Ton van Gool
Geert Jan Bogaerts
Wim Amels
Vera Lentjes

Programmalijs Virtual Reality

1. VR de Volmaakte Mens

Voor het programma 'de Volmaakte Mens' is het Medialab op zoek gegaan naar nieuwe mogelijkheden voor distributie van de inhoud en om het publiek nog dichter bij de verhalen van het programma te betrekken. In dit kader heeft VPRO, als eerste publieke omroep, de sprong naar Virtual Reality gewaagd. Bij de serie De Volmaakte Mens heeft VPRO's Medialab een VR-film, of beter een VR-ervaring gemaakt. In deze VR-film maak je mee hoe het is om in de toekomst als volmaakt mens een upgrade door te gaan. Je waant jezelf in een andere wereld en wordt ook nog voor een keuze gesteld.

Zoals we onszelf ten doel stelden, zijn we erin geslaagd de VR film zo te ontwikkelen dat deze voor een breed publiek toegankelijk is. Via de VPRO VR-app, die je kunt downloaden via de App Store van Apple of Android Store, en een VPRO cardboard bekijk je de Virtual Reality-productie. Met de VR-app mikten we op een extra bereik van tienduizend mensen.

Uiteindelijk hebben we 3500 unieke gebruikers bereikt via de app.

Echter was, zoals gezegd, de kwalitatieve innovatieslag die met deze app kunnen maken nog belangrijker. We hebben de mogelijkheden van het relatief nieuwe Virtual Reality platform voor VPRO-content kunnen onderzoeken. De lessen die wij hierbij hebben geleerd hebben we ook met anderen gedeeld door een 'making of' te maken waarmee we inzichtelijk maken wat er komt kijken bij het maken van een Virtual Reality productie. Een goed voorbeeld is je bij filmen in 360 graden als maker al snel in beeld komt te staan. Hoe voorkom je dat? Onze oplossing: we filmden in een donkere ruimte en stonden achter een zwart scherm.

De VR-film is gepresenteerd op het symposium van de Dutch Technology Week. Voor deze presentatie werkten we samen met studenten van Fontys ICT. Naast de vertoning van de VR-film trailer werd er een Tai Chi les gegeven onder leiding van de Nanobots geprogrammeerd door studenten van Fontys ICT. (Deze studenten programmeerde ook de Nanobots in de VR film). Een andere groep Fontys ICT studenten presenteerde het project GeneTechs, het eerste bedrijf in Nederland waar u terecht kunt voor embryo selectie en manipulatie. Tijdens de pauze van het symposium nodigden studenten in bedrijfskleding gasten uit om hun ideale kind te ontwerpen. Op die manier werd de toekomst van de volmaakte mens vanuit verschillende projecten belicht.



Ook in het buitenland is de VR film voor De Volmaakte Mens niet onopgemerkt gebleven. In 2015 ontving de productie een nominatie voor de Prix d'Europe, een invloedrijke Europese media prijs. Hiervoor is een internationale versie van de VR film ontwikkeld.

2. VR de Peepshow

De VPRO Peepshow is een theatrale installatie waarin het VPRO Medialab onderzoekt in hoeverre Virtual Reality werkelijkheid is. Is VR wel een nieuwe werkelijkheid? Wat gebeurt er als we de virtuele en de werkelijke werkelijkheid gaan vermengen? Wat is er dan nog echt? Is er überhaupt iets echt? De VPRO Peepshow is een project van Ivo van Aart, Mirjam van Dijk en Steye Hallema.

Op Lowlands 2015 bezochten 322 bezoekers de Peepshow. Zij lieten zich door VR-star VRonica in de luren leggen en startte de zoektocht door de diepere lagen van hun eigen werkelijkheid. De VR-installatie prikkelde niet alleen visueel, maar ook andere zintuigen werden voor het team van VRonica bespeeld.

De Peepshow was opnieuw te beleven tijdens de Dutch Design Week waar 453 bezoekers VRonica bezochten. Ook kun je thuis het avontuur beleven via de VPRO VR app (1635 unieke gebruikers in de periode september t/m december 2015).



3. VR Journalistiek

Binnen het project VR Journalistiek is in samenwerking met studenten gezocht naar de betekenis van VR als journalistiek medium.

Immersive Journalism

In samenwerking met studenten van de Design Academy Eindhoven onderzochten we de mogelijkheden van VR als journalistiek medium. Onder leiding van Steye Hallema (VPRO Medialab) en VR master Detlef Le Grand experimenteerden de designers met de nieuwe technologie. Dat resulteerde vooral in experimentele films waarbij de 360 film mogelijkheden binnenste buiten werden gekeerd. Daarnaast kwamen in het traject de volgende thema's naar voren: de impact van VR op het journalistieke landschap en introspectie (hoe studenten zelf het nieuws consumeren en hun idee van objectieve berichtgeving).

