

Stimuleringsfonds Creatieve Industrie
O.V.V. Open Oproep Fosfor
Groothandelsgebouw
Weena 723
3013 AM ROTTERDAM

Datum 23.12.2013

A MOTIVATION FOR CO-CREATION THE LONGREAD

Geachte Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en Uitgeverij Fosfor,

Hierbij presenteren wij ons als hét Co-Create Team vanuit de creatieve broedplaats 'De Greiner' te Haarlem. Een groep zelfstandige professionals die longread zien als de ultieme uitdaging om meerdere werelden met elkaar te verbinden.

Het Co-Create Team
De Greiner

Hans Peter Föllmi, *I see for you*
Terri Mollet, *Bucket Films*
Bas van Vuurde, *Grafisch Ontwerp*
Michiel Vergunst, *SCEP*
Michel van Ruyven, *Hollands Lof*

degreiner.scep.nl

DE LONGREAD ONDERSCHIEDT ZICH MOMENTEEL NAUWELIJKS VAN EEN DIGITALE WHITE PAPER

Vormgeving gezocht voor digitale longreads - zoals gevraagd wordt door het Stimuleringsfonds - is een formulering die refereert aan het gedachtegoed van de traditionele uitgeverwereld. Een longread zien wij niet als een vormgegeven stuk tekst dat geschikt is gemaakt voor verschillende mobiele dragers. Dat is min of meer omvormen.

De meeste longreads zien eruit als 'white papers' gelardeerd met wat foto's. De digitale mogelijkheden worden nauwelijks benut, terwijl de creatieve mogelijkheden op dit gebied ongekend zijn. Een gemiste kans omdat je je hiermee kunt onderscheiden ten opzichten van het gedrukte papier.

Snowfall - gepubliceerd door The New York Times - wordt gezien als één van de voorbeelden hoe het zou kunnen zijn. 'Zo gelikt hoeft het weer niet te zijn', valt te lezen in een interview met de oprichters van Fosfor: 'bij ons is de tekst echt het uitgangspunt, het beeld dient enkel als ondersteuning', aldus Van Bergeijk en Nieuwenhuis. Dit is gedacht vanuit een journalistieke wereld, gezien hun achtergrond een begrijpelijk en vertrouwd denkbeeld.

IN EEN LONGREAD KOMT CO-CREATIE MAXIMAAL AAN BOD. WERELDEN WORDEN VERBONDEN

Wij zien de longread als ultieme uitdaging om meerdere werelden met elkaar te verbinden. Niet alleen die van de uitgevers, de journalisten en de auteurs, maar ook vanuit een 'total cross-over' van vormgevers, app-bouwers, fotografen, multimedia-experts, animatiemakers, beeldbewerkers, videomakers, acteurs, muzikanten, communicatie-experts en concept-denkers. Vanuit deze creatieve combinaties ontstaan 'out-of-the-box' nieuwe ideeën en innovatieve oplossingen.

Naar onze ideeën zijn de mogelijkheden van een longread dusdanig groot, dat dit relatief jonge fenomeen ons uitdaagt voor een multidisciplinaire aanpak. Een aanpak waarbij alle werelden samenkomen waardoor je een longread al lezend of luisterend op meerdere manieren en op verschillende mobiele dragers kan beleven. Het gaat om de totale som der delen, ontstaan vanuit ieders professionele discipline.

Co-Create the longread is onze visie. In die zin passen dan ook de mogelijkheden tot interactie van de 'gebruiker'. Niet alleen in de zin van 'liken', 'sharen' en 'pinteresten', maar ook de mogelijkheid bieden om inhoudelijk een bijdrage te kunnen leveren aan een artikel. Het is interessant om een artikel vanuit verschillende (journalistieke) beschouwingen te kunnen ervaren. Een longread leent zich bij uitstek daarvoor omdat haar karakter nu eenmaal verdiepend is en de gebruikte media er geschikt voor zijn.

