

LIGHTS!
SMARTPHONE!
ACTION!

JE SMARTPHONE ALS JOURNALISTIEK ZWITSERS ZAKMES

Vandaag de dag kan je professionele video maken enkel gewapend met je smartphone. Uiteraard is het niet alleen maar de goednieuwsshow. Er zijn ook heel wat nadelen verbonden aan smartphonefoto of -video. Dit mag je echter niet tegenhouden. Als je die valkuilen eenmaal kent, kan je mooie resultaten behalen voor de journalistiek, interne of externe communicatie. Niet enkel opname, maar ook montage wordt gemakkelijk. Geen grote camera's en montagecellen meer, maar enkel je smartphone als (journalistiek) Zwitsers zakmes voor videoreportages.

Platform is king

Je kan het belang van video op social media moeilijk overschatten. Jaar na jaar zie je het aandeel groeien. Voor heel veel organisaties zijn sociale media een vloek en een zegen. Ze hebben eindelijk een (gratis) platform om hun boodschap heel snel bij de juiste doelgroep te krijgen. Maar die sociale media zijn ook kleine monstertjes die maar content blijven vragen. En dan nog het liefst videocontent.

Krantenredacties hebben een andere verhouding met platformen zoals Facebook of Instagram. Ofwel zetten ze al hun content op sociale media, ofwel blijven ze er volledig van weg. Als je weet dat meer dan 50% van het publiek hun nieuws zoekt op Facebook, dan is volledig wegblijven misschien niet de beste optie. Al je artikels er gratis op plaatsen, zonder enige return on investment, is op lange termijn ook de doodsteek. Maar ook hier is een derde optie. Video en andere digitale content als add-on van jouw stuk in de krant, magazine, televisie of online. Social media enhancement van jouw stuk. Die straffe quote uit jouw videoverslag film je even opnieuw met je smartphone, plaats je snel op Facebook en dient uiteindelijk als vehikel naar jouw reportage die 's avonds op antenne komt.

Het belang van videocontent stijgt dus. Bij een event heb je dan de keuze om telkens freelancers of productiehuisen in te schakelen voor de videoproductie. Journalisten zouden met een uitgebreide technische ploeg op stap kunnen gaan, maar die tijd, ligt al even achter ons. De jaarlijks slinkende mediabudgetten kunnen dit immers niet altijd aan. De andere keuze is dat je dan maar geen video maakt. Ook niet ideaal. Nu is er dus een derde optie: je doet het zelf met je smartphone. Belangrijk hierbij is dat je zelf inziet dat de sky niet de limit is. Stem je format dus af op je eigen kennis en vaardigheden. Keep it simple is the way to go.



The future does not fit in the containers of the past

Maar met Facebook alleen red je het niet meer. Transmediaal denken staat centraal, zeker bij smartphone videoproductie. Hoe vertel je delen van een groter verhaal op verschillende platformen, wat is de relatie tussen die verhalen en wat met publieksparticipatie? Lijkt ingewikkeld, maar dat is het absoluut niet. Als je er even dieper over nadenkt, kom je al snel tot conclusie dat je dit nu al doet. Op een event sprokkel je de beste foto's van je publiek via een vooraf afgesproken hashtag op Twitter of Instagram. De beste foto's plaats je dan op Facebook of gebruik je voor de volgende nieuwsbrief. Als journalist vraag je input van je netwerk op Twitter, dat je nadien verwerkt in je stuk.

De Insta verhalen zijn op dit moment enorm populair. Denk aan Insta Stories of Snapchat. Maar spelers zoals Tik Tok staan al te dringen voor een deel van de koek. Mobile first, zowel voor videoproductie als videoconsumptie. De tv-wereld is misschien sterk aan het veranderen, maar de honger naar video is nog nooit zo groot geweest: people will watch what they want, when they want on whatever screen they want. Als mediamaker moet je dus wel degelijk rekening houden met de format. Printjournalisten blijven vaak steken in talking head video's, die misschien beter hadden gewerkt op de radio. En doorgewinterde tv-makers maken vaak te lange formats voor online platformen.

