

# Spot What's Hot

A reality game where you spot what's hot irl.

## In het kort

- *Een reality game*
- *Voor jongeren*
- *Verpakt in een app*
- *Met een uitgebreid beloningssysteem*
- *Prikkelt jongeren om bewust en steeds vaker kunst en cultuur op te zoeken*

## Spot What's Hot, de Game

Jongeren weten zelf heel goed wat voor hen cultuur is. Ze filteren als van nature "What's hot and what's not". In de "Spot What's Hot" reality game zetten ze kunst&cultuur dan ook zelf op de kaart. Al buitenspelend met mobiele media, worden ze uitgedaagd om in te checken op bestaande culturele locaties en door te spotten (zien, en delen door middel van geo-taggen) wat zij hot vinden in kunst en cultuur, nieuwe locaties toe te voegen.

Spot What's Hot wordt gespeeld via een application (app), die is geïnspireerd en voortbordurt op het gedachtegoed en de technieken achter en van o.a.

FourSquare, twitter, Blip FM, geo-tagging en geo-cashing, youtube en flickr. Het beschouwt jongeren als ware digital natives\* en speelt in op de wens en behoefte om te delen en te weten waar ze zelf en waar hun vrienden zijn. Er is een uitgebreid beloningssysteem om jongeren te prikkelen te blijven spotten. Het doel? Jongeren bewust maken van wat voor hen kunst en cultuur is en stimuleren om dit te blijven onderzoeken.

## De game: spotten, delen, verdienen, spotten, delen, verdienen

1. Gewapend met blackberry (of andere smartphone, flipvideo, fotocamera) stropen jongeren de straten af op zoek naar the hottest in arts&culture in de categorieën: fashion - design - dance - music - performance - photo/video - film/documentary - poetry/literature - gaming & arts.
2. Spots worden vervolgens met pics, movs en audio samples ge-geo-tagged en daarmee zichtbaar gemaakt op een online kaart (landscape).
3. Onderdeel van het maken van een spot is het toevoegen van een mini recensie (remark) en een aantal tags.
4. Jongeren verdienen punten voor elke spot die ze maken en kunnen extra punten en credits verdienen doordat anderen hun bijdragen waarderen of door deel te nemen aan incentives.

5. Als je als eerste iets spot dan wordt je daarvoor extra beloond. Anderen kunnen het werk ook nog spotten (en taggen) maar niet meer als primeur claimen.

### **Profiel**

In the game hebben jongeren ieder een eigen profiel. In het profiel is het aantal spots te zien en de hoeveelheid punten die ze daarmee hebben verdiend en ook de credits die ze van anderen voor hun bijdragen krijgen. Credits krijgen ze bijvoorbeeld wanneer een medespotter een bijdrage de Thumps-Up geeft (bekend van Youtube) Deze punten en credits zijn onderdeel van een bijzonder belonings- en waarderingssysteem. Punten kunnen worden verzilverd in gratis kaartjes voor concerten, bioscoopbezoek of korting op muziek. En de combinatie van punten en credits levert steeds weer nieuwe badges op. Met jouw verzameling badges kun je jezelf onderscheiden van de rest. Een eerste spot levert bijvoorbeeld de Early Adopter Badge op. Krijg je veel Thumps Up: de FlavourMaker. Slaat een Spotter aan het bloggen en stromen de credits binnen? Dan kan zomaar de Criticaster of de IdeaSpreader binnenvliegen. Niet alle badges zijn op voorhand bij de spotters bekend. Zomaar ineens ontstaat er een Buzz: er is een nieuwe Badge, waarop kan worden gejaagd!

### **Incentives**

Onderdeel van de incentives (opdrachten waar direct beloningen aan gekoppeld zijn) kunnen geo-cashing actige activiteiten zijn en co-creatie opdrachten. Zoals bijvoorbeeld: "Inspireer de *W-Spot What's Hot* community met de hotste filmlink." *Waarbij het filmpje met de meeste Thumps Up extra credits krijgt.* Of "Spot de nachtwacht en maak een visual remark." "Creëer met 10 mede spotters de hotste Street Cretaceous."

### **De doelgroep: jongeren**

Focus ligt op VMBO/MBO jongeren 13-19 jaar, in bezit van een smartphone (Blackberry). Het leven van deze jongeren draait om (social) media: televisie, internet, sms'en, pingen, tv & radio. Ze ontwerpen websites, facebookpagina's en maken zelf muziek. Offline tref je de jongeren in winkelcentra, de bioscoop, de bibliotheek & muziek- en dancefeestjes. Gevestigde kunst & cultuur wordt niet vaak bezocht en ook regelmatig niet begrepen.

### **Doel van het project**

Spot What's Hot geeft jongeren de kans jongerencultuur te definiëren en te (her)profilen; door het zichtbaar te maken, te delen en letterlijk op de kaart te zetten. Daarbij zullen zij spelenderwijs ook kennis maken met gevestigde kunst & cultuur instellingen en zich als (virtuele) gesprekspartner of zelfs co-creator laten zien. Waarbij de game in the end ook nog eens tot een reeks ge-cocreëerde

producties zou kunnen leiden. Jongeren worden gestimuleerd om te ontdekken wat voor hen kunst en cultuur is en dit te blijven opzoeken.

Een bij-effect van de game is het inzicht dat culturele instellingen krijgen in de cultuurbeleving van jongeren en plekken waar zij aan kunst en cultuur deelnemen. Bestaande Hotspots voor jongeren worden zichtbaar en ook het ontstaan van een nieuwe hotspot kan op de voet worden gevolgd.

### **Wat maakt je nieuwe project innovatief?**

*Spot What's Hot* laat jongeren actief en bewust kunst en cultuur beleven. Zij worden daarbij benadert als experts van (hun eigen jongeren) cultuur. En komen tijdens het spelen van the game in de rol van het uitdragen en promoten van dat wat zij als kunst en cultuur bestempelen. *Spot What's Hot* verleidt jongeren om daarnaast ook in hun rol als expert de meer gevestigde kunst en cultuur te gaan bezoeken. Jongeren kunnen een rol gaan verwerven in de cultuur sector door in hun expert zijn te groeien en dat ook naar buiten toe te kunnen laten zien. Jongeren claimen als het ware zelf een stuk van de sector. Waarbij de ultieme claim ligt in het verwerven van een job als producer. In dit laatste onderdeel komen jongerencultuur en gevestigde instelling samen door in cocreatie een productie neer te zetten. *Spot What's Hot* zet daarbij de kracht van uiteenlopende succesvolle en bestaande apps in.

### **Waarom is de inzet van web2.0 belangrijk?**

De jongeren van tegenwoordig worden gezien als 'digital natives' voor wie de onderlinge verbondenheid via het internet een gegeven is en die het delen van links, filmpjes en 'status-updates' de normaalste zaak van de wereld vinden. Door ongekend snelle technologische vooruitgang, is het makkelijk en goedkoop geworden om zelf belangwekkende 'content' te produceren en te verspreiden maar vooral ook te delen via social media als Youtube. Deze nieuwe mogelijkheden van web 2.0 zijn bij het werken met en voor jongeren een gegeven geworden waarop je wel moet inspelen.

### **Welke expertise heb je nodig bij het uitwerken van je project(plan)?**

- Het technisch uitwerken en ontwikkelen van de App.
- Aangaan van strategische allianties met culturele instellingen, (social) media partners en experts op het gebied van jongeren participatie. Zoals bijvoorbeeld het Concertgebouw, HMH, Bijlmerparktheater, Stadsschouwburg, MTV en Facebook en CJP.