

vppro

jaarplan 2023

metvoordoor

creatieve connecties en cocreatie

medialab

inhoud

3	het jaar is tweeduizend drieëntwintig	
4	ambities vpro medialab	
4	ambitie	samen (mee) maken
4	aanpak	mediaproductie met en door publiek (ugc en co-creatie)
6	aanpak	experimenten met (offline) communities
6	aanpak	onderzoek naar online interactie los van techgiganten
8	ambitie	netwerkrol vergroten
8	aanpak	uitbouwen netwerk in de creatieve sector
9	aanpak	focus op inclusiever en diverser netwerk
11	activiteiten vpro medialab	
19	impact vpro medialab	
20	aanpak	zichtbaarheid en kennisdeling binnen de vpro
22	aanpak	bijdragen aan de online first revolutie binnen de vpro
23	aanpak	invloed op jaarlijkse innovatieagenda npo
25	bijlages	

het jaar is
tweeduizend
drieëntwintig

Roep 'VPRO!' in een zaaltje vol welgestelde verdiepingszoekers op een willekeurige gracht in de Randstad en ongetwijfeld word je om de oren geslagen met associaties als *onafhankelijk, authentiek* en *eigenzinnig*. Mooi natuurlijk die toegekende publieke waarden, maar aangezien de titel van VPRO's meerjarenbeleidsplan 'Uitgesproken & Inclusief' is, wordt de wens en noodzaak dat andere mensen -dan 55+'ers- de VPRO op die manier (gaan) (h)erkennen direct duidelijk.

in vogelvlucht

In 2023 onderzoekt VPRO Medialab welke mogelijkheden er zijn om boeiende, VPRO-waardige verhalen op innovatieve manier te vertellen en daarbij publiek op nieuwe manieren te betrekken. In samenwerking met PublicSpaces wordt gezocht naar veilige platformen en tools. Een andere belangrijke ambitie is het uitbouwen van het bestaande netwerk van creatieve professionals en partners in media en cultuur. Tot slot werkt Medialab dit jaar door aan eigen zichtbaarheid en impact.

ambities vpro medialab

ambitie samen (mee) maken

VPRO Medialab experimenteert met tools, platformen en vormen van mediaproductie door redacties in samenwerking met het publiek. Dit meer autonome onderzoek en experiment blijkt succesvol met prijswinnende producties als *AI Songfestival*, *Maandverbond* en *Archief van de Toekomst*.

Medialab zoekt vernieuwende manieren van contact tussen mens en media. Hoe kan publiek op een zinvolle en creatieve manier bijdragen? Welke niet-commerciële digitale tools maken dit mogelijk? Vindt dit gesprek in de toekomst plaats in 2D of in 3D? Indien dat laatste, hoe verhoudt de VPRO zich tot de Metaverse?

aanpak

mediaproductie met en door publiek (ugc en co-creatie)

Publiek zoekt een steeds actievere rol binnen mediaproducties. Passief voor de televisie zitten is een gepasseerd station. Likes en comments spreken inmiddels voor zich, maar (een



jonger) publiek betrekken gaat verder dan dat. Betrokken mediaconsumenten willen actief met makers en andere consumenten in gesprek gaan; elkaar ontmoeten en bijdragen aan onderzoek; serieus genomen worden in persoonlijke skills en achtergronden; en (in een gaming context) zelfs actief meebouwen aan de creatie van nieuwe werelden.

In 2023 daagt Medialab redacties, zijn netwerk in de creatieve sector én publiek uit om samen te gaan creëren. Media-inhoud wordt niet langer uitsluitend gemaakt door makers in dienst van de VPRO of productiehuizen. De kracht van *the people formerly known as the audience* wordt erkend en vaker ingezet bij programmatitels. Medialab duikt in vernieuwende manieren van interactie met publiek en onderzoeken hoe de resultaten uit die ontdekkingsreis structureel kunnen bijdragen aan VPRO-titels. Toepassingen die kansrijk blijken, worden doorontwikkeld en vinden zo hun weg naar een groot publiek in samenwerking met VPRO tv/radio/online video-redacties.

aanpak

experimenten met (offline) communities

In 2022 zocht Medialab binnen de Off Demand-visie naar een nieuwe definitie van *live* in het hybride, post-lockdown tijdperk. Om publiek te activeren en te laten bijdragen en met elkaar in contact te brengen is het nodig om projecten binnen een bepaalde, afgebakende periode te laten plaatsvinden. Dit creëert urgentie en gemeenschapsgevoel. Het leidt tot een focus op 'off demand', en het zoeken naar alternatieven van het 'on demand'-pad.