Docenten Danielle Arets en Tom Loois daagden hun studenten uit om te verkennen of VR de belofte van meer immersive berichtgeving kan inlossen en welke rol design kan spelen in het (her)ontwerpen daarvan. Tijdens de eindevaluatie werden de projecten besproken met een team van externe experts, waaronder VR expert Sjaak Verwaaijen (Fontys), Bart Brouwers (hoogleraar journalistiek Groningen en initiatiefnemer van E52), Samantha Castano (VPRO Medialab) en Geert Jan Strengtholt (projectmanager VPRO Digitaal). De unanieme conclusie van de jury was dat designers een grote rol kunnen spelen in het veranderende medialandschap; welke rol dat precies is, blijft vooralsnog onduidelijk, maar de eerste stappen zijn gezet.

Future Medialab

Ook het Future Medialab van Fontys verkende afgelopen half jaar aan de hand van de onderzoeksvragen de mogelijkheden om verhalen te vertellen aan de hand van nieuwe technologie. Dit resulteerde in januari 2016 tot zes interessante projecten die in een expo in NatLab, Baltan, Broet en bij het Medialab vertoond werden. De expo die twee dagen geopend was, werd gestart met het debat 'The battle of art against the algorithm', onder leiding van Rene Westbroek, waar Geert-Jan Bogaerts

namens VPRO Medialab aan deelnam. Daarnaast betraden Sander Wubben (hoofdonderzoeker Sensorjournalistiek) en Van Abbe's special visitor (robot door Marleen Hartjes) het podium om te discussiëren over kunst versus algoritmes en de vragen die in deze discussie naar boven komen.

Overige projecten in het kader van nieuwe technologie en talentontwikkeling worden beschreven onder de bijdrage DDW.

4. VR Blikkertje

Het projectidee 'VR Blikkertje' was bedoeld als onderzoek naar hoe de individuele persoonlijke VR ervaring weer sociaal gemaakt kan worden. Gesprekken over de vorm van dit VR project waren gestart, maar door omstandigheden is het project helaas niet uitgevoerd. Het team bleek te klein om naast de overige projecten en events ook dit project uit te voeren. Daarentegen zijn er wel meerdere trajecten met studenten opgezet van diverse opleidingen en is VPRO Medialab gedurende de DDW bij meerdere events betrokken geweest en presenteerde daarnaast een expo in het lab.

5. VR Missie Aarde

Voor VR Missie Aarde geldt het verhaal, decor en personages bestonden al, dus de uitdaging was een goede VR-ervaring maken. Samen met het creatieve team werd er gekeken naar een manier waarop we een verhaal konden vertellen met de mogelijkheden van VR. Steye Hallema was in een adviserende rol bij deze productie betrokken en heeft zo kennis overgedragen aan andere makers binnen de VPRO.

In VR Missie aarde wordt de bezoeker van de aarde naar de Tasman te sturen. De kijker wordt betrokken in de video en de personages komen heel dichtbij. Met verschillende trucjes werd er voor gezorgd dat de film zo echt mogelijk gaat voelen. Deels kwam dat doordat we de lat technisch hoger hadden gelegd door stereoscopisch te filmen waardoor je een effect krijgt dat is te vergelijken met 3D in de bioscoop. Ook wordt je als kijker heel direct aangesproken. Steye Hallema is geïnterviewd over de bijzonderheden die komen kijken bij een VR project:

Hoe zorg je dan dat de kijker het verhaal makkelijk kan volgen? Steye: 'Door de mise-en-scène heel duidelijk te maken. Mijn theorie is dat je eigenlijk maar twee gesprekken tegelijkertijd kan bijbenen in VR. Daarom heb ik gezorgd dat er altijd twee groepjes acteurs zijn zodat de kijker zelf de film kan monteren door zijn hoofd heen en weer te bewegen.' In de film is dat ook te zien aan de acteurs. Wanneer Reibek binnen komt lopen roept Bram meteen: 'Ah Reibek, leuk dat je ook even langskomt.' Bram wijst en kijkt in de richting van Reibek waardoor je meteen weet waar je moet kijken.

Een andere uitdaging waar we tegenaan liepen was de distributie. Steye: 'De VPRO VR app wordt relatief veel gedownload maar die aantallen vallen in het niet bij de kijkcijfers van televisieprogramma's of goedbezochte Youtube-filmpjes. Er zit toch nog een drempel aan omdat je een speciale VR bril moet hebben. Het is een medium dat je per definitie in je eentje kijkt en minder makkelijk te delen met anderen.' Op dat gebied is er nog veel terrein te winnen, maar we hebben geprobeerd om deze video op veel verschillende platforms te verspreiden. De film is naast in de app nu ook te zien op Facebook, Youtube, Littlestar en Oculus VR.

6. VR Workshop

Het VR jaar is afgesloten met een VR workshop voor programmamakers binnen de VPRO. Steye Hallema, met ondersteuning van freelancer Mark van Korput, verzorgde deze tweedaagse workshop. In de eerste workshopdag wijdde Steye uit over de lessons-learned gedurende een jaar onderzoek naar VR. Daarnaast werd er gediscussieerd over mogelijke toepassingen van VR in de VPRO programmering. De tweede workshopdag werd een concept uit de groep gezamenlijk uitgewerkt door daadwerkelijk een kort script uit te werken, opnames te maken en te monteren. Uitkomst van de workshop is dat er een van de concepten, die tijdens de workshop bedacht werd, wordt uitgewerkt en mogelijk gerealiseerd.

