



Contentcreatie anno 2019

Er gebeurt veel in de mediatechnologie. Zowel op consumentengebied als op professioneel en creatief niveau. Radio-, televisie- en Internet streamingproducties zijn volop in ontwikkeling. Deels is dit onlosmakelijk verbonden met de brede ontwikkelingen in ICT, event-industrie en AV-industrie. Een blik op de stand van zaken én de nabije toekomst.

Door Arnout van der Hoek, Media Assist

De individuele consument is de eindgebruiker van de vele radio-, televisie- en internetproducties. Het gedrag en gebruik van media content is sterk aan verandering onderhevig. De afgelopen jaren is het audiovisueel gedrag van de consument sterk gestuurd door technische innovaties. Nadat menig gebruiker zich heeft laten overweldigen door al deze nieuwe mogelijkheden, begint men zich langzaam aan te passen aan de nieuwe situatie. Dat nieuwe technologie ook kan leiden tot maatschappelijke veranderingen, daar heeft George Orwell ons al meer dan zeventig jaar geleden voor gewaarschuwd. Het zou naïef zijn techniek de schuld te geven van ons handelen. Het gemak waarmee de consument zijn data beschikbaar stelt aan grote ondernemingen is onderwerp van veel discussies.

KIP OF EI?

In hoeverre deze ontwikkelingen bijdragen tot nieuwe contentproducties is een ander verhaal. Storytelling op wat voor device dan ook en op welke plaats en moment in de tijd, geeft hoogstens versplintering van het aanbod. Veel van de innovaties voor consumenten hebben voor aanbieders en makers van content met name een verandering in marketingstrategie teweeggebracht. Marketing lijkt wel een hele prominente rol te worden toegekend. Het is een lege huls zolang het niet verbonden is aan een goed product of interessante content. Marketing lijkt me nog steeds het ei en de contentcreator de kip.

CONTENTCREATORS

Producties worden steeds breder aangeboden op de verschillende pijlers in het medialandschap. Maar de productiemethode van storytelling is veel minder aan verandering onderhevig. Waarbij men eerst dacht dat de verhalenvormen veel interactiever en fragmentarisch zouden worden, zijn vooral de platformen waar content wordt aangeboden meer gespreid en is de hoeveelheid korte content voor specifieke doelgroepen flink toegenomen. Ook het meer gebruik maken van content van gebruikers zelf, user generated content, heeft lang niet zo'n vlucht genomen als eerst werd gedacht. Er zijn wel vanuit gebruikers-

groepen contentcreators opgestaan die met vlogs de wereld willen veroveren. Hoewel er zo een nieuwe vorm van content is ontstaan, die vooral via Googles YouTube zijn weg vindt, is dit nauwelijks user generated content te noemen. De vlogs zijn populair bij de jongere doelgroepen door hun rauwe authenticiteit en relevantie voor de kijkers. Echter als de populariteit van een vlogger stijgt, dalen juist deze waarden. De vlogger moet dan van hele goede huize komen en continu iets origineels weten te bieden. Enkele weten zo uiteindelijk een sterrenstatus te bereiken. En eigenlijk doen ze dan niet onder voor BN-ers bij traditionele contentcreators.



MULTIMEDIAAL

Bij traditionele televisieproducenten heeft men, om te innoveren, in eerste instantie ingezet op multimediale concepten. Redelijk succesvol zijn de mobiele apps om te participeren in live shows, de spin-offs op internet zoals de aftertalks en het uitgesteld kijken. Uitgesteld kijken, oftewel Video-On-Demand, is natuurlijk gewoon lineair kijken. Dit kost de aanbieder nauwelijks inspanning en het verandert niet zoveel aan de productie. Wel hebben de platforms veel succes met Netflix en het Nederlandse Videoland. Met de aftertalks of 'verder kijken op internet' is iets bijzonders aan de hand. Televisie blijkt toch bij uitstek een massamedium. Het zeer populaire game format 'Wie is de mol' haalde bijvoorbeeld op 12 januari ruim 2.8 miljoen kijkers. De aftertalk hiervan, Moltalk, is zo populair

dat het al enige jaren op TV wordt uitgezonden. Het haalde op dezelfde datum 1.1 miljoen kijkers. Het is de vraag of Moltalk ook dit bereik zou hebben op alleen internet. Met de meeste aftertalks wordt minimaal geïnvesteerd in mensen en middelen. En in plaats van te investeren in het uitproberen van nieuwe vormen wordt er meestal terugvallen op een uitgekleden vorm van een TV-format. Het succes is navenant.