DE LONGREAD HEEFT DE POTENTIE OM INFORMATIE DICHTER BIJ TE BRENGEN

Wij als Co-Creators zien de longread als één van de vernieuwingen die er toe (gaan) doen. Wij zijn ervan overtuigd dat de manier van presenteren, kennisoverdracht en communicatie steeds vaker op een longread gaat lijken. Jaarverslagen worden hier en daar al op deze manier gemaakt.

De wetenschappelijke uitgeverijen vormen een monopoly op het gebied van het publiceren van wetenschappelijke artikelen. Met hun peperdure abonnementen houden zij de markt gesloten en genieten zij een zekere exclusiviteit. Het ontsluiten van informatie is weliswaar ook een digitaal verhaal, maar de longread is in deze wereld een kort verhaal. Het is er gewoonweg niet.

Zodra de minister bepaald dat wetenschappelijke artikelen voor iedereen gratis (open access) toegankelijk moet zijn, heeft dat verregaande gevolgen voor het huidige verdienmodel. de rede is legitiem: de belastingbetaler betaald indirect aan de wetenschap mee en heeft daarmee ook het recht om de onderzoeksresultaten in te zien. Het concept van een toegankelijke longread hierin uitstekend passen.

De longread is zeer geschikt om een brug te slaan tussen enerzijds de verschillende werelden in de wetenschap, de economie en de politiek en anderzijds het maatschappelijk publiek. Het op deze manier ontsluiten van kennis en informatie, moet gezien worden als een toegevoegde waarde van de longread. Als ontwerper ligt hier een verbindende opgave waarop wij moeten anticiperen.

EEN KRACHTIG CONCEPT VALT OF STAAT INDIEN HET ZIJN AANSLUITING VIND MET DE EINDGEBRUIKER

Door goed om je heen te kijken en te luisteren, weet je als ontwerper wat er ontwikkeld moet worden. Dit is stap één in het ontwerpproces. Vernieuwen en verrassen gaat een stap verder: iets creëren waarvan de eindgebruiker nog niet wist dat hij het nodig had. Dit is precies het terrein waar wij als creatieve sector ons mee bezig houden.

Dat er veel in deze sector gaat veranderen, staat buiten kijf. Andere verdienmodellen zullen gevonden moeten worden, net zoals de muziekindustrie zich herpakt door middel van creatieve initiatieven zoals Spotify en Deezer met als pionier Apple's iTunes. Op filmgebied heb je Netflix die de aanval opent op de gevestigde orde.

Sanoma laat inmiddels zien dat de papieren markt alleen nog stand houdt bij een vaste lezerskern dat vasthoudt aan de papieren uitgave van de Libelle en de Donald Duck. Ook muziek op vinyl bevindt zich in een nichemarkt. De rest zit online.

Terwijl de meeste uitgeverijen - in hun haat-liefde verhouding met het internet - zichzelf steeds in de weg staan, ontstaat er ondertussen een vooruitstrevende beweging van Zelfstandige Professionals, die zich flexibel kunnen en moeten aanpassen aan de dynamiek van de tijdsgeest. Het anticiperen zit hen in het bloed.

DE LONGREAD HEEFT ALS TOEGEVOEGDE WAARDE VOORAL ZIN OP MONDIALE SCHAAAL. WAT IS ER VOOR NODIG?

De template geschikt maken voor multiple languages door een interactieve taalmodule in te pluggen. Het moet bijvoorbeeld voor studenten mogelijk zijn om, als opdracht voor een studie Engels, een longread online te kunnen vertalen. Door internet als medium te gebruiken ben je als uitgever bijna verplicht om een longread ook in het Engels aan te bieden. De lezersmarkt wordt daarmee mondiaal en niet uitsluitend nationaal.

De template geschikt maken voor bronvermeldingen en aanverwante onderzoeken, bijvoorbeeld door te linken naar andere longreads die opgeslagen zijn in een database. Samenwerking met andere uitgeverijen die longreads maken, kan opeens aantrekkelijk worden.