In 2023 worden deze tijdelijke communities bestendig, zowel fysiek, online als hybride. Daar waar communities reeds bestaan bij partners, zoekt Medialab actief aansluiting.

aanpak

onderzoek naar online interactie los van techgiganten

Het mediagebruik van de avontuurlijke stadsbewoner is veranderlijk en de verwachting is dat nieuwe commerciële platformen de komende jaren de markt zullen blijven bestormen.



De VPRO blijft (voorlopig) actief op deze sociale kanalen, al is het belangrijk vast te stellen dat de organisatie, als publiek instituut, het onwenselijk vindt te moeten spelen volgens de regels van de Big Tech-bedrijven. Maar wat is het alternatief?

In de hackathon Open Communities (eind 2021) verkende Medialab een aantal publieke tools die een mogelijk alternatief bieden. Hieruit is de validatie van ThermoStaat gevolgd. Dit project, waarbij publiek middels een KennisCloud platform actief kan bijdragen aan onderzoek naar hittestress in Nederland, wordt in 2023 gerealiseerd. Journalisten en burgers werken samen in dit onderzoek en leren van elkaar.



ambitie netwerkrol vergroten

VPRO Medialab zoekt, meer dan de meeste andere omroepen, proactief samenwerking met andere spelers in het veld. Die spelers bestaan uit onderwijs- en onderzoeksinstellingen, festivals en creatieve bureaus, uitvinders en designers van elders. Ook werkt Medialab nauw samen met externe partijen die relevante inbreng kunnen hebben in producties: makers, journalisten, developers, designers, kunstenaars, storytellers en publiek.

aanpak

uitbouwen netwerk in de creatieve sector

In het najaar van 2022 hebben VPRO en NPO gesproken over de unieke benadering van Medialab rond het thema technologische innovatie en netwerken. In 2023 bouwt Medialab de bestaande, sterke netwerkrol in de creatieve sector verder uit en betreft dit netwerk bij de publieke omroep.

Deze werkwijze verrijkt de VPRO in de conceptuele en creatieve fase, geeft sneller en efficiënter inzicht in relevante nieuwe

technologieën, en helpt bovendien in de promotie- en distributiefase. Want ook dan heeft hetzelfde netwerk meerwaarde.

aanpak

focus op inclusiever en diverser netwerk

Sinds de oprichting van VPRO Medialab in 2015 is de netwerkbenadering een belangrijke component van onze strategie. Zo organiseerde Medialab, destijds met Eindhoven als thuisbasis, met diverse lokale partijen Bliksem en Donderdagen, evenementen die een podium gaven aan creatieve concepten, start-ups of inspiratietalks en vooral gesprek en kennisdeling stimuleerden. Later werd dat format omgezet in de reeks Urban Stories in samenwerking met Pakhuis De Zwijger in Amsterdam. Met mediafestivals Today'sArt, Cinekid, IDFA, STRP en ESNS zetten we eerder een reeks VPRO Medialab Meet Ups en de Conference for the Curious op. Creatieven dachten daar met elkaar na over de toekomst van storytelling.

Naast deze evenementen vormt ook nu nog een drietal jaarlijkse hackathons de ruggengraat van het Medialab. Een

ambities
vpro
medialab



divers samengestelde groep makers komt samen, brainstormt én maakt in twee dagen een prototype van een oplossing voor een specifiek mediavraagstuk. De afgelopen twee jaar versterkten we via de hackathons de samenwerking en kennisdeling tussen de omroepen en creatieven buiten het Mediapark.