Programmaliijn Big Data

7. We are Data

Dit project van Thomas Blom gaat over de data die wij, soms ongewild, aan de wereld prijs geven. We zijn data geworden. Elke beweging, elke handeling, elke keuze die we maken genereert data. De grote vraag is willen we dit wel? Willen we deze data afstaan aan voor ons onbekende partijen? De installatie We Are Data laat je ervaren hoe je data wordt, om je vervolgens voor een persoonlijke keuze te stellen: welke data wil je dat jouw eigendom blijft? We Are Data maakt jouw datagrens voelbaar.

VPRO Medialab verkent hoe de installatie van Thomas Blom kan worden opgeschaald en hoe een groter bereik via nieuwe distributiekkanalen kan worden gerealiseerd. De verkenning vindt plaats langs dezelfde inhoudelijke lijn, maar zoekt naar een andere vorm, zoals een mobiele applicatie of anders. Via de cross mediale beleving maakt de gebruiker kennis met het gedachtegoed van We Are Data en wordt verleid om de installatie te bezoeken.

Het team van We Are Data heeft afgelopen maanden diverse partijen bij elkaar gezocht om de installatie uit te werken en werkt op dit moment aan een prototype. In mei 2016 zal volgens planning de installatie gepresenteerd worden. Het Medialab liep afgelopen half jaar mee met het projectteam van We Are Data om de installatie en de technologie door en door te leren kennen. Op dit moment wordt er door VPRO Digitaal, ontwerpbureau Moniker en VPRO Medialab een concept uitgewerkt voor de cross-mediale opschaling. Streven is om de resultaten van dit opschalingsonderzoek in het najaar te presenteren.

8. Smart Society ism Parkbeheer Strijp-S

Eindhoven beschikt over een zeer uitgebreide, hoogwaardige technologische infrastructuur in de hele stad, en met name op Strijp-S. Die 'infra' omvat niet alleen het fiber netwerk maar ook 46.000 lantaarnpalen met elk een eigen IP adres, 174 verkeerregelininstallatie 's, duizenden camera's, reclamezuilen en flitskasten. Met burgers, technici, ontwerpers en wetenschappers willen we graag onderzoeken op welke manier deze 'infra' kan worden ingezet voor visionaire, artistieke en speelse experimenten. Hoe gebruikt de community dit netwerk van apparaten en de mogelijkheden van data? Hoe geven we vorm aan ecosystemen waar deze toepassingen in ontstaan?

Een eerste drie uur durende sessie over de inzet van deze 'infra' vond plaats op 7 maart. Deelnemers waren, naast VPRO Medialab, Park Strijp Beheer, TNO, Kennisland, VPRO Tegenlicht en ontwerpers/kunstenaars Floris Kaayk, Richard

Vijgen, Mark van der Net en Edwin Gardner en Jeffrey Braun. Op 2 mei is deze groep weer bij elkaar gekomen en naar aanleiding van die bijeenkomst worden er twee tot drie concrete projecten geformuleerd en gepresenteerd in juni 2016 aan mogelijke ontwikkelaars. Naar verwachting wordt einde 2016 het eerste project opgeleverd.

Netwerk

9. Future Media Conferentie

Het Medialab heeft nog steeds de ambitie om met professionals, zowel mediamakers als tech-fronteers, te reflecteren op toekomst van media productie en –consumptie. Echter is de vorm waarin we deze reflectie willen organiseren gewijzigd. In 2016 gaan we verder met de Future Media Conferentie onder de titel VPRO Medialab Veldwerk.

De keuze voor een nieuwe vorm is genomen op basis van het conferentie kick-off diner dat 1 december heeft plaats gevonden. Tijdens dit brainstorm diner in de Kazerne heeft het VPRO Medialab een vijftigtal media professionals en innovatieve techneuten/designers gevraagd mee te denken over de conferentie Future of Impact. We hebben hen gevraagd hoe we onze ambitie om te co-cureren, in plaats van concurreren, kunnen realiseren, en om te denken over de volgende vragen: Wat moeten mediamakers weten over de toekomst? Welke platformen en technieken zijn veelbelovend? Hoe organiseer je impact? Welke mooie installaties, goede sprekers, slimme voorbeelden hebben jou geïnspireerd? Hoe knopen we onze netwerken aan elkaar?

Antwoorden op deze vragen leidde tot het idee om te gaan cureren op reeds bestaande nationale media festivals en conferenties. Hiertoe hebben we een nieuw format bedacht dat in het najaar van 2016 uitgerold zal worden als een ‘reizend circus’ op verschillende media-festivals of -conferenties: N-festival, Cinekid Festival, IDFA Doclab, Today's Art Festival, Eurosonic Noorderslag en sluit af in maart 2017 op STRP festival. Deze reeks start onder de nieuwe naam: VPRO Medialab Veldwerk.