De template geschikt maken voor mensen met dyslexie, omdat deze doelgroep moeite heeft om lange artikelen te lezen. Er is hier een speciaal lettertype voor bedacht dat door de gebruiker gekozen moet kunnen worden. Een audiomodule kan ondersteunend werken door luisterend mee te lezen. Dit bevordert bovendien het leren van een vreemde taal.

EEN TEMPLATE IS GEEN STANDAARD, MAAR EEN MODULAIR CONCEPT

Basis templates hebben het nadeel dat alles op elkaar kan gaan lijken. Daarom is ons ontwerpvoorstel modulaair van opzet, waardoor je uit een pallet van verschillende bouwstenen de longread kan samenstellen. Op die manier kun je onderscheid maken tussen de verschillende smaken die een longread karakteriseert, zonder dat dit afbreuk doet aan de eenheid. We gaan hierbij vanuit dat een journalistiek artikel een andere opmaak heeft dan een wetenschappelijk artikel of een stuk proza.

De basis van de template bestaat uit een aantal kernelementen, die gemeenschappelijk zijn voor meerdere typen van longreads. De onderscheidende modules kunnen worden toegevoegd om de uiteindelijke 'look & feel' van een bepaald type longread vorm te geven.

DUURZAAMHEID ALS CONTAINERBEGRIIP IS NIET VOLDOENDE. WAT IS DUURZAAMHEID?

*“De nieuw bewerkte template dient een duurzaam karakter te hebben en tevens voor andere longreads bruikbaar zijn”, aldus de eis die gesteld wordt door het Stimuleringsfonds. Aangezien het woord duurzaamheid onderhand een containerbegrip geworden is, moeten we als Co-Create Team eerst helder maken wat onder *duurzaamheid* moet worden verstaan.*

De houdbaarheidsdatum van een template wordt bepaald door zijn vermogen om vernieuwingen op het gebied van multimedia op een makkelijke manier te koppelen aan de basisidee. Zo voorkom je dat je de templates steeds moet aanpassen wanneer je ingehaald wordt door de vooruitgang. Duurzaamheid zit hem in het feit dat de basis template flexibel moet zijn met ruimte voor geïntegreerde techniek. Pas dan is er sprake van een duurzaam karakter.

MEAT THE TEAM

De meerwaarde van co-creatie zit in de aanpak van het creëren van nieuwe kansen, verbinden en de kritische houding van de betrokken deelnemers.

Het Co-Create Team werkt vanuit de creatieve broedplaats 'De Greiner' te Haarlem. In deze voormalige huishoudschool zijn vele Zelfstandige Professionals – al dan niet in teamverband – werkzaam. Belangrijke kernwaarden van ons als Co-Create Team zijn vertrouwen, positief zaken doen en de mensgerichte benadering: wat hebben mensen eigenlijk nodig? Wat is de menselijke maat?

Doordat het Co-Create Team in één gebouw zit, kan er snel geschakeld worden en wordt er optimaal geprofiteerd van elkaars specialiteiten. De 'know-how' is groot en de mogelijkheden om nieuwe teamcombinatie's te maken lijkt onuitputtelijk. Binnen 'De Greiner' zijn er vele verschillende disciplines aanwezig. Ieder werkt vanuit zijn eigen vaktechnische niche en visie. Concurrentie bestaat in deze niet, enkel versterking door samen dingen te doen.

Een longread appelleert aan onze overtuiging dat wij maximale invulling kunnen geven aan de behoefte om met elkaar samen te werken in een multidisciplinaire omgeving. Juist vanuit een 'total cross-over' gedachte, kunnen we iets creëren dat de longread op een hoger niveau zal tillen.

Het Co-Create Team
De Greiner

Hans Peter Föllmi, *I see for you*

Terri Mollet, *Bucket Films*

Bas van Vuurde, *Grafisch Ontwerp*

Michiel Vergunst, *SCEP*

Michel van Ruyven, *Hollands Lof*

degreiner.scep.nl