BREED

Het aanbod van content is wel enorm gegroeid. Met name doordat er naast de traditionele televisie- en filmproducenten de contentmarkt ook is uitgebreid naar de institutionele en business-to-business markt. Van onderwijs en uitgeverijen tot aan multinational en mkb wordt er content

gemaakt en verspreid. Er komen ook steeds meer producties bij die zich primair richten op internet, zoals Stuk TV op het gebied van balorig amusement of het maatschappelijk activistische en zeer populaire #Boos van Tim Hofman. Het essentiële verschil zit hem in deze producties niet in de vorm van produceren, maar vooral in de omstandigheden en voorwaarden waaronder de clips tot stand komen. En grote groeiende specifieke op internet gerichte producties zijn de E-games. Hier kijken enorme aantallen mensen naar en zijn er grote belangen voor de game industrie en sponsors.

CAMERA'S

De mediatechnologische ontwikkeling voor content creation en verwerking speelt zich met name af in de IT-technologie. De ontwikkeling op gebied van software, servers en verbindingen. Maar ook blijven de steeds hogere resoluties zoals 4K en 8K zich maar verder ontwikkelen. Bij producties zien we wel grote verschillen in gebruik en kwaliteit. Een 4K opname met een mobiele telefoon is toch echt wel iets anders dan een 4K opname met bijvoorbeeld een digitale Arri filmcamera. Bij hoogwaardige producties zoals de speelfilm Bohemian Rhapsody is subtiel gebruik gemaakt van de mogelijkheden van de nieuwe camera's. De omvang van kleur en lichtcontrasten inspireerde de makers tot soms heel intieme cameravoorring. Maar ook bij de al genoemde populaire spelshow 'Wie is de mol' is duidelijk goed camerawerk afgeleverd met hoogwaardige camera's. In deze productie wordt veelvuldig gebruik gemaakt van action camera's en drones. Maar aan het eindkwaliteit is te zien dat hier met grote zorgvuldigheid is gewerkt.




#PASSION
FORGRIP

The Voice
MOVIEBIRD 52 MET
FLIGHTHEAD MINI
RENTALS@EGRIPMENT.NL



EGRIPMENT SUPPORT SYSTEMS

Follow us on:    

WWW.EGRIPMENT.COM



End-to-End
Video Over IP
SIMPLY BETTER



NewTek systems are used by over 80% of Fortune 100 companies.

Our complete End-to-End IP video work-flows with NDI® provide seamless and simplified production, from acquisition to production to delivery.

See how the world leader in IP video can ensure the most pristine, efficient, and cost-effective video solutions for your company.

© 2019 NewTek, Inc. All rights reserved. NDI, TriCaster, 3Play, TalkShow, Video Toaster, LightWave 3D, and Broadcast Minds are registered trademarks of NewTek, Inc. MediaDS, Connect Spark, LiveGraphics, LightWave, and ProTek are trademarks and/or service marks of NewTek, Inc.

In de afgelopen jaren is het 'filmisch filmen' binnen het bereik gekomen van vele contentmakers. De opkomst van de DSLR als videocamera met fotolenzen heeft gezorgd voor prachtige content, maar ook voor veel mislukte projecten. Technische specificaties zoals brandpunten van lenzen en pixel resoluties en codecs zeggen niet alles. Uiteindelijk telt het resultaat. Techniek is een middel en niet een oplossing. Het is een ambachtelijk vak, dus kennis en vaardigheden zijn belangrijk. Opvallend is dat goed gereedschap, zoals een goede professionele camera, nog steeds het verschil maakt.