VPRO Medialab Veldwerk

De VPRO is een omroep. We vertellen verhalen op radio en TV, en ja, ook op internet. Maar verhalen zijn tegenwoordig overal. Op je lijf, in je hand, in je koelkast. Wij denken dat deze nieuwe platforms interessant kunnen zijn voor onszelf en andere ‘traditionele’ mediamakers. Maar hoe vertel je verhalen op deze platforms? En hoe bereik je daar publiek? En hoe organiseer je dat eigenlijk binnen je ouderwetsche mediabedrijf? De VPRO, met het Medialab voorop, gaat op onderzoek. Om ons daarbij te helpen organiseren we een reizende dialoog waar programmamakers, journalisten, creative coders, game-ontwikkelaars, kunstenaars en innovatie-experts elkaar ontmoeten.

We gaan op pad en organiseren 5 sessies tijdens belangrijke Nederlandse media-festivals of -conferenties: N-Festival, Today'sArt, Cinekid, IDFA en Eurosonic Noorderslag. Uitgangspunt hierbij is dat de VPRO Medialab-sessies tot stand komen in co-curatie met de festivals. De bevindingen en inzichten van deze verkenningsmissie bundelen we op de VPRO Medialab Veldwerk-conferentiedag die plaatsvindt tijdens de STRP Biënnale in maart 2017 in Eindhoven.

Onderdompeling in augmented reality, programma's voor de Apple watch, drones als reporters in de stad en wat moeten we met in godsnaam met Snapchat?! In elk van de sessies gaan we in op relevante platforms die in opkomst zijn binnen dit

thema. Tijdens een sessie gaan de twee groepen op onderzoek onder leiding van experts. Hoe kan ik als krantenjournalist, filmmaker of tv-redacteur nieuwe platforms inzetten om mijn verhaal te vertellen? En hoe bereik je eigenlijk het juiste publiek? Welke best practices zijn er en wat ging er juist helemaal fout? Tegelijkertijd leren creatieve voorlopers over storytelling en curatie van de meer traditionele makers.

TodaysArt september 2016

TodaysArt in Den Haag draait om muziek, beeldende kunst en technologie en is vrij abstract. Met TodaysArt bekijken we hoe nieuwe, soms nog abstracte, technologieën uit de toekomst relevant kunnen worden voor de makers van nu en onderzoeken we verhalen en kunst in de publieke ruimte.

N-Festival - oktober 2016

Het N-Festival is een nieuw food/music/innovation festival in Amsterdam Noord. Hier beginnen we met een onderzoek naar mobiele technologie om verhalen te vertellen. Denk aan audio-tours met GPS op je telefoon, aan een verhaal op een specifieke locatie, een fysieke ontmoeting door mobiele technologie.

Cinekid - oktober 2016

Cinekid in Amsterdam zet zich in voor kwalitatief hoogstaande media voor kinderen, en laat hen actief deelnemen door hen een bijdrage te laten leveren aan de creatie ervan. Het thema van het Cinekid Medialab is dit jaar "Story Factory: machines between hardware & software" en we onderzoeken met Cinekid hoe je Virtual Reality sociaal maakt en hoe interactieve producties tot stand komen. Ook gaan we een brug maken voor (traditionele) makers van kinderprogramma's naar de medialab(s).

IDFA - november 2016

Met documentaire festival IDFA en specifiek het IDFA DocLab zullen we de lessen over interactieve verhalen toepassen op de verhalen van nu, zowel online als ook in Virtual of Augmented reality of welke interactieve vorm dan ook. Waar moeten makers op letten en hoe bereik je het publiek met je productie?

Eurosonic Noorderslag - januari 2017

Bij het gigantische Europese muziekfestival Eurosonic Noorderslag in Groningen is een aantal aanknopingspunten. Hoe gaan omroepen en muzikanten om met het veranderende medialandschap? Wie zijn de nieuwe spelers in dat muziklandschap? Hoe bereik je mensen die geen radio meer luisteren en wat doen andere Europese omroepen daaraan? In de data-dagen van ESNS wordt ingegaan op big data en hoe dat muziekdiensten helpt met het voorzien van relevante muziek voor luisteraars.

STRP - maart 2017

Het STRP festival in Eindhoven linkt kunst, leven en technologie aan elkaar en maakt dat toegankelijk voor een breed, maar vooral nieuwsgierig publiek. De biënnale in 2017 gaat over zintuigen, sensoren en technologie en we gaan het met STRP hebben over het ervaren van media met al je zintuigen en we bieden de bezoekers van het VPRO Medialab Veldwerk een inzicht in de toekomst van Senses door middel van de installaties en projecten op STRP.

De VPRO Medialab Veldwerk conferentie zal plaatsvinden tijdens STRP en daar zullen alle ontdekkingen van de verschillende festivals worden gepresenteerd aan een groot publiek van ongeveer 500 mediamakers en voorlopers.