Kortom: we geloven in kruisbestuiving en creatieve samenwerkingen. Naast de bestaande contacten met omroepen, wordt komend jaar ook ingezet op samenwerkingen buiten Hilversum. In 2023 treedt Medialab weer naar buiten met het doel een inclusiever netwerk op- en uit te bouwen. De hackathons krijgen daarin een centrale rol. Meer hierover onder 'Activiteiten VPRO Medialab'.

activiteiten vpro medialab

Voor 2023 staan de volgende onderzoeksprojecten en experimenten in de planning, die aansluiten bij voornoemde ambities. Het gaat om verkennings- en validatieaanvragen bij NPO Innovatie; aspiratie is om voor een aantal de doorgang naar de groeifase te vinden. Naast deze projecten zullen, net als elk jaar, ook in de loop van 2023 nieuwe projecten ontstaan die inspelen op actuele ontwikkelingen.

hackathons

De afgelopen jaren zetten VPRO Medialab en NPO Innovatie met de hackathons in op kennisdeling binnen de publieke omroep. Teams van verschillende omroepen werden ingezet op actuele cases, wat het innovatie-netwerk in Hilversum versterkte.

Komend jaar richt Medialab de blik naar buiten en wordt meer samenwerking gezocht met creatieve startups en onderwijsinstellingen met als doelen netwerkopbouw, (co)creatie, UGC en het gebruik maken van de kracht van gezamenlijke distributie.



Een eerste stap werd al gezet in de hackathon *It's all in the game* (dec 2022). Daar verkenden omroepmedewerkers, experts uit de 3D/game industrie en MBO game-studenten van Media Collega/XR Lab in de hackathon de mogelijkheden van mediamaken in game engines. Winnaar was VPRO Jeugd met het plan **Operatie Infiltratie**: een programma gemaakt met virtuele productie waarbij kinderen invloed kunnen uitoefenen op situaties waar hun stem normaal niet gehoord wordt; van klimaatconferentie tot lerarenkamer. Begin 2023 zullen we dit plan doorontwikkelen tot een validatie-aanvraag bij NPO Innovatie.

KleiLife

Kleilife is een plan voor een interactieve serie voor kinderen (ism VPRO Jeugd), in de vorm van een ongewone talentenjacht. Kinderen kleien thuis een pop met een speciaal talent, ze scannen deze in met een mobiele app en sturen deze scan in, inclusief karakterschets. Hun pop maakt kans te performen in een aflevering van de serie KleiLife. UGC en (co)creatie ten top. We valideren technische haalbaarheid en werkwijze/proces.



3voor12 RE:LIVE

Dit plan is ontwikkeld in de hackathon 'Nieuw Live' (juni 2022). Na een festival hebben veel bezoekers last van heimwee; behoefte om het te herbeleven. En mensen die er niet fysiek bij waren, willen het meebeleven. Met RE:LIVE faciliteert 3voor12 op innovatieve wijze online, sociale live-events, circa een week na een festival, op een vast tijdstip. Hier wordt dan een selectie concertregistraties geprogrammeerd én kun je elkaar als bezoekers ontmoeten in een online festivalomgeving, inclusief de toevallige ontmoetingen, gesprekken in de rij voor een dixie en eindeloze chats met vrienden die daarbij horen. RE:LIVE kan uitgroeien tot een community van festival-liefhebbers die elkaar keer op keer online treffen.

kleine boekenclubs in vpro boekenclub-app

Medialab onderzoekt (kwantitatief) de wenselijkheid van een feature om zelf kleine boekenclubs aan te maken in de VPRO Boekenclub- app. Zo nodig je je eigen vrienden, je klas of je bestaande boekenclub uit, om die maand met jou het boek te lezen. Maar ook initiatieven in het land, zoals de lokale biblio-



theek, een geliefde boekhandel, of een leraar met zijn klas), kunnen deze feature aangrijpen om eigen clubs te starten. Deel van het onderzoek is hoe we deze micro-gemeenschappen vervolgens weer met elkaar in contact brengen, online én fysiek.

