

Adobe Story

SCRIPT-ONTWIKKELTOOL DIE GELD OPLEVERT

Enige tijd geleden besloot Adobe te onderzoeken welk programma het meest gebruikt wordt om scripts te schrijven. Het antwoord: Microsoft Word. Dat moest een stuk handiger kunnen en het resultaat van die gedachte is in de vorm van script-ontwikkeltool Adobe Story te vinden op Adobe Labs, de online testomgeving van Adobe. Uit een gesprek met Adobe's Klaasjan Tukker blijkt bovendien dat het niet voor scriptschrijven alleen een stuk handiger is. De metadata die gedurende het proces aan je script worden toegevoegd zijn aan het eind van de rit namelijk keurig opgeslagen. Handig bij zoeken achteraf bijvoorbeeld, maar ook voor gerichte advertising bij online content, om maar eens wat te noemen. "Video wordt toegankelijk gemaakt voor machinale toepassingen en er kan dus op een andere manier in gezocht gaan worden. Adobe Story zet content in de scripts automatisch om in relevante metadata die gebruikt kunnen worden in de hele digitale workflow van Adobe", aldus Tukker.

De publieke testversie van Adobe Story werd al tijdens de IBC in september 2009 aangekondigd, maar AV & Entertainment Magazine toog naar Amsterdam voor een persoonlijke introductie door Klaasjan Tukker. Eén van de grote vragen die doorgaans worden gesteld is volgens hem: 'hoe ga ik geld verdienen aan videocontent?'. Geen onbelangrijke vraag natuurlijk. Je ziet de wereld veranderen. Steeds meer beeldmateriaal komt online terecht, met Youtube en een Amerikaans initiatief als Hulu als bekende voorbeelden. Langzaam maar zeker komen al die mogelijkheden ook naar de huiskamer. Tukker: "Je ziet dat portalen als Hulu goed zijn in het verweven van advertising met de door hen aangeboden content. Punt is alleen wel dat je moet weten waar de video die je online zet over gaat. Het is gewoon een blok data waarvan je de inhoud niet automatisch weet en daar wilde Adobe met Story verandering in aanbrengen."

Automatisch

De metadata moesten gebruikt gaan worden voor het toegankelijk maken van het videomateriaal. In de gebruikelijke productieworkflow moet al die informatie achteraf nog worden toegevoegd om het later zo toegankelijk mogelijk te maken. "En dat terwijl er daarvoor al veel processen hebben plaatsgevonden", benadrukt Tukker. "Er is al een script geschreven, de editing heeft plaatsgevonden, er is al audionabewerking geweest. Met name bij het schrijven van het script is er al heel veel informatie vastgelegd, die je uiteindelijk in beeld ziet. Zou het dan niet handig zijn als die informatie al automatisch als metadata aan de video wordt gehangen? Ja dus – en dat is dan ook één van de dingen die Adobe Story doet." Je kan pas geld verdienen met relevante advertising als je weet wat zich in een bepaald shot afspeelt. Dat weet je door

ervoor te zorgen dat de benodigde informatie bij het shot terecht komt. Met Adobe Story gebeurt dat dus automatisch. Het scheelt veel tijd en zorgt voor lagere productiekosten.

Lagere productiekosten

Adobe Story kent online en offline samenwerkingsmogelijkheden en wordt geïntegreerd met andere Adobe-producten, waaronder toekomstige versies van de Adobe Creative Suite-productfamilie. Eenvoudig gezegd is het mede ontwikkeld om efficiëntere videoproductie-workflows te creëren, tegen lagere productiekosten. Het scriptschrijven op zich is kinderlijk eenvoudig in Adobe Story. Karakters, settings, shots en dialogen worden makkelijk aangemaakt en zijn vervolgens duidelijk herkenbaar terug te vinden, zowel in het script als in de outline. Zodra dergelijke informatie – scriptlocatie en personagebiografieën bijvoorbeeld – is vastgelegd of ingevoerd, wordt de waardevolle metadata automatisch ingevoerd in de andere producten in het Creative Suite Production Premium-pakket. Hiermee wordt het vastleggen van clips en het bewerken van filmmateriaal eenvoudiger. Wanneer de videoproductie uiteindelijk klaar is voor online distributie, kan de metadata kijkers ook helpen om online content te vinden en te doorzoeken. Zo kunnen ze bijvoorbeeld hun favoriete personages, afleveringen of scènes zoeken.

Script-to-screen

In de volgende Creative Suite is het dus mogelijk om je script uit Adobe Story te importeren, samen met alle informatie die aan je shots is toegevoegd. Locatie, personages, dialogen....alles zit erin. "En dat was eigenlijk het doel", legt Tukker uit. "De informatie die je nodig hebt om meer waarde uit je beeld te halen – en die je nu dus niet hebt – wordt

heel natuurlijk in het hele proces meegenomen, zonder dat het je extra moeite kost. Het is gewoon een feit dat je bij een creatieproces aan het begin al vastlegt wat je gaat doen. Nu neem je die metadata gedurende het hele proces mee. Het is daarom een complete end-to-end, script-to-screen oplossing, waarbij het script en de informatie daadwerkelijk in het hele traject geïntegreerd zijn."

Verdienmodel

Zoals gezegd staat Adobe Story op dit moment online op Adobe Labs (<http://labs.adobe.com/technologies/story>). Daar is het voor iedereen met een (gratis) Adobe-account vrijblijvend uit te proberen. Tukker: "Mensen kunnen er mee experimenteren en kunnen bijvoorbeeld ook hun bestaande script vanuit Word importeren om er mee te gaan spelen. Er lopen ook al wat pilots met bedrijven die de workflow gaan toetsen. Wanneer het daadwerkelijk beschikbaar komt is nog niet bekend, maar dat zal in ieder geval in de komende paar jaren gaan gebeuren. Op het moment wordt namelijk al hard gewerkt aan de volgende versie van Creative Suite en daar moet het sowieso in zitten." De reacties – zowel tijdens de IBC als op het web – zijn positief, weet Tukker: "Ook omdat je gewoon merkt dat mensen die zich bezighouden met videoproductie op het moment vaak aan het worstelen zijn met wat zaken. Zo wordt er meer content geschooten, maar moeten de productietijden juist korter. Bovendien vragen ze zich af hoe ze er geld mee kunnen verdienen. We gaan met zijn allen van TV naar web, maar hoe brengen we dan advertising er omheen als verdienmodel? Op die vragen willen we met Adobe Story, in combinatie met de andere programma's van Adobe, een antwoord geven."