HOGES RESOLUTIE

Hoge resoluties zoals UHD en 4K worden nu ruim ingezet in producties. In vele gevallen om uiteindelijk op te leveren in HD. Dit geeft tijdens de acquisitie meer mogelijkheden in licht- en kleurdiepte, maar geeft ook mogelijkheden om het kader tijdens montage bij te snijden. Een veel gebruikte methode bij het maken van interviews is om een second unit, een tweede camera op 4K mee te laten lopen. Met dit tweede shot kunnen dan tijdens de montage meerdere uitsneden worden

gemaakt. Van een ruim shot naar een close. In live producties is men ook steeds meer geïnteresseerd in het gebruik van hoge resolutie camera's. Behalve om uit een vast shot meerdere uitsneden te schakelen kan men ook beweging simuleren. Zolang de beeldmixer dit tenminste toelaat. Bij een voetbalveld kan van een vast totaalshot een uitsnede van het halve veld worden gemaakt. Vervolgens kan in een kleiner kader van links naar rechts worden gepant. Overigens is ook hier de ervaring dat kleine 4K camera's direct kwalitatief door de mand vallen. Naast 4K wordt er al geëxperimenteerd met 8K resoluties.

EXTENDED REALITY

Een andere toepassing die langzamerhand in ontwikkeling wordt genomen is Extended Reality. Extended Reality of XR is een combinatie van virtual en augmented reality. De grote uitdaging in het gebruik van XR of AR is het uitlijnen van de camera met de virtuele content. De combinatie moet precies kloppen. Een kleine niet ingecalculeerde verschuiving van de camera kan die mix verpesten. Ook blijkt dat het aanpassen van virtuele layers in bepaalde

systemen nog allesbehalve eenvoudig is. Extended reality is de combinatie en verzamelnaam van virtual, augmented en mixed reality. In een virtuele studio plaatst men een live object, bijvoorbeeld een presentator, in een virtuele omgeving. Bij augmented plaatst men virtuele objecten in een echte omgeving en in mixed maakt men een combinatie. De eerste pogingen tot virtual en daarna augmented reality gaven nog een behoorlijk slechte game ervaring op televisie, maar tegenwoordig begint het steeds mooier en vooral ook smaakvoller te worden.

Behalve bij grote televisieproducties zoals Ziggo F1 en Talpa gameshows begint het ook interessant te worden voor kleinere producties. Er zijn meer mogelijkheden dan alleen het plaatsen van virtuele decorstukken in de studio. Een Deense producent liet zien hoe een handbalwedstrijd werd besproken door de spelers die virtueel bovenop een platliggend beeldscherm stonden. De commentator kon de spelers met haar hand verplaatsen. Bij postproductie worden augmented titels in sommige producties al gebruikt. De titels lijken dan





DUTCHMULTICAM

Outside Broadcast Van · Multicam PPU · ENG · Edit

DMC
REGIEWAGEN



DMC
COMPACT REGIE



Meer weten over alle mogelijkheden?
Wij denken graag mee!

info@dutchmulticam.nl

+31 (0)6 247 297 28

dutchmulticam.nl

Scriptsync in MediaComposer



gekoppeld aan de omgeving en bewegen bijvoorbeeld mee met een persoon of object. Hier worden vaak zogenaamde tracking-tools voor gebruikt. In de postproductie moet eerst de 'tracking' worden berekend en vervolgens moet de titel die men erop plaatst worden gerenderd. Het is nu al deels mogelijk om dit live te doen in live productie. Rekensnelheden en algoritmes worden steeds vlotter.