level up

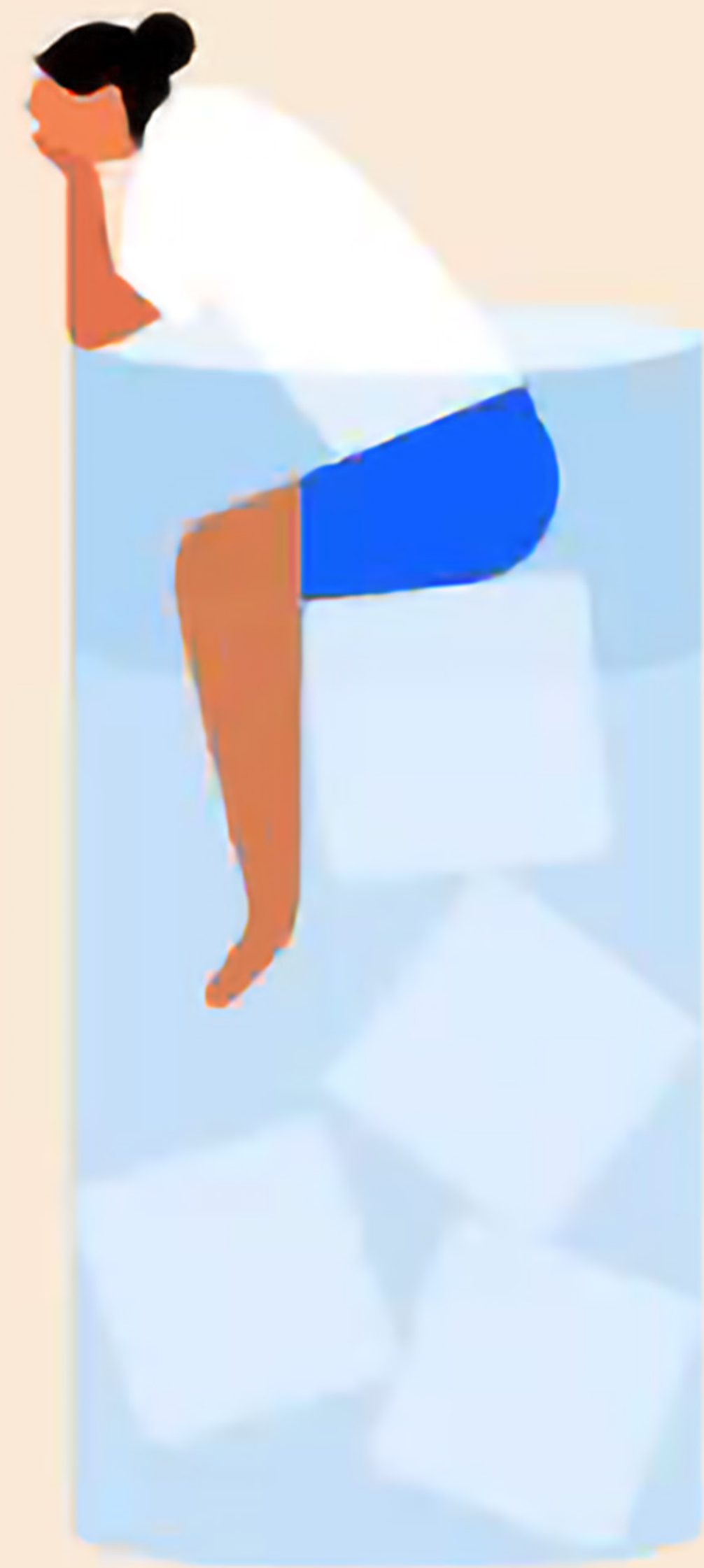
Gamen is belangrijk voor veel basisschoolleerlingen in groep 8. Tijdens dat gamen hebben ze contact met elkaar op Discord. Wat als we deze voor hen bekende en vertrouwde online plek zouden kunnen inzetten om hen te helpen bij een grote stap in hun leven in de fysieke wereld? We willen in samenwerking met bekende gamers/influencers die actief zijn op Discord en een following hebben onder de groep 8'ers, content gaan maken voor Discord over de stap van groep 8 naar brugklas. De gaming-wereld, die voor kinderen op Discord vertrouwd is, dient daarbij als een metafoor voor het echte leven. 'Get ready to level up'. Level Up verkeert momenteel in de verkenningsfase, afhankelijk van de uitkomsten pakken we hierop door in 2023.