10. Mediaprijs

Het VPRO Medialab wil via haar strategische partners inventiviteit en creativiteit van een veel grotere gemeenschap aanboren. Een manier om het bereik van dit netwerk te vergroten is door een prijs in te stellen waar jonge mediamakers die willen produceren voor nieuwe platforms naar kunnen meedingen.

De prijs is bedoeld om jonge makers te stimuleren om media te maken voor nieuwe platforms – dus 'beyond' tv, radio, print of websites. In het najaar/winter van 2015 is het plan voor de Mediaprijs ingediend bij BNG Fonds. Helaas hebben we onlangs vernomen dat zij de aanvraag niet zullen steunen. Komend jaar wordt er verder gezocht naar aanvullende financiering om de organisatie rondom te prijs en de prijs zelf te kunnen bekostigen.

11. Bliksem en Donderdagen

Het voornemen om zo veel mogelijk onderzoekers, ontwikkelaars, ICT-ers, ontwerpers en kunstenaars kennis te laten maken met elkaar en het Medialab heeft vorm gekregen in de Bliksem en Donderdagen. Geïnspireerd door de 'boterhammen sessies', die in het oorspronkelijk Natlab van Philips plaatsvonden, heeft VPRO Medialab een reeks bijeenkomsten geïnitieerd waar makers, denkers, doeners en dromers de kans krijgen hun idee te delen, testen en ontwikkeling te versnellen. Tijdens de Bliksem en Donderdag – A Thursday Enlightenment Event staan inspiratie, interactie, connectie en acceleratie centraal.

Bliksem en Donderdag organiseren we in samenwerking met Baltan Laboratories, TU/e en de High Tech Campus in Eindhoven. De avond bestaat uit een reeks pitches van telkens 5 minuten, waarop het publiek kan reageren en meedenken. Een paar sprekers waren specifiek uitgenodigd om te pitchen, maar de mensen in het publiek mochten ook zelf spontaan een pitch geven. Deze opzet zorgt voor een informele en speelse sfeer, waarbij de twee delen van het publiek tegenover elkaar zitten en ten alle tijden de open microfoon konden grijpen om iets toe te voegen aan het idee.

De eerste avond heeft plaatsgevonden op 3 december 2015. Eén van de concepten gepresenteerd tijdens deze avond was van Blue Jay Eindhoven: Blue Jay heeft de technologie om drones veilig te laten vliegen in huis. Mogelijke toepassingen die zij hebben geformuleerd zijn drone als 'slim huisdier', als hulp in de huishouding of als snelle medicijnenkoerier in een ziekenhuis. Maar waar ziet het publiek nog meer interessante toepassingen? Welke creatieve gedachten zijn er, welke verhalen zijn er te vertellen?

Naast het geven van input op dilemma's van pitchers, heeft Bliksem en Donderdag de ambitie dat uit deze avonden nieuwe samenwerkingen voortkomen. Een voorbeeld hiervan ontstond op de eerste Bliksem en Donderdag waar de groep STORM, die met een elektrische motor in 80 dagen de wereld over willen reizen maar tegen problemen aanliepen in het Midden Oosten en China. Het netwerk uit de zaal had relaties binnen ambassades en anders die STORM op weg geholpen hebben.

De tweede editie vond plaats op 10 maart 2016 – beide avonden waren volledig uitverkocht met 90 bezoekers per avond. De derde editie staat gepland op 16 juni 2016.



12. Hackathons

In 2015 heeft het VPRO Medialab twee hackathons georganiseerd. In maart 2016 vond de derde hackathon plaats met het thema algoritmes en muziekbeleving. Ambitie is om de hackathons viermaal per jaar voort te zetten. De hackathons zijn zeer waardevol gebleken voor de ontwikkeling van het netwerk van VPRO Medialab en om te experimenteren op nieuwe platforms en met nieuwe technologieën.

Hackathon 1: VR en interactiviteit

In juli organiseerde het Medialab en VPRO Digitaal de eerste hackathon waarin interactiviteit in Virtual Reality centraal stond. Hoe kan een 'belever' bijvoorbeeld invloed uitoefenen op het verloop van de ervaring? Kun je daarvoor gebruik maken van real-time of externe data, zoals je hartslag? Twee groepen gingen aan de slag met als doel om op de tweede dag een scenario en een of meerdere interactieve elementen te presenteren.

Digitaal en het Medialab nodigden experts uit diverse sectoren uit de regio (Anidesign, Hyperspace Collective; en nationale spelers: Delight Interactive Solutions, AMP, Spook FM, Field of View, Het Filmbedrijf, Sander Veenhof) om samen met een aantal collega's van het VPRO Digitaal/Medialab team de mogelijkheden te verkennen van nieuwe innovatie media in een programmeer battle. Aan het eind van de hackathon werden de resultaten beoordeeld door een vakkundige jury, bestaande uit Geert-Jan Bogaerts, hoofd Digitaal van de VPRO, Olga Mink, artistiek directeur van Baltan Laboratories en Brendan Vos, assistent programmeur van Plaza Futura. De criteria waren: 1) creativiteit en originaliteit, 2) hoe ver is het concept uitgewerkt en 3) is het concept interessant voor een omroep.