Nokia 3310

Dylan zei het al, *times they are a changin' ...* Twee jaar geleden was de videokwaliteit van de meeste smartphones gewoon onvoldoende om professioneel ogende video af te leveren. Laat staan te monteren op je mobieltje. Maar we zijn al een heel eind verder dan de legendarische Nokia 3310. De huidige toestellen filmen in HD of hoger, hebben een deftige beeldstabilisator en de toestellen met meerdere lenzen on board overspoelen de markt. Die technologische revolutie is de belangrijkste reden waarom *mobile journalism*, AKA MOJO, of smartphone videomarketing op korte tijd enorm populair is geworden.

Begrijp me niet verkeerd, ik heb niks tegen professionele videomakers met grote camera's en laptops met Première erop. Ik doe dit zelf ook nog geregeld. Straffer nog, als je een high-end corporate video wil voor je merk of een documentaire van een uur voor Canvas, doe dit dan niet met je smartphone. Reserveer budget en schakel professionals in! Het is echter geen of-of verhaal, maar een en-en verhaal. Zelf aan de slag gaan met je smartphone wanneer nodig, de juiste freelancer op een ander moment. Alleen zo ga je jouw social mediakanalen kunnen blijven vullen met content zonder je jaarbudget erdoor te jagen!

10 KILLER TIPS

Er zijn natuurlijk nadelen, maar ook voordelen! Je hebt je smartphone altijd bij je. Geen uitvlucht meer om niet te filmen. Het toestel is ook reay-to-roll op 10 seconden. Toch een groot verschil met mijn grote camera en het veel te zware driepotige statief. De automatische functies op je smartphone leveren in de meeste omstandigheden zeer goede beelden op. Als ik je ga verplichten om allerlei functies manueel te gaan instellen, of zwaar te investeren in extra materiaal, dan verlies je net die voordelen. Maar met die automatische functies alleen red je het niet. Heel veel beginnende videojournalisten maken trouwens vaak dezelfde fouten, met een rommelige video als gevolg. Dit ligt vaak niet aan één parameter, maar is meestal een combi. Een aantal basistips helpen je echter al een heel eind op weg. Daarom 10 killer tips. Max 10.

#1 Vertical video

Film je nu best horizontaal of verticaal? Kijk vooral naar je eindgebruiker. Hoe zal die de video bekijken? Dit heeft vooral te maken met het platform of het kanaal. Maak je een Insta Story ga dan volop voor verticaal. Wil je een video die je kwijt wil op je site EN YouTube EN Facebook EN Instagram EN ... dan kan je misschien beter horizontaal filmen. Tenzij je misschien veel tijd over hebt, en kennis van zaken, om van die 16:9 video ook een 1:1 en een 9:16 video te maken. Er zijn heel veel dure theorieën rond het belang van vierkante video op Instagram, maar gezond verstand brengt je al een heel eind verder.



#2 Stay focused

Je kan in de automatische stand filmen, maar dit levert niet altijd het beste resultaat op. Er zijn twee technische parameters die je, indien nodig, manueel zou kunnen instellen. Eén daarvan is de scherpte of focus. Zorg dat je beelden scherp zijn, zeker bij een interview. Je wilt niet dat de sanseveria op de achtergrond scherp is, maar je geïnterviewde onscherp. Dat is gewoon slordig en niet bruikbaar. Het is ook makkelijk instelbaar: even klikken op het object of de persoon die je scherp wil via het schermje van je smartphone. Blijf je langer klikken, dan blokkeer je de scherpte. Zo vermijd je dat je camera de scherpte gaat zoeken, het zogenaamde *pompen*, wat onnatuurlijk is.