argos' thermostaat

In 2023 komt Argos in samenwerking met WAAG Futurelab, Hogeschool van Amsterdam en TU Delft met het project Thermostaat. Onder begeleiding van wetenschappers en journalisten gaan burgers zelf de effecten van klimaatverandering op het leefklimaat in hun woning in kaart brengen. Dit experiment in burgerwetenschap krijgt vorm in het platform KennisCloud, waar burgers, wetenschappers en ervaringsdeskundigen met elkaar in gesprek gaan. De data die burgers zelf uit metingen zullen ophalen komen samen in een datavisualisatie, om zo het gesprek over hittestress en eventuele oplossingen te onderbouwen. Argos zal gedurende de looptijd van de metingen met korte verhalen het gesprek stimuleren, en met de opgehaalde ervaringen en data verslag doen.

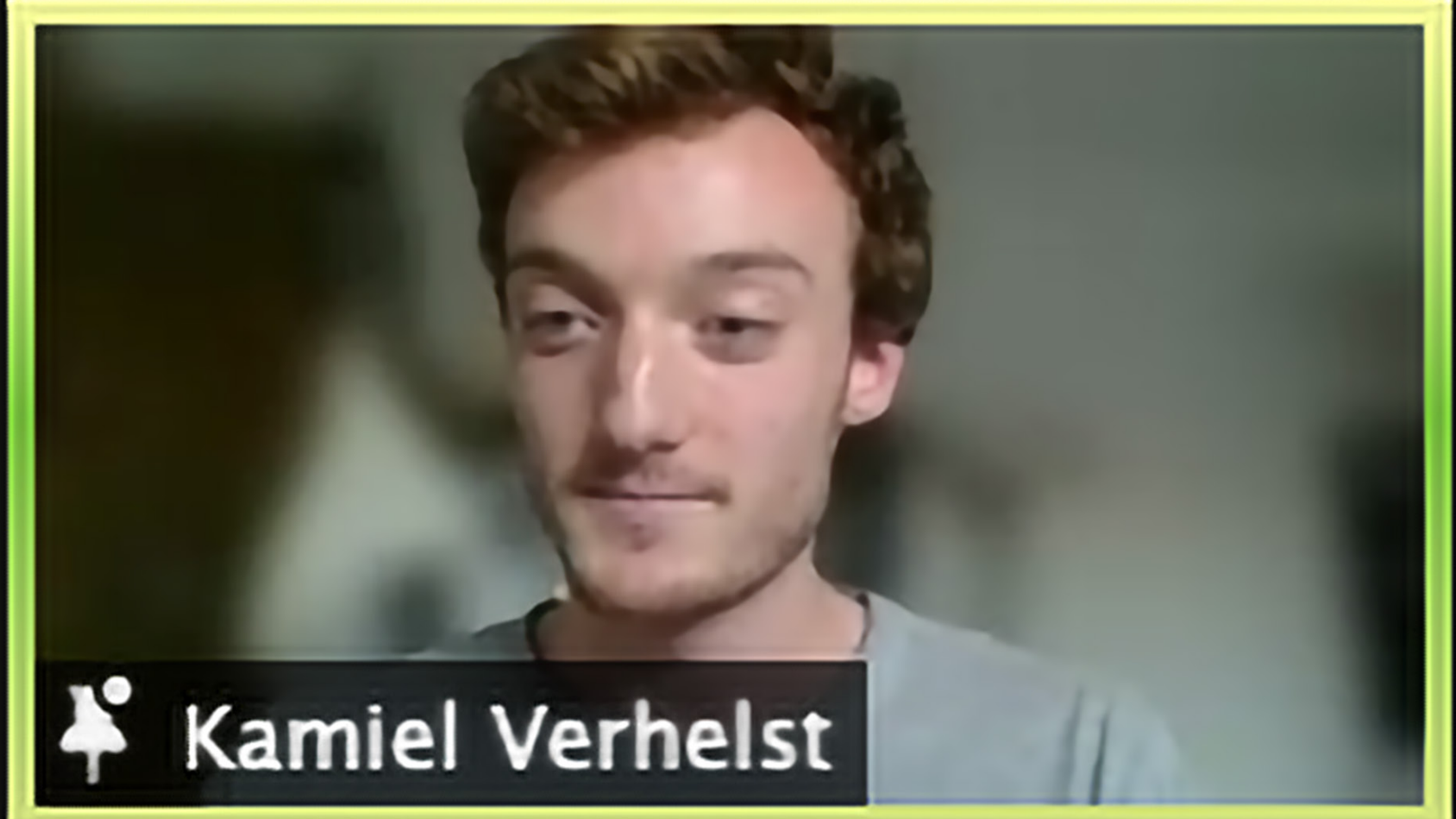
tegenlicht community / PubHubs

In 2021/22 kwam het al tot een intensieve samenwerking tussen het Medialab en de redactie van Tegenlicht die resulteerde in het innovatieve Archief van de Toekomst. Met het oog op een nieuwe, online first en community gerichte aanpak van



Bedankt, en houd je hoofd koel

Vragen?