De eerste groep presenteerde een escape room-game in VR waarin het noodzakelijk was met elkaar te overleggen om de puzzel op te lossen. Daarnaast zaten er ook interactieve elementen in het spel zoals een lift die met behulp van een fietspomp kon stijgen. De tweede groep sleepte de prijs binnen met een VR-ervaring die gekoppeld was aan een hersenscanner. Op basis van je interesse in een object groeide of kromp een object en zo creëer je je eigen wereld in VR!

Een van de uitkomsten van de eerste Medialab hackathon was terug te zien tijdens DDW (zie hoofdstuk overige activiteiten).

Hackathon 2: algoritmes en emotie

In december vond de tweede hackathon plaats met als centrale vraag: 'How can you make a machine see things?'. Onlangs lanceerde Microsoft haar Project Oxford: een toolkit die herkenning van gezichten, emoties en leeftijd in foto's mogelijk maakt. Aan de hand van deze toolkit en de FaceReader van VicarVision gaan we op zoek naar innovatieve, creatieve toepassing van beeld-, spraak- en tekstherkenning. Achterliggende vraag is hoe deze mogelijkheden toepasbaar zijn in toekomstige VPRO producties.

Designers, programmeurs en storytellers uit Eindhoven, Brabant en heel Nederland ontvingen een uitnodiging om te participeren. Uit Eindhoven e.o. namen Apvis, Socialize, MAD emergent art center deel en nationale vertegenwoordiging kwam van OneSeconds en VicarVision. Daarnaast namen circa tien VPRO collega's van verschillende afdelingen deel aan de hackathon. Na een korte intro konden de groepen de ochtend gebruiken om diverse casussen te bedenken, die zij gedurende deze twee dagen hebben uitgewerkt. Aan het eind van de tweede dag presenteren de groepen hun concepten aan de hand van proof of principles. VPRO Medialab onderzoekt hoe de interessante concepten en proof of principles ook na de hackathon verder door ontwikkeld kunnen worden. Zo werd het concept De verhaal versterker uitgewerkt in samenwerking met OneSeconds en VPRO Digitaal tot een aanvraag bij het Stimuleringsfonds voor de Creatieve Industrie. Een uitgebreid verslag van de hackathon is terug te lezen op de website van het Medialab.

Hackathon 3: algoritmes en muziekbeleving

Op 7 en 8 april 2016 organiseerde VPRO Medialab in het Natlab op Strijp-S haar

derde hackaton: 'C'est le ton qui fait la musique'. Zeventien deelnemers kwamen twee dagen bij elkaar en onderzochten nieuwe platforms, experimenteerde met nieuwe software en verkende verbindingen tussen muziekbeleving en technologie. Tijdens de hackathon werd gewerkt in vier groepen die bestonden uit een mix van programmeurs en coders, journalisten, festivals-organisatoren, muzikanten, kunstenaars en ontwerpers. In de avond van de tweede dag kwam de jury na lang beraad niet met een winnaar maar met twee! Ext/Ra/Dio en SpiekR deelden de eerste plaats en de prijzen. De jury bestond uit Niels Aalberts (eindredacteur VPRO 3voor12), Kris Sloot (Programmamanager NPOLab - innovatie NPO3, 3FM en FunX) en Michel Decre (Research & Technology Director van Medtronic Eindhoven Design Center en muzikliefhebber). De vier concepten die tijdens de VPRO Medialab Hackathon onderzocht zijn:

- Van Muziek naar Fysiek

Het onderzoek van Rhys Duindam, Toon Rooijmans, Lola Gielen en Luuk Schipperheyn richtte zich op de interactie tussen muziek en ruimte. Uitgangspunt was de magneet-strip van een audio-tape. Deze strip werd gevisualiseerd en geprojecteerd, waardoor de muzikant met zijn handen de geluiden kan manipuleren. De muzikant kan live orde scheppen in de chaos van de magneetvelden. Het resultaat was een spannende kunst-installatie, die in een 'loop' zowel beeld als geluid genereerde.

- Ext/Ra/Dio

Uitgangspunt van Aad van Nieuwkerk, Denvis Groothuizen, Nils Breunese, Thijs van der Meulen en David Pronk was de ergernis over de beperking van muziek playlists. De luisteraar krijgt geen enkele referentie, geen context. Hun antwoord was het aanbieden van een persoonlijke audio-rondreis, een persoonlijk radiostation. Waarbij ingeplugd werd op de archieven van de omroepen en van Beeld & Geluid. Het resultaat was een concept voor associatieve radio, waarin een song van een artiest leidt naar een song van een andere artiest, waarmee een muzikale connectie bestaat.

