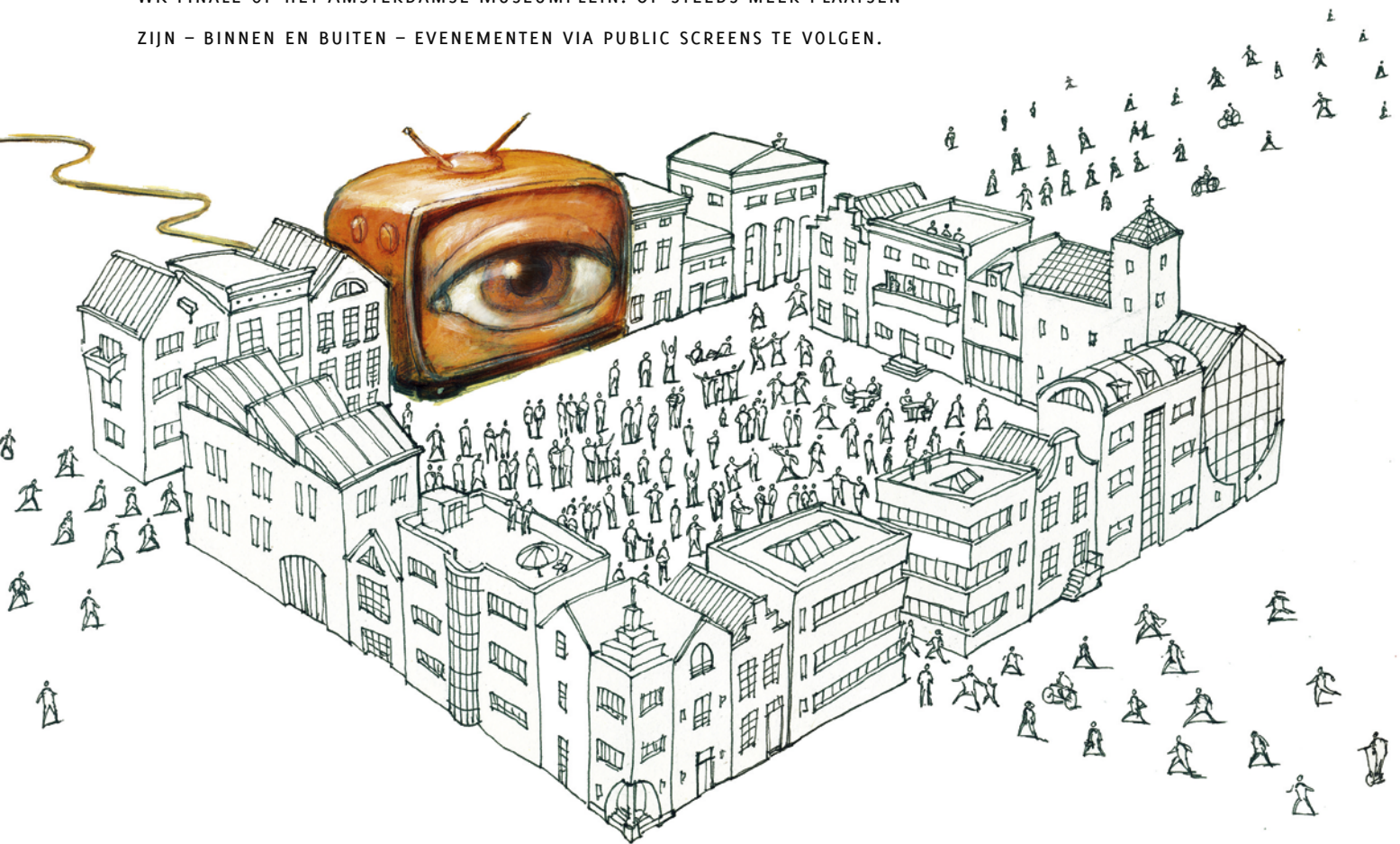


# Public screens in beeld

Door **Daphne Riksen**, illustratie **Rhonald Blommestijn**

Zo'n 180.000 mensen bekeken op 11 juli via een gigantisch scherm de WK-finale op het Amsterdamse Museumplein. Op steeds meer plaatsen zijn – binnen en buiten – evenementen via public screens te volgen.



**Sport verbreedert, samen naar** sport kijken helemaal. Dat geldt niet alleen voor voetbal, maar ook voor het gezamenlijk beleven van lokale activiteiten en kunstuitingen, weet Kevin Heathorn. Als producent van de BBC is hij verantwoordelijk voor de programmering van een public screen van acht bij vier meter in het Engelse Plymouth. “Mensen vinden het leuk om belangrijke momenten met elkaar te delen”, zegt Heathorn. “Dat maakt zo’n evenement groter en spannender. Vorig jaar

hebben we op het scherm bijvoorbeeld de uitzending van *The Last Night of the Proms* vertoond. Daaraan voorafgaand was er een optreden van lokale musici op Plymouth Piazza, zowel live als op het scherm. Dat trok veel publiek.”