ANALYSE TOOLS

Ook analyse tools voor beeld worden steeds populairder en kunnen door steeds snellere processoren steeds meer realtime. Al een paar jaar laat Snapchat die in hun eigen algoritme op gebruikersniveau al zien. De tool herkent gezicht, ogen en mond en plaatst snorren, baarden, hoeden en gekke petten in realtime op iemands hoofd. Onlangs is er weer geschokt gereageerd toen iemand aantoonde hoe makkelijk het was om bijvoorbeeld het hoofd van Jennifer Lawrence te vervangen voor het gezicht van Steve Buscemi. Animatie van gezichten en mondexpressie lopen synchroon. Het is ook mogelijk om iemands stem te captureren en deze vervolgens andere woorden te laten zeggen. Het zou best kunnen dat we binnenkort geen chromakey of greenscreen scherm meer nodig hebben om iemand als het ware los te knippen van de achter-

grond. Met dit pixel-based analytics wordt al geëxperimenteerd. Zo had het Spaanse Brainstorm twee jaar geleden al een demo op de NAB waarbij een presentator vanuit de studio virtueel het voetbalveld op loopt. Behalve allerlei slimme shading technieken is er vervolgens te zien hoe spelers van het veld aflopen en voor de presentator langs het veld verlaten. Alsof hij daar daadwerkelijk staat dus.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Het analyseren van beeld, het herkennen van objecten, wordt steeds meer ontwikkeld in zelf lerende systemen, ofwel artificial intelligence. Bij GBlabs heb ik al een realtime versie systeem gezien dat op een druk kruispunt in London tientallen verschillende verkeersdeelnemers kon herkennen en tegelijkertijd kon volgen. Behalve in de beveiligingswereld kan dit een enorme impact hebben op contentproductie. Het live interpreteren van beelden en daar vervolgens actie op laten ondernemen kan in special effects. Het is al mogelijk om met behulp van AI systemen in video-opnames voorwerpen en mensen te laten herkennen of gesproken woord te analyseren. Deze data kan vervolgens aan de mediafiles worden gekoppeld. Zoeken op een bepaalde uitspraak of naar bijvoorbeeld een beeld als 'Rutte op de fiets' wordt zo eenvoudig.

Toepassingen op gebied van ondertiteling zijn al deels in gebruik en Avid MediaComposer heeft al enige jaren Scriptsync in zijn video editor zitten. Daarmee wordt het tekstschrift gesynchroniseerd met de opnames. Dit werkt vooral met Engelstalige producties. Voor een 'kleine taal' als het Nederlands is het voornog te duur om daar specifieke algoritmes voor te schrijven. Met de opkomst van artificial intelligence is dit waarschijnlijk opgelost. De koppeling van technieken zoals AI, 3D mapping en interessante ontwikkeling op het gebied van de human interface, zoals gesture en bio-adaptive, zullen de komende tijd leiden tot nieuwe tools voor content productie.

IP

Als laatste is 'connected' nog steeds het grote onderwerp op de verschillende vakbeurzen. In de postproductie wordt al jaren gebruik gemaakt van IP infrastructuur, servers, pc's en werkstations. In live productie wordt langzaam maar zeker IP infra geïmplementeerd. Zowel bij audio-over-ip als bij video-over-ip worden er goede resultaten behaald. Voor distributie wordt er ook gekeken naar wireless. In het komend jaar wordt verwacht dat 5G, Li-Fy en IPv6 kunnen gaan zorgen voor flexibele en snelle netwerken om de breedbandige datastreams te kunnen verwerken. Een goede voorloper op dit gebied blijkt NDI te zijn, dat al met huidige netwerken goede resultaten weet te behalen. Op de beurs ISE 2019 was goed te zien hoe dit video-over-ip protocol werd opgepakt en geïmplementeerd in allerlei toepassingen bij verschillende fabrikanten.

Hoewel er verschillende goed werkende systemen zijn, zowel op audio- als video-gebied, is er bij complexe installaties nogal eens sprake van 'cutting-edge' technologie. Hierbij is kennis nodig vanuit zowel de mediatechnologie als de IT-technologie. Dit is een nieuw gebied waar hier en daar nog zwarte gaten vallen. Maar op gebied van efficiency en duurzaamheid en vooral de groei aan mogelijkheden is dit zeker de moeite waard.