- Wristband of the Future

Paul Gabriels, Joey Huisman, Arnaud Loonstra en Ralph Hermen Huiskamp waren geïnspireerd door de enorme hoeveelheid data die men kan genereren op festivals, door middel van het beroemde polsbandje. Op dit moment dient het polsbandje al als entreebewijs, men kan het tegoed voor de bar opladen maar veel meer is mogelijk. Men kan het publiek 'tracken', hun beleving meten, hun eigen samengestelde programma bekijken. Festivals en omroepen krijgen concrete data over profilering van de bezoekers, de cross-over potentie, men krijgt info over de 'buzz' rondom bepaalde artiesten. Deze data kunnen helpen het programma van een festival slimmer samen te stellen. Een artiest kan extra live-feedback krijgen van het publiek, hoogte- en dieptepunten in een set worden zichtbaar, de visuals kunnen reageren op de emoties van het publiek. Het publiek krijgt achteraf een dagboek van het bezoek.

- VPRO Medialab Hackathon #3 SpiekR

Iedereen vraagt zich wel eens af welke muziek je mede-treinreizigers luisteren, welke muziek de ander luistert als men door de stad loopt of in een lift staat. Annelies Termeer, Eva van Meerten, Maarten van Heuven en Roderick Gadellaa bedachten SpiekR, een app waarmee je muziek om je heen ontdekt. De app laat de 10 tracks zien die het dichtst bij je in de buurt geluisterd worden.

Ben je geïnteresseerd? Druk dan op 'play' en je plukt in op Spotify of Google Play Music. Er wordt geen nieuw muziek-distributie systeem gebouwd maar er wordt gebruik gemaakt van bestaande. SpiekR is het sociaal ontdekken van muziek van elkaar, het brengt mensen bij elkaar op basis van smaak en keuze van muziek. Extra opties zijn mogelijk: welke muziek is ooit op deze plek afgespeeld? Men kan de persoonlijke modus aanzetten, zodat de ander mag weten wie je bent. (Wordt hier een Muzikale Tinder gebouwd?).

Overige activiteiten

13. Bezoek PVDA Kamerleden

De Kamerleden van de Eerste en Tweede Kamer PvdA bezochten op 28 augustus de gemeente Eindhoven. In de ochtend splitste de Kamerleden zich op in kleinere groepen voor een werkbezoek aan een portefeuille-gelieerde locatie. Acht PvdA-leden bezochten het VPRO Medialab. VPRO toonde, samen met de gemeente Eindhoven, hoe het Medialab wil participeren in de nieuwste ontwikkelingen, die kunnen leiden tot innovatie in (digitale) programmering. Op Strijp-S worden hightech toepassingen en oplossingen bedacht voor media, ruimtelijke ordening, sociale interactie en productie. Met een eigen Medialab ter plaatse onderzoekt de VPRO de nieuwste manieren waarop media worden gemaakt en gebruikt. Onderdeel van het onderzoek is de vertaling van deze nieuwe manieren naar (digitale) programma's van de VPRO.

Na een intro door Ton van Gool, Stichting Cultuur Eindhoven, over de ontwikkeling van Strijp-S, lichten Lennart van der Meulen, directeur VPRO, en Geert-Jan Bogaerts, hoofd Digitaal, de keuze van VPRO om een Medialab in Eindhoven op te richten toe. Steye Hallema, programmamaker, en Samantha Castano, producer, informeren de PvdA-leden over de thema's van najaar '15 en voorjaar '16, evenals de Future of Impact conferentie en het onderzoek naar verdienmodellen. De ochtend werd afgesloten met een discussie over mogelijk toepassingen van VR in de politiek.

14. Dutch Design Week

Tijdens de Dutch Design Week (17 oktober tot en met 25 oktober) stond het VPRO Medialab op zijn kop. In het lab waren de living studio en expositie 'omroep van de toekomst' te bewonderen. We namen deel aan de Create Out Loud talkshow, de Peepshow stond op het Ketel-huis-plein en de doorontwikkeling van een hackaton idee was te zien in de tentoonstelling Hyperspaces.

Onder de slogan 'De wereld van morgen is vandaag al in de maak' bezochten VPRO leden de Dutch Design Week. Na een inspirerende lezing van filosoof en kunstenaar Koert van Mensvoort leidt de VPRO Now future Route langs een keur van slimme oplossingen, inventieve ontwerpen en nieuwe perspectieven. Ook het VPRO Medialab maakte onderdeel uit van deze route.

Create out loud 7: immersive fun in samenwerking met MU Gallery, Design Academy Eindhoven e.a.

Steye Hallema, programmamaker, schoof namens het VPRO Medialab aan bij de laatste editie van Create Out Loud over Immersive Fun. Hij praatte mee over immersieve technologie zoals Virtual Reality. Ook nodigden wij i.s.m. MU Gallery en Design Academy Eindhoven een breed scala aan sprekers uit: Bart Brouwers (E52), Danielle Arets (Design Academy Eindhoven), Pieter-Jan Pieters (OWOW), Ivo van

Aart en Mirjam van Dijk (VPRO Peepshow), Allison Crank (The Reality Theatre), Thierry Pil (Purple Pill), Detlef LaGrand (WOID) en Aldo Hoeven (Field of View).