## **Videokunst**

Het scherm in Plymouth is er één van in totaal twintig schermen die het London 2012 Organising Committee, de BBC en de gemeentes hebben opgesteld, met als doel

het hele land te laten delen in de opwinding over de komende Olympische Spelen. De schermen zijn via een netwerk met elkaar verbonden. Een landelijk opererend *screen operations center* in Birmingham levert allerlei content, die lokaal naar keuze kan worden afgenomen. Zo is er elk halfuur enkele minuten nieuws, sport en een weerbericht en waren afgelopen juli de Wimbledon-wedstrijden live te volgen, vanaf de honderden klapstoeltjes die de gemeente op het plein had geplaatst. Ook zijn er regelmatig interactieve toepassingen in beeld, zoals 'The Hand from Above' van videokunstenaar Chris O'Shea. Langslopende mensen worden daarbij gefilmd en op het scherm door een virtuele hand gekieteld of opgepakt, tot grote hilariteit van de omstanders. "Daarnaast kunnen we elk uur lokaal gemaakte videocontent tonen, mits die voldoet aan de BBC-richtlijnen. Zo mag content geen geweld bevatten, niemand beledigen en moet het gezinsvriendelijk zijn", vertelt Heathorn.

#### Drukker stadscentrum

Aan de lokale content werken in Plymouth studenten mee maar ook schoolkinderen. BBC-producent Heathorn assisteert zo'n 150 organisaties: sportclubs, theatergroepen en dans- en muziekverenigingen. Hun evenementen worden gratis op het scherm

bovendien een manier om ook andere doelgroepen dan de traditionele kijkers en luisteraars te bereiken, zoals jongeren."

#### Sociaal vehikel

Mettina Veenstra, principal researcher bij Novay, is beroepshalve geïnteresseerd in het fenomeen public screens. Als trekker van het thema 'ICT en Nieuwe Media in de openbare ruimte' is zij betrokken bij diverse projecten op dit gebied en op haar blog is een groot aantal voorbeelden te zien. "Public screens worden op verschillende manieren gebruikt", vertelt zij. "Op veel schermen worden reclameboodschappen vertoond. Daarnaast zie je steeds vaker dat ze deel uitmaken van architectuur, zoals in de gevel van het KPN-kantoor in Rotterdam, of ze worden toegepast om een plein een culturele of hightechuitstraling te geven, zoals op het Zuidplein in Amsterdam. Schermen kunnen ook een sociaal vehikel zijn. Niet alleen om samen naar voetbal te kijken, maar ook om gesprekken los te maken. Tijdens de klimaatconferentie in Denemarken kon je bijvoorbeeld een video met je klimaatbekentenis op een scherm in de openbare ruimte plaatsen."

#### Interactie

"De meeste public screens hebben geen interactiemogelijkheden", zegt Veenstra. "In de projecten waar Novay bij betrokken is, willen we dat juist wel. Daarvoor maken we gebruik van touchscreens en sociale media zoals Twitter, YouTube en Flickr." In het najaar komt er, dankzij het project Smart Systems, een interactief scherm in de openbare bibliotheek van Almere. De content daarvan wordt afgestemd op die omgeving: nieuwe aanwinsten van de bibliotheek, lokaal nieuws en welke voorstellingen er in het theater van de bibliotheek draaien. Om de bezoekers erbij te betrekken, kunnen zij foto's, video's en tweets via het scherm met elkaar delen. Veenstra: "We zijn erg benieuwd hoe de inzet van het scherm zich in overleg met de bezoekers gaat ontwikkelen." Ook in Zwolle worden deze herfst touchscreens geplaatst. In het kader van Zwolle



**"We willen meer interactiviteit door gebruik te maken van touchscreens en sociale media zoals Twitter, YouTube en Flickr"**

Living City kunnen toeristen daarop informatie vinden en toevoegen over verschillende aspecten van de stad, zoals plaatselijke historie en bezienswaardigheden. In een ander project, Future Store, gaat Novay het belang van schermen en social media voor de bezoekers, sfeer en branding van winkels onderzoeken.

#### Een goede mix

Veenstra vindt de public screens een spannend, nieuw fenomeen. "Ze kunnen een grote bijdrage leveren aan sociale cohesie en de sfeer in de openbare ruimte verhogen, maar ook negatieve invloed uitoefenen. Het is belangrijk om te onderzoeken hoe public screens meerwaarde kunnen hebben voor mensen. Daarom is gebruikersonderzoek belangrijk binnen onze projecten." Ook het ontwikkelen van businessmodellen, samen met alle betrokken organisaties, maakt er deel van uit. "In Engeland heeft de BBC het geluk dat het Olympisch Comité er veel geld in steekt. Ook de lokale overheden en de BBC zelf dragen bij. Reclame-uitingen zijn beperkt tot die van de sponsors van de Olympische Spelen. In Nederland moeten we zoeken naar een goede mix tussen reclame en andere content, rekening houdend met de locatie en wat voorbijgangers nuttig vinden. Dat is belangrijk voor de betrokken organisaties, die natuurlijk graag willen dat mensen kijken. Met alleen reclame bereik je dat waarschijnlijk niet." 

› <http://beeldschermen.blogspot.com>

› [www.bbc.co.uk/bigscreens](http://www.bbc.co.uk/bigscreens)



vertoond en trekken meer bezoekers dan voorheen zonder scherm. Naar schatting een derde van de content is BBC-materiaal, een derde is afkomstig van het Olympisch Comité en een derde is lokaal geproduceerd. Sinds het scherm in Plymouth staat, bezoeken veel meer mensen het stadscentrum. "Ze blijven er langer en geven meer geld uit", vertelt Heathorn. "Het scherm creëert een ontspannen atmosfeer. Je geeft mensen een leuke ervaring, ze gaan weer weg met een glimlach. Voor de BBC is het