

Ruim 40.000 mensen kwamen naar Hilversum voor Dutch Media Week

Hilversum, 11 september 2018

Met ruim twintig verschillende programma's voor jong en oud, voor makers en publiek, is Dutch Media Week het afgelopen weekend succesvol afgesloten. Het veranderende medialandschap en de impact van media stonden een week lang centraal. De week trok in totaal ruim 40.000 bezoekers. Deze editie richtte zich met zijn programmering, meer dan andere jaren, op jonge makers.



Nieuwe doelgroepen

Makers konden bij deze editie van de week hun vingers aflikken. Tijdens Media Summer Night stond de content van Beeld en Geluid centraal in een aantal experimentele presentatievormen. Honderden, met name jonge bezoekers, genoten van GIF-exposities, VR-films, een kermis vol media-installaties en muziek uit de archieven gedraaid door Red Light Radio. Dit Amsterdamse radiostation was ook te spreken over de samenwerking. ‘Het was een geweldige ervaring om het vinyl archief van Beeld en Geluid in te mogen duiken. In de collectie schuilen ontzettend veel bijzondere platen, ik heb er ook veel dingen ontdekt die ik nog niet eerder kende. Om met platen uit het archief een samenhangende set te mogen maken was een uitdaging en ik ben blij dat het goed gelukt is.’, aldus Orpheu the Wizard, één van de DJ’s.

Naast deze geslaagde avond kwamen veel bezoekers naar de MOJO Conference, een bijeenkomst over mobile journalism (‘MOJO’). Verschillende internationaal gerenommeerde (mobiele) journalisten, waaronder ex-CNN reporter Yusuf Omar, namen het woord en demonstreerden aan ruim 160 deelnemers hoe ze met mobiele apparatuur indrukwekkende reportages hebben gemaakt. Ook de Mobile Movie Days trokken nieuw publiek. Gedurende deze dagen kregen drie Syrische statushouders de mogelijkheid om hun persoonlijke verhalen te vertellen met een op een mobile geschoten film onder de naam My Story. De première hiervan vond zowel bij Beeld en Geluid als live op Facebook plaats.



Families, ouderen en kinderen

Voor families en kinderen stonden de deuren van diverse omroepstudio's open tijdens de Open Studio Dagen. Op het Dutch Media Week Familiefestival vertelden vloggers en influencers als Pip Pellens, Janouk Kelderman, Ismail Ilgun en Nienke de la Rive Box in talks en meet en greets over de manier waarop zij hun leven via social media met hun volgers delen. Jasonas uit Hilversum (11) vond het leerzaam: 'Ik vind het echt wel goed dat jullie dit doen, want ik ga nu wel meer nadenken over wat ik op Insta zet'. Henny Huisman verraste op donderdag 6 september zo'n 25 bewoners van een Hilversums verzorgingstehuis door ze met een bus op te halen en ze mee te nemen naar Beeld en Geluid. Daar werden ze tijdens een uitgebreide lunch getraakteerd op een scala aan iconische televisiebeelden uit hun jeugd.



Meer weten over Dutch Media Week? Kijk op www.dutchmediaweek.nl. Dutch Media Week wordt georganiseerd door Dutch Media Foundation en Beeld en Geluid, in nauwe samenwerking met Hilversum Marketing.



Thomas de Bruin

Medewerker Marketing en Communicatie

T 06 - 20518499

E tdbruin@beeldengeluid.nl

OVER NEDERLANDS INSTITUUT VOOR BEELD EN GELUID

Beeld en Geluid is het instituut voor mediacultuur; een inspirerende, creatieve en toegankelijke ontmoetingsplek

voor zowel particulieren als professionals. Het instituut duidt actuele ontwikkelingen rondom mens, media en maatschappij vanuit mediahistorisch perspectief. Dat doet het vanuit zijn collectie, als mediamuseum, als kennisinstituut en als onderwijspartner. Beeld en Geluid laat zien hoe media zich hebben ontwikkeld in de (recente) geschiedenis, volgt actuele ontwikkelingen en reageert op nieuwe mediafenomenen. Zo levert het instituut een relevante bijdrage aan een open mediacultuur die hoort bij een vrije samenleving.



Nederlands Instituut voor Beeld en Geluidnewsroom