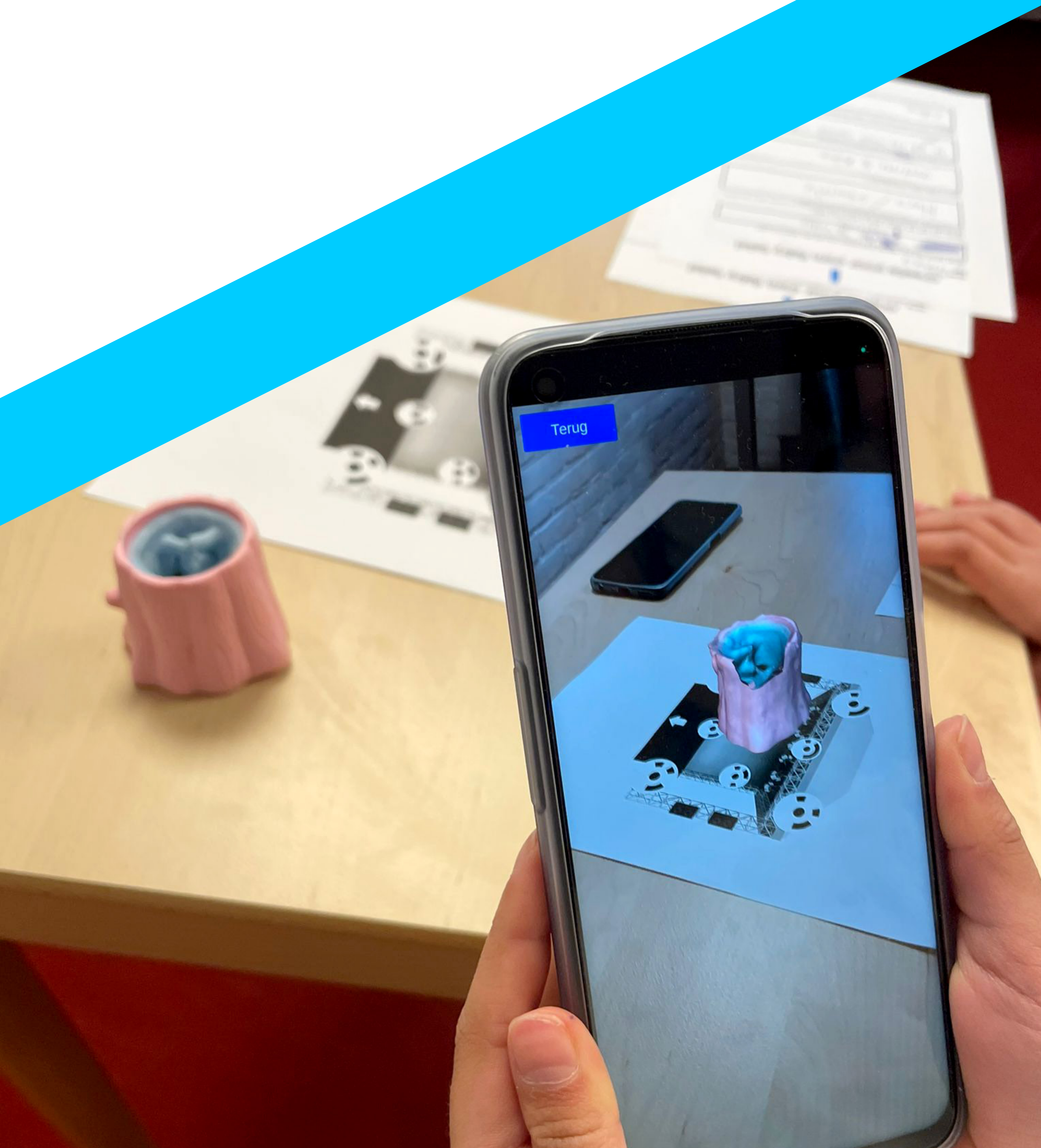


Tegenlicht in 2023 hebben we in samenwerking met de Digital Society School van de HvA onderzoek gedaan onder het thema *Keepin' it (a-)Live*. Trainees verkenden oplossingen voor een prominentere rol voor het netwerk van *Tegenlicht*kijkers, meetuppers en pioniers in een online/offline community. Hoe kunnen we het netwerk van mensen die zelf aan verandering willen werken verbinden en als bron van inspiratie en gesprek duurzaam betrekken bij de thema's van *Tegenlicht*, het gesprek levend houden. Ook in deze context werken we aan een samenwerking met het platform KennisCloud, een initiatief uit de bibliotheeksector waarmee een ook een link met lokale offline-gemeenschappen wordt gelegd. We zien een actieve oplossingsgerichte community voor ons, waar de kennisgroepen van KennisCloud een vliegende start kunnen bieden. Samen met KennisCloud wordt ook de ontwikkeling van PubHubs omarmd en onderzocht. *Tegenlicht* participeert in PubHubs met usecases rond MeetUps en het netwerk van pioniers.

doofpod

Waar voorgaande activiteiten inhaken op de netwerk- en cocreatie/UGC-ambities, is Doofpod een voorbeeld van een project dat inspeelt op actuele ontwikkelingen.

Anderhalf miljoen Nederlanders zijn doof of slechthorend en hebben daardoor geen toegang tot het groeiende aanbod van podcasts. Met het project DoofPod zoeken we een passende vorm om podcasts toegankelijk(-er) te maken. In 2023 zullen we de eerder verworven inzichten uit usertests met het prototype omzetten in