



Derde pijler?

Licht, geluid.....én video!

Vroeger was het simpel. Bij een evenement had je twee essentiële dingen nodig: licht en geluid. Het waren de twee onmisbare pijlers bij elke show en zijn dat eigenlijk nog steeds. Alleen moet het tweetal meer en meer een derde belangrijke drager naast zich dulden. Video groeit namelijk steeds verder tot de derde pijler, voor zover het dat nog niet is. We vroegen het vier kenners.

Volgens Bart van Rooy, als technisch regisseur werkzaam bij het bedrijf Addikt, gaat het met video de goede kant op, al verschilt het volgens hem uiteraard nog erg per evenement. "Verschillende productiebedrijven besteden inmiddels steeds meer aandacht aan video. Technisch gezien zijn de mogelijkheden al eindeloos, maar de implementatie in een productie vereist nog wel wat extra aandacht. Video is op dit vlak erg aan het groeien. Het 'de derde pijler' noemen is misschien nog iets aan de enthousiaste kant, maar dat gaat het zeker wel worden." Bush Cherroud (XL Video) is het daar in grote lijnen mee eens: "Video is inderdaad een steeds belangrijker onderdeel geworden in de evenementenbranche. Niet alleen om beelden uit te vergroten of weer te geven, maar ook

als licht- en decorelement. Door de evolutie van de LED-technologie kan de LED gebruikt worden als onderdeel van een scherm, maar ook als lichtpunt. Door grote videovlakken te creëren kan het ook als dynamisch decor gebruikt worden."

Budget

Een veelgehoord geluid onder 'videomenzen' is dat video bij evenementen nog te vaak ondersteunend gebruikt wordt. "Het zou inderdaad veel vaker meer een toegevoegde waarde kunnen zijn", beaamt John van der Star (Phase One). "Het hangt natuurlijk allemaal van de budgetten af en bovendien verschilt het evenement nog sterk. Als je bijvoorbeeld kijkt naar Sensation, dan zie je dat daar wel het nodige voor wordt uitgetrokken om-

dat het dan ook echt als showelement gebruikt wordt." Volgens Bart van Rooy gaat het met de budgetten voor video langzaam maar zeker de goede kant op: "Men is steeds vaker bereid om voldoende budget uit te trekken", zegt hij. "Video is een vrij kostbaar onderdeel van een productie, al helemaal als het niet ten volste wordt benut. Er komt veel bij kijken om een kwalitatief en passend beeld op een scherm te krijgen. In het verleden werd vaak vergeten dat er meer dan een scherm nodig is om een plaatje te laten zien. Zo is er apparatuur nodig om content af te spelen en moet er ook content zijn die past bij de gekozen apparatuur en opstelling. Bij video op een productie krijg je te maken met meerdere bedrijven die samen een resultaat moeten creëren en ook hier gaat ex-

tra. Video eist dat je op tijd begint met het bepalen van de sfeer en het imago dat je neer wil zetten. In de aanloopfase, voorafgaand aan de uiteindelijke productie, moet er al tijd voor worden ingepland en dat wordt nog wel eens over het hoofd gezien."

Verhouding

Ook videokunstenaar Bart Clement meent dat de meerwaarde van video steeds meer wordt gezien: "Naar mijn gevoel wordt er al behoorlijk wat budget gereserveerd voor video, maar de verdeling is in mijn ogen niet altijd goed. Wat veel gebeurt is dat er fortuinen aan LED-schermen worden besteed, maar dat het 'videocontent-verhaal' nogal verwaarloosd wordt. Dat terwijl juist de kracht van de content het plaatje uiteindelijk maakt. Niet de hardware, maar de juiste invulling ervan dus. Je ziet bijvoorbeeld situaties waar meer dan 100.000 euro besteed wordt aan het huren van LED-schermen en waar dan voor 10.000 euro staat voor het maken van content. Vaak worden gewoon standaard dingen uit een Pandora of andere mediaserver gebruikt. Ook zie je veel zogenaamde 'juicedrops', korte clipjes van een paar seconden die online uit library's gekocht worden. Het is hetzelfde als een prachtig mooi schildersdoek kopen, maar dan helaas geen geld meer over hebben voor de verf." De balans tussen videohardware en videocontent is nog vaak zoek, meent Clement: "Producenten zouden zich meer bewust mogen worden van het feit dat de aanmaak van videocontent dikwijls een arbeidsintensief gebeuren is, waar veel tijd en mankracht voor nodig is. Maar de juiste videocontent kan wel een heel krachtig element zijn in een evenement."

