



# DE GENERALISTEN EN SPECIALISTEN

**Grote producties, kleinere varianten. Doen we het met grote teams vol specialisten? Of combineren we de specialisaties in een kleiner team? Een nadere blik op het verschil en de overeenkomsten tussen de generalisten en de specialisten.**

**Tekst:** Arnout van der Hoek

**I**n de AV-industrie, van festivals tot tv-uitzendingen, zijn er allemaal specialisten. Mensen die zich hebben gespecialiseerd in een bepaald vak. De belichter, de geluidstechnicus, de camera-operator, de editor. Daarnaast zijn er aan de inhoudelijke kant bijvoorbeeld de producer, de regisseur, de researcher, de art-director en de journalist. In high-end producties zijn de taken scherp verdeeld en zijn de kennis en kunde heel specifiek. Maar in evenveel producties, meestal kleinschaliger, worden de verschillende specialisaties gecombineerd. Dat is een logisch gevolg om ook in kleinere teams zaken gedaan te krijgen. Kleinere teams hebben zo hun voordelen. Ze kunnen sneller bewegen, beslissingen zijn sneller

gemaakt en ze zijn flexibel. Soms wil men meer rauwe content, soms wil men hoge kwaliteit en prestigieuze producten.

## CONCESSIES

In content videoproductie is een al langlopende trend om met kleinschalige teams te werken. Het zijn bijna solistische projecten, of ook wel Do-It-Yourself producties. Taken moeten dan worden gecombineerd. In heel wat gevallen is zo'n team bijna teruggebracht tot één persoon. De vraag is of dit een probleem is en of op deze manier de kwalitatieve doelstellingen worden gehaald. Het heeft echter zijn bestaansrecht bewezen en sluit aan op een bepaald segment in de markt, die van contentformats die vooral

ook online worden gepubliceerd. Een bekende format-trend in dit kader is de vlog. Een zichzelf filmende influencer. Het bedenken, produceren en maken van de clip komt zo in één hand. Vooral vlogs die dicht tegen reality aanliggen zijn zo succesvol. Opvallend is wel dat als een specifieke vlogger succesvol wordt, de productie weer uitgroeit naar de meer universele vorm van tv-productie. Hoe vaardig een bepaalde solistische producer ook is, men kan nu eenmaal niet alle ballen evengoed in de lucht houden. Als eenling moet men concessies doen of heel veel tijd hebben.

## TIJD

Producties begroten, met name voor online content, kan men goed afmeten



naar de inspanning die nodig is om deze productie te maken. Hoewel je voorzichtig moet zijn met generaliseren, zijn de kosten van arbeid een belangrijke begrotingspost. Er is een algemene indruk dat apparatuur in onze industrie nogal kostbaar is. Maar vergeleken met andere sectoren is AV-apparatuur tegenwoordig relatief goedkoop. Het maken van video-content is echter nogal arbeidsintensief. Het is ook een rekensom in tijd. Stel, er moet een professionele online clip worden gemaakt van zes minuten en dit wordt gemaakt door één persoon. Daar is deze persoon misschien wel drie dagen fulltime mee bezig. Dus 24 uur voor zes minuten screentijd. En dan heb je dus pas één clip in drie dagen. Uiteraard zijn er nogal wat vormen en dit is slechts een voorbeeld. De clip moet eerst bedacht worden en daarna moeten er misschien nog zaken geregeld worden. De locatie, mensen, props, techniek enzovoort. Redactie, research en productie gecompri-meerd op één dag. Vervolgens moet het worden opgenomen. Als men ook nog naar een locatie moet, kan men hier zo maar acht uur mee bezig zijn. Camera, geluid, belichting, interviewer en regisseur in één persoon. Daarna moeten de opnames nog worden gemonteerd, het geluid bewerkt worden, titels en graphics worden gemaakt, colorstyling worden gedaan en worden geëncodeerd voor upload.

### REPETEREND

Videocontent maken kost tijd en voor online content zijn er zo formats ontstaan waar de productietijd zoveel mogelijk kon worden gereduceerd. De oorspronkelijke vlog is daar eigenlijk het basisvoorbeeld van. Wat wordt gefilmd wordt ook bijna integraal uitgezonden, rauwe content, het reality format. Wat ook veel wordt gedaan is de opnamen beperken tot één ruimte, een studio en daar alles zich te laten afspelen. De meeste succesvolle online studioshows bestaan vaak uit één of twee personen die samen onderwerpen en thema's behandelen. Vaak niet meer dan twee pratende personen, ofwel radio-met-een-plaatje. Deze vorm wordt veel gebruikt in gadget-channels, unpacking, game channels, make-up enzovoort. Een live- of semi-live studioprogramma vraagt natuurlijk meer voorbereiding. De kunst is het format strak te organiseren, zodat het makkelijk herhaalbaar is en technisch voorspelbaar. Zo is de techniek makkelijk te bedienen en is het inhoudelijk een kwestie van het invullen van de vakken. Heeft men een repeterend format, dan is de techniek ook door minder hoogwaardige specialisten te bedienen.

### JONGE GENERATIE

De huidige jonge professionele generatie is opgegroeid met deze producties. Ze zijn ook opgegroeid met de laagdrempelige toegankelijkheid van AV-techniek. Zelf maken van videoclipjes op middelbare school en deze publice-

ren is algemeen geworden. Hiermee is ook de huidige generatie contentmakers volwassen geworden. De techniek is meegegroeid en aangepast. Waar eerst nog een strikte scheiding was tussen het verhaal bedenken en dit verhaal opnemen, inhoud en techniek, is nu een groep ontstaan die behoorlijk aan beide zijden kan meelopen.

### ALLEMAAL PROFESSIONALS

Een solitaire verhaalmaker, die van begin tot eind de clip moet maken, zal, om de deadline niet te overschrijden, niet te diep kunnen specialiseren. Als je een interview op locatie moet voorbereiden en camera, licht en geluid moet opzetten, zal het een uitdaging worden om overall het maximale uit te halen. Deze makers zijn daarom vaak generalisten. Ze hebben een brede kennis van alle disciplines, maar het is niet eenvoudig om in alles uit te blinken in de gegeven tijd. Met specialisten werken kan in mijn rekenvoorbeeld dertig procent meer tijd kosten. Maar dan is er dus meer aandacht voor het detail. Het hoeft niet minder efficiënt te zijn. Tenslotte kunnen experts met ervaring sneller en beter hun deeltaak uitvoeren. Er zijn high-end en grote producties en er zijn hele charmante interessante kleine producties. Er is een enorme verbreding van de markt. Van een Netflix-dramaproductie tot Vlog. Het zijn allemaal professionals, maar niet allemaal specialisten. <