deelproducten en formats. Zo ondervonden we dat de doelgroep zeer divers is en daardoor ook qua behoefte aan passende oplossingen nogal verschilde. Mogelijk bieden ontwikkelingen op het gebied van Object Based Audio en Adaptive Podcasting hier bruikbare en flexibele frameworks voor. Door ons prototype al internationaal te pitchen (onder de werktitel TypeCast) hebben we contact gelegd met een netwerk van ontwikkelaars (oa BBC R&D) die ons daarbij verder kunnen helpen.



**impact
vpro
medialab**

VPRO Medialab blijft ook in het nieuwe jaar nauw betrokken bij conceptontwikkeling en initieert digitale innovatie bij (potentiële) nieuwe projecten. Er huist grote potentie in deze projecten, partners en opgebouwde kennis.

Zo presenteerden we afgelopen jaren onze Off Demand-visie en de opgebouwde kennis uit projecten als Maandverbond en Archief van de Toekomst op festivals en conferenties in binnen- en buitenland (NPO Innovatie-estafettes, NPO Innovatiefestival, Dutch Media Week, Nederlands Film Festival, IDFA Doclab, SVJ's Media van Morgen congres en internationaal op het EBU Creative Forum in Geneve, Prix Europa in Potsdam en VRT in Brussel). Archief van de Toekomst kende een reeks presentaties en workshops bij erfgoed organisaties als VOGIN-IP, het Noord-Hollands Archief, Tresoar Leeuwarden, het HNI en de bibliotheeksector via KB, Probiblio en Cubis/BiSC.



aanpak

zichtbaarheid en kennisdeling binnen de vpro

Ook binnen de VPRO worden de ervaringen van Medialab met nieuwe vormen van mediamaken gedeeld.