#3 Gorillas in the mist

Een tweede technische parameter is licht. Vooral tegenlicht kan je soms parten spelen. Je personen zijn dan donker, onderbelicht, en je achtergrond is juist belicht. Dit komt vaker voor dan je denkt: klaslokalen met grote ramen, een interview voor een raam of een shot tegen de zon in. De run-forest-run-methode is dan niet altijd de beste optie: misschien kan je je niet verplaatsen of wil je net dat kader of object op de achtergrond. Met een smartphone is dit snel op te lossen: even klikken en swipen naar boven of naar onder om het licht te regelen. Je achtergrond zal misschien een beetje overbelicht zijn, maar voor nieuws en videomarketing kan dit wel. Een andere optie is dat je licht gaat bij plaatsen, maar dat brengt ons terug naar de traditionele aanpak van filmen. Soms kan je cameralichtje op je smartphone net iets meer licht gooien op het aangezicht van je geïnterviewde of object. Het proberen waard!

#4 Let there be light

Zijn er dan geen verschillen met dure, grotere camera's? Uiteraard wel. Zo heeft een smartphone vooral veel licht nodig. Ze zijn minder lichtgevoelig dan echte videocamera's. Je zal zien dat de videokwaliteit direct een pak minder is als je donkere ruimte op zoekt. Je beelden zullen minder fris ogen. Zoek dus lichte ruimtes op. Of nog beter: ga naar buiten!

#5 Diepte

Zorg dat je diepte in beeld hebt, dit is meestal mooier. Je kan dit op verschillende manieren doen. Je kan met lichteilanden werken, lichte en donkere delen in je beeld afwisselen. Maar het makkelijkste is planwerking: zaken op het voor-, midden- en achterplan plaatsen. Plaats een geïnterviewde niet vlak voor een wand, want dat levert geen beeld met diepte op. Je kan hier natuurlijk doelbewust van afwijken, denk maar aan explainer video's. Die neem je misschien wel net voor een witte wand op, om zo weinig mogelijk afleiding te hebben of om de mogelijkheid te hebben om er nadien grafiek bij te plaatsen.



#6 Hoofdruimte

De hoofdruimte is de ruimte tussen het hoofd en je beeldkader. Die kan je best minimaal houden, zo maak je je compositie voller. Meer hoofdruimte geeft geen extra informatie voor de kijker en is dus vaak nutteloos. Toch zie je hier heel veel fouten tegen. Je wilt net dat kadertje, jouw affiche, die bedrijfsbanner, de design spots toch nog in je kader krijgen en daar gaat je minimale hoofdruimte. Dit levert doorgaans een mindere compositie op. Die affiche komt meer tot zijn recht in een apart shot. De hoofdruimteregel is belangrijk voor interviewkaders, maar mag je zeker ook toepassen in ruimere shots.

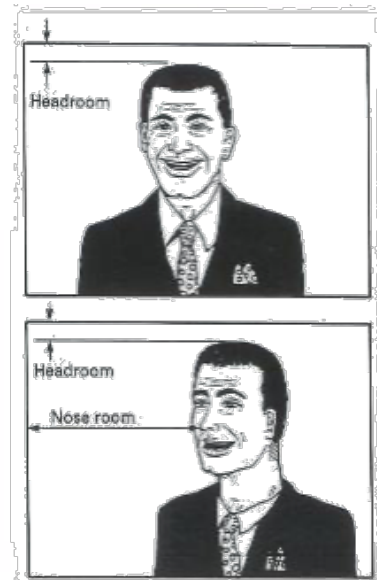
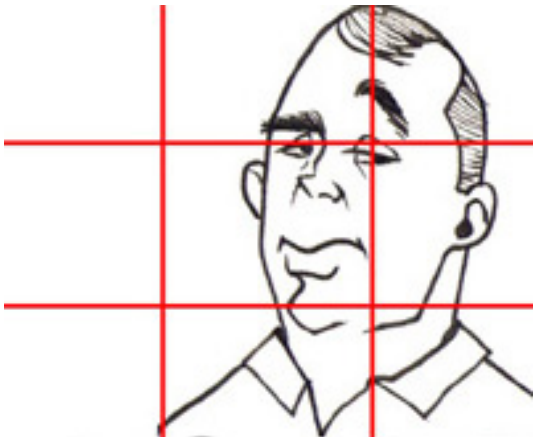


#7 Je hebt kijken en je hebt kijken kijken

Let op de kijkrichting. Dit is waarschijnlijk de belangrijkste compositiefactor waar beginnende videojournalisten mee sukkelen. Fouten hiertegen vallen direct op. Als journalist heb je vaak een cameraman mee, die zich net naast jou positioneert afhankelijk van het licht en het decor. Niet te ver van jou, want dan komt de geïnterviewde te veel in profiel in beeld. Een smartphone houdt je instinctief recht voor je bij een interview, met als gevolg dat de geïnterviewde ook recht in de camera kijkt. Voor vlogstijl of een call-to-action kan dit zeker. Maar bij een interview krijg je al snel een *gerritcallewaertvanbavikhove*-gevoel.