Proeftuin Eindhoven: medialabs als aanjager van vernieuwing.

Daarnaast organiseerde VPRO Medialab, samen met het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en Baltan Laboratories, het debat: proeftuin Eindhoven - medialabs als aanjager van vernieuwing. In het debat werden beleid en praktijk bij elkaar gebracht. Diverse makers, producenten en lokale initiatiefnemers van stadslabs gaven inzicht in de manier waarop zij experimenteren met vernieuwing en bijdragen aan een inspirerend en aantrekkelijk vestigingsklimaat. Het programma werd gemodereerd door Geert-Jan Bogaerts (VPRO Medialab) en bestond uit een paneldiscussie met en presentaties van Ton van Gool (Stichting Cultuur Eindhoven), Koen Snoeckx (Baltan Laboratories), Hermineke van Bockxmeer (Min. OCW), Janny Rodermond (Stimuleringsfonds Creatieve Industrie), Frans van Dooremalen (Brabant C Fonds), Ben Veld (Fontys FutureMediaLab), Sander Liefink (TMC + Founded by All), Harmke de Groot (Holst Centre), René Paré (MAD emergent art center) en Samantha Castano (VPRO Medialab). Het geheel werd van commentaar en reflectie voorzien door Jonathan Marks (Critical Distance).

Living studio in samenwerking met Design Academy Eindhoven: immersieve programma's

Tijdens de Dutch Design Week huisvestte het Medialab ook de Living Studio van de studenten van Crafting Narratives (Design Academy Eindhoven). Studenten van de Design Academy Eindhoven onderzochten in samenwerking met VPRO Medialab immersieve journalistiek en enkele uren per dag kon je in de Living Studio getuige zijn van dit onderzoek en hen het hemd van het lijf vragen. Het onderzoek was onderdeel van Create Out Loud, een frisse talkshow waar alles over design wordt besproken. De talkshow plaatste design midden in de actualiteit, zette in op een dialoog tussen makers, gebruikers en denkers en verkende tegelijkertijd nieuwe journalistieke praktijken. Interessant voor een breed publiek maar ook voor de meer ingewijde kenner.



Hyperspaces en VPRO Medialab Hackathon

De tentoonstelling Hyperspaces liet de maatschappelijke toepassingen van Virtual Reality en Augmented Reality zien. In interactieve installaties kon je deze nieuwe wereld beleven en de relaties tot maatschappelijke ontwikkelingen en verschillende disciplines zoals architectuur, gezondheid, kunst, productpresentatie, historie, educatie en entertainment ontdekken.

Op de tentoonstelling stond ook het project MUSE Brainwaves dat leden van de Hyperspace Collective hebben doorontwikkeld na deelgenomen te hebben aan de VPRO Medialab Hackathon #1 waarin interactiviteit in Virtual Reality centraal stond. Hyperspace Collective was onderdeel van de groep die een VR-ervaring ontwierp die gekoppeld was aan een hersenscanner. Op basis van je interesse in een object groeide of kromp dat object en zo creëer je je eigen wereld in VR.

Expo in samenwerking met VPRO dorst, St. Joost: de omroep van de toekomst

VPRO Medialab en VPRO Dorst vroegen aan studenten Arts & Interaction (AKV | St. Joost): Wat is de publieke omroep van de toekomst? Het resultaat was een spannende expo die tijdens de Dutch Design Week in het VPRO Medialab te bezichtigen was. In een gevarieerde expositie kon je zien, horen en beleven hoe de publieke omroep van de toekomst er volgens de studenten uit gaat zien. Dagelijks was de expositie geopend en bemand door studenten van het St. Joost, zodat je met hen kon spreken over hun werk. Gedurende de DDW werd de expo bezocht door meer dan 600 personen bezocht.

Een van de werken onderzocht de mogelijkheden van media in de publieke ruimte. Hoe zou het straatbeeld eruit zien als je de beeldboards op straat zou inzetten om contact te maken met ouderen? Als je in een verloren minuten bij de bushalte je een oudere zou bellen voor een praatje? Een ander werk verkent hoe de omroep van de toekomst de banden met hun achterban kan ontwikkelen. Leden van de VPRO zouden via een nieuw online systeem programma ideeën kunnen aandragen en kennis kunnen delen met programmamakers: kortom benut de potentie van je eigen netwerk. Deze groep is naderhand nog uitgenodigd om hun project bij VPRO te Hilversum te presenteren. Het is nog onduidelijk of hier verder invulling aan wordt gegeven binnen de VPRO.

The poster features a red background with a white jagged top edge. At the top left is the Dutch Design Week logo (17-18 SEP 2015). To its right, it says 'VPRO MEDIALAB & VPRO DORST PRESENTEREN' and 'de omroep van de toekomst'. The main text in large white font reads 'dit is de publieke omroep van de toekomst misschien'. At the bottom, a white box contains the dates '17 t/m 25 oktober' and 'vpro medialab', along with logos for 'vpro medialab', 'dorst', and 'dutch design week'.