Vanuit *Maandverbond* zijn diverse nieuwe programma-ideeën ontstaan, zoals *Level Up* (zie hierboven), *Nu is de tijd* (crossmediaal plan in samenwerking met Maarten Slagboom en Josèff Iping) en het online first boekenprogramma voor een jong publiek *De kantlijn*. Ook inspireerde het bijv. maker Bert Bentsink om bij zijn podcast *Plotse Papa's* een Telegram-groep te openen. Verder zijn we in gesprek met Zwitserse omroep SVT voor een Zwitserse versie van *Maandverbond* en met de NPO over een herhaling van het project inclusief kick-off op tv.

Archief van de Toekomst heeft zowel in de erfgoedsector, het bibliotheekwezen als in de onderwijssector veel weerklank gevonden. Door met workshops en presentaties aanwezig te zijn op sector-specifieke inspiratiedagen, congressen en evenementen, hebben we professionals kennis kunnen laten maken



met zowel de AI-techniek als de inhoudelijke bruikbaarheid van dit project. Erfgoed instellingen zoeken naar 'generous interfaces' om hun digitale collecties toegankelijk te maken en open te verbinden. In het onderwijs wil men snel en efficiënt korte of gelinkte verhalen vinden voor lessen en debat in de klas. Met het Archief van de Toekomst deelt het Medialab actief inzichten en best practices. Bijvoorbeeld op de nationale KNAG onderwijsdag 2022 voor 170 aardrijkskundedocenten.

Toch valt er binnen de VPRO nog een slag te maken. In 2023 investeert Medialab in de eigen interne positionering door actiever in gesprek te gaan en resultaten en kansen proactief te delen met andere redacties en teams. Ook intensiveren we de samenwerking met de bouw- en ontwerpteam van vpro.nl en gids. De vraag 'Wanneer klop je aan bij Medialab?' moet makkelijk te beantwoorden zijn.

We denken na over de vorm (cases, intranet, kennissessies) waarop de online firstdenkers van de organisatie elkaar optimaal kunnen inspireren en over de juiste groep om te

betrekken. Daarnaast denken we na hoe we de niet-online-firstdenkers kunnen inspireren en enthousiasmeren. De focus kan hierbij liggen op het naar binnen halen van inspirerende makers van crossmediale, innovatieve verhalen die vertellen over hun cases.

De documentatie van de Medialab-projecten kan nog beter. Daarom leveren we voor in- en externe connecties eind 2023 – in nader te bepalen vorm – een inspirerende terugblik op de activiteiten en inzichten op, die deelbaar is met het netwerk. Voor reguliere online communicatie zet Medialab in op LinkedIn en Twitter.

aanpak

bijdragen aan het online first beleid binnen de vpro

In het afgelopen jaar hebben de afdelingen Media, Publiek en Marketing, Gids en I&DM onder begeleiding van het externe bureau Fronteer geanalyseerd wat de VPRO anders moet gaan doen om met beschikbare middelen een groter publiek te bereiken en aan ons te binden en de gewenste transformatie



van een omroep naar een modern onafhankelijk mediaplatform te realiseren.

De adviezen zijn onder te verdelen in vier gebieden en staan beschreven in het VPRO jaarplan:

- verbind met de doelgroep
- focus op titels met een grote online potentie
- versimpel de online infrastructuur
- organiseer de aansturing, financiering en cultuurverandering beter

Medialab zet zich in 2023 hard in voor samenwerking met online first-minded teams binnen de VPRO en zijn voorvechter van de noodzakelijke online first revolutie.

aanpak

invloed op jaarlijkse innovatieagenda npo

We dragen actief bij aan de samenstelling en prioritering van de omroepbrede innovatieagenda zoals die door NPO Innova-



tie wordt geïnitieerd, en proberen met onze producties vervolgens daarop nauw aan te sluiten. Zodoende is financiering van onze producties door NPO Innovatie vaak mogelijk. Zoals te zien is in de bijgevoegde NPO Innovatie-agenda sluiten de ambities in dit Metvoordoor-jaarplan naadloos aan bij de punten 2 en 4: *Mensen overal ontmoeten* en *Verhalen vertellen op innovatieve manieren*.