Je houdt je smartphone dus best iets uit de 'as' tussen de interviewer en de geïnterviewde. Links of rechts, maakt niet uit. Maar dan moet je ook rekening houden met de kijkrichting: je laat ruimte naar waar de persoon kijkt. Met andere woorden: zorg ervoor dat de neus niet tegen de rand van het kader komt. Dat ziet er gewoon niet uit en is onbruikbaar. De gulden snede kan je hierbij helpen. Dit is een eenderdeverhouding. Als je personen of objecten op die lijnen plaatst, levert dit meestal een mooie compositie op. Zie je het even niet? Duik dan even in de instellingen van je smartphone en zet het raster op.



#8 Silent movies

Meer dan 80% van de online video wordt zonder geluid bekeken. Je kan dus beter 3 video's maken met ondertiteling, dan 6 zonder. Maar dat wil niet zeggen dat het geluid niet oké moet zijn. Niks is zo storend als een muur van ruis en gekraak. De audio is soms een zorgenkind bij smartphone video. Op zich is er eigenlijk geen probleem. Professionele radiojournalisten maken volwaardige radioreportages enkel met hun smartphone. De audiokwaliteit is zeker niet het probleem. Wat dan wel? De opnameafstand! Voor video ga je van je personage weg, met ruis en slechte audio als gevolg. Wil je dit vermijden? Zoek het dan close en ga niet (veel) verder dan borstshot. Vaak is dit al voldoende om de aanvaardbare audio te krijgen. En tart het lot niet. Probeer, indien mogelijk, storend omgevingsgeluid te vermijden. Check ook even je geluid met een korte testopname. Je kan dus best een hoofdtelefoon meenemen als je gaat filmen.

#9 Steady as she goes

Een vraag die telkens terugkomt is: "Wat is nu de beste smartphone?". Het antwoord is heel relatief: "De smartphone die morgen in de winkel ligt". Elk jaar worden smartphones net iets beter op videovlak. Meer pixels, betere zoomfunctie, maar vooral ook stabielere beelden. Dat laatste is enorm belangrijk. Stabiele beelden zijn aangenamer om naar te kijken en ogen professioneler. De nieuwe toestellen doen dit al heel goed, maar je moet je er zelf ook van bewust zijn. Gebruik dus je twee handen, leun ergens tegen aan of plaats je elleboog op een tafel. Je kan je toestel ook gewoon ergens neerpoten. Niet enkel stabiliteit is belangrijk, ook je horizon kan je best in het oog houden. Die ligt altijd recht, vergelijkbaar met hoe we zelf kijken. Ook hier kan het raster op je telefoon hulp bieden.

#10 The MOJO set

Mocht je geld te veel hebben kan je altijd investeren in een [stabilisator](#) of [microfoon](#). Niet noodzakelijk, maar o zo fijn eenmaal je de smaak te pakken hebt. Overdrijf daar ook niet in, want dan beland je opnieuw bij traditionele videoproductie. Je wilt geen rugzak met materiaal meezeulen om nadien een half uur te verliezen om alles werkend te krijgen. Soms zijn er ook kleine trucjes om de tekortkomingen van je toestel op te vangen: je headset als microfoon inschakelen, je intern lampje als extra lichtbron of je toestel gewoon ergens op plaatsen om stabiel te kunnen filmen.

Learn the rules like a pro, so you can break them like an artist

Picasso zei het al. Bovenstaande regels vormen de basis. Probeer die eerst in de vingers te krijgen. Ga in eerste instantie voor brave, goed gemaakte video. Daarna begint de fun en kan je afwijken op die regels. Maar je moet de regels wel eerst kennen, anders ben je gewoon maar wat aan het aanmodderen. Je videoproduct is dan direct klaar voor de vuilbak. En je zin om nog meer video te maken verdwijnt als sneeuw voor de zon.

OUDE WIJN IN NIEUWE VATEN

Bovenstaand lijstje is absoluut niet volledig, maar het heeft totaal geen nut om dit uit te breiden naar 30 tips. Bij video zijn er heel wat parameters en bij smartphone video in het bijzonder is het de kunst om je niet te verliezen in moeilijke technische instellingen. Daarom is de eerste stap de tien basistips. Ik heb het dus niet gehad over het belang van een extra power battery. Smartphones zijn vrij duur, maar een goede batterij zit er alsnog niet in. Meestal haal je het einde van de dag niet. En filmen helpt daar niet bij. Ik heb het ook niet gehad waarom je eventueel in vliegtuigstand zou kunnen werken. Je smartphone stopt met filmen als de mama belt. En die belt meestal op de meest ongelukkige momenten. Daar gaat je interview met die politicus die sowieso al niet gebrand was om voor je camera te getuigen.

Ga je een eindeloze lijst maken met tips dan haken beginnende videomakers af. Maar als we toch even verder willen gaan, kunnen de basisprincipes van de beeldtaal wel hulp bieden. Er is ook niet zo veel verschil met traditionele tv of video. Een onderbelicht en onscherp beeld, met een rommelige compositie en onverstaanbare audio werkt niet. En of je die video nu bekijkt op een smartphone of 55-inch tv maakt niet uit. Beeldtaal is een taal met woordenschat, grammatica en dt-fouten. Net zoals je eerste zinnen op papier niet van goud waren, is dat ook zo bij videoproductie. Durf te experimenteren en ga eens op zoek naar andere perspectieven, steek (stabiele) beweging in je beelden, varieer je kaders, ... maar liefst wel met kennis van zaken. Een schuin kader, waarbij de horizon niet recht ligt, valt heel erg op en is onnatuurlijk. Wil je dit toch gebruiken, dan heb je een goede reden nodig.

We want more!

Perspectief

Durf te experimenteren met perspectief. Ga op een tafel staan om net dat totaalshot te krijgen dat je voor ogen had. Plaats je camera laag bij de grond om die auto er net iets stoerder te laten uitzien. Dit geldt meestal niet voor interviews. Een interview moet objectief zijn. Je houdt je smartphone ongeveer op ooghoogte.

Shots

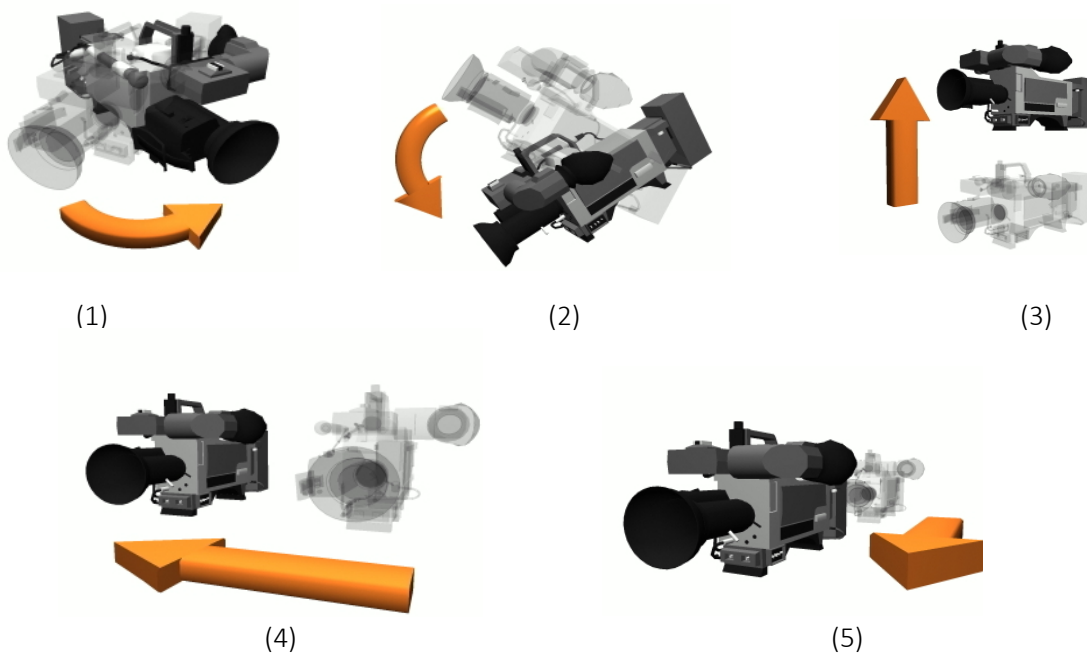
Denk in shots. Als je aan het filmen bent, moet je eigenlijk ook al aan het monteren zijn. Heb ik de juiste shots om die scène te laten werken? De keuze voor een bepaald shot heeft een invloed op wat je wil vertellen. Wissel totaalshots af met medium shots en close-ups. Een beginnende filmer neemt gewoonlijk te veel totaalshots en te weinig close-ups. Dit is ook logisch, dat is ook de manier waarop wij kijken. Die andere kijk op de wereld is net interessant en maakt je beeldtaal rijker. Deze regel gaat niet op voor interviews. Bij online video, doorgaans niet veel langer dan een minuut, heb je genoeg met één interviewkader en één interviewlocatie. Meer leidt alleen maar af.



Heb je ook voldoende shots om die scène te laten werken? Video is meer dan alleen maar *talking head*. In een video van een minuut is twintig seconden talking head al veel. De rest vul je op met andere beelden, insertbeelden, eventueel met de stem van je interview eronder. Als je weet dat een shot gemiddeld twee seconden duurt, dan heb je dus minimum twintig shots nodig om dit op te vullen, zeker als je een dynamische montage wilt. Door (meer dan) genoeg shots te nemen, vermijd je beeldspringers of jump-cuts (dit is de opeenvolging van twee shots die niet echt matchen, bijvoorbeeld door te weinig of te veel verschil tussen de twee kaders).

Camerabewegingen

Net zoals bij traditionele video zorgen camerabewegingen voor dynamiek. Essentieel dus als je verder wil gaan dan een soort van statische montage die aanvoelt als een fotomontage. Het enige verschil met smartphone video is dat je de bewegingen best kort houdt. De camerabewegingen zijn pan (afbeelding 1), tilt (afbeelding 2), lift (afbeelding 3) en dolly (afbeelding 4 en 5).



Lenzen

De meeste smartphones hebben nu meerdere lenzen *on board*. Je kan dus gaan zoomen, maar dit is niet altijd een goede keuze. Zoomen is geen echte camerabeweging, valt op en komt onnatuurlijk over. Door te hard te gaan inzoomen ga je het beeld digitaal opblazen en dat wil je absoluut vermijden. Zoom with your feet! Wees niet lui of timide, kom uit die hoek en zoek het juiste standpunt op. Je kan wel (optisch) zoomen, maar best niet tijdens de opname zelf. Gebruik die zoomknop om vooraf het juiste kader te bepalen. Eén van de nadelen van een smartphone is dat de filmlook een beetje ontbreekt. Het beeld is niet altijd even contrastrijk en de scherptediepte, het aandeel dat scherp is in beeld, is vaak groot. Alles is scherp. De nieuwere toestellen hebben echter ook een telelens, die een iets kleinere scherptediepte geeft. Zo krijg je toch dat shot met een onscherpe achtergrond.

Witbalans

Kunstlicht heeft een kleurtemperatuur van 3200° Kelvin en is eerder geel, daglicht is 5600° Kelvin en is blauw. Ons oog compenseert dit zodat je alles 'normaal' ziet. Wit lijkt wit. Een camera of smartphone

heeft daar meer moeite mee. Meestal levert de automatische stand een aanvaardbaar resultaat af. Maar je kan de witbalans, de kleurtemperatuur, ook manueel instellen.