Bewustwording

Met de opmerking dat de verhouding tussen de hardware en de content vaak zoek is, snijdt Bart Clement een interessant punt aan. John van der Star is het met hem eens: "Er kan in mijn ogen zeker veel creatiever met video worden omgegaan. Bovendien wordt er te vaak te veel gekopieerd. Voor een deel is het ook te wijten aan het feit dat klanten niet weten wat er allemaal mogelijk is met video." Ook Bart van Rooy ziet dat vaak veel creatiever én effectiever met apparatuur omgegaan kan worden. "Het ontstaat ook vaak uit een gebrek aan tijd. Zeker het stuk creativiteit kost namelijk behoorlijk wat tijd. Er moet tijd zijn om over dingen na te denken, dingen uit te proberen en dingen te testen voor je ze daadwerkelijk gaat inzetten op een productie. Met deze noodzakelijke tijd is vaak geen rekening gehouden en daardoor wordt apparatuur niet maximaal benut. Echt zonde, want het is wel degelijk mogelijk!" Volgens Bush Cherroud is er op dit gebied wel een proces van bewustwording aan de gang: "Zowel licht- en videotechnici als designers zien de mogelijkheden van de technologie en proberen hier volop gebruik van te maken. Dat is een leerproces. Hoe meer ervaring men opbouwt, hoe meer men ook uit de techniek kan halen."

Evolutie

Eén van de ontwikkelingen op het gebied van video is de ontwikkeling van LED. "En daar is al heel wat mogelijk mee", vertelt Bart Clement. "De technische evolutie van LED is veelbelovend, zeker wanneer men ook nog eens na gaat denken



over LED-schermen met organische vormen. Dat is namelijk wel welke kant het op gaat. Weg van vierkanten, cirkels en rechthoeken en weg van het vlakke scherm. LED gaat veel sculptuurachtigere vormen aannemen. Het wordt meer een oppervlaktebehandeling van een deel van een set." Volgens Bart van Rooy zijn er op LED-gebied al veel meer mogelijkheden dan er op dit moment worden benut: "Er zijn steeds meer LED-systemen die modulair worden opgebouwd, de LED-bouwstenen worden kleiner en er kan dus steeds meer mee gedaan worden. WE zijn voorlopig nog niet uitgedrukt en er komen nog steeds nieuwe vormen en systemen bij." Toch is het goed te beseffen dat er natuurlijk nog veel meer mogelijkheden zijn dan LED alleen, hoe 'hot' het op dit moment dan ook mag zijn. "Er bestaat ook niet zoiets als 'dé LED'", benadrukt Bush Cherroud. "Afhankelijk van de toepassing kan gekozen worden voor een bepaald type LED. Resolutie en beeldkwaliteit zijn belangrijke criteria. Voor bepaalde toepassingen is LED door zijn hoge lichtopbrengst uiterst geschikt, voor bepaalde situaties is het beter om met projectie te werken." Dat benadrukt ook John van der Star: "Ook met andere dingen dan LED kun je heel mooie

dingen doen. Het heeft wel een grotere lichtopbrengst, maar is zeker niet altijd mooier, zeker niet wanneer je ook kijkt naar de nieuwe HD projectoren van tegenwoordig."

Eenheid

Volgens Van der Star zal video in de toekomst steeds meer als effect gebruikt gaan worden. "Dat gebeurt dan al dan niet in combinatie met licht en andere effecten", zegt hij. "Het hangt natuurlijk ook af van wat je op de schermen laat zien, want daarin is de creativiteit ook vaak ver te zoeken. Veel te vaak zie je dezelfde visus als voorbij komen." Bush Cherroud ziet in de toekomst vooral een convergentie van video en licht ontstaan: "Dat wil zeggen dat vele lichteffecten vervangen zullen worden door video-LED (strips, blokken). Aanstuursystemen gaan steeds belangrijker worden en dat geldt ook voor de aanmaak van beeldmateriaal. Wij proberen als XL Video altijd mee te denken vanaf de conceptuele fase van een project. We hebben een eigen videoserver die alle verschillende videosystemen kan aansturen en hebben nauwe banden met verschillende contentproviders." Ook Bart van Rooy ziet een duidelijke ontwikkeling in de markt:

"Ik denk dat de belangrijkste ontwikkeling op dit moment is dat video, licht en geluid een eenheid worden. Als al deze drie elementen samenwerken, zijn de belevingen een stuk intenser. Dit vergt echter een grote discipline van alle bedrijven die meewerken; ze moeten eigenlijk weten wat mogelijk is bij elkaar. Dat betekent dat veel overleg nodig is en dat er eigenlijk ook gewoon veel uitprobeerde moet worden. Dan is mijn ervaring dat alle drie de pijlers elkaar naar een hoger niveau tillen en dat uit alle drie het maximale gehaald kan worden. Dat is natuurlijk top. Wij proberen zelf op veel verschillende manieren duidelijk te maken dat video aandacht en tijd nodig heeft in een productie fase. Door opdrachtgevers mee te nemen in onze werkwijze en in het normaal Nederlands uit te leggen wat er allemaal nodig is, ontstaat er steeds meer begrip voor alle processen die nodig zijn om tot een kwalitatief en passend geheel te komen. Video is enorm aan het groeien en ik denk dan ook dat we de komende jaren steeds meer en mooiere dingen van video gaan zien."

Op de foto's: Mistrup als videoscherm, decor én lichteffect bij George Michael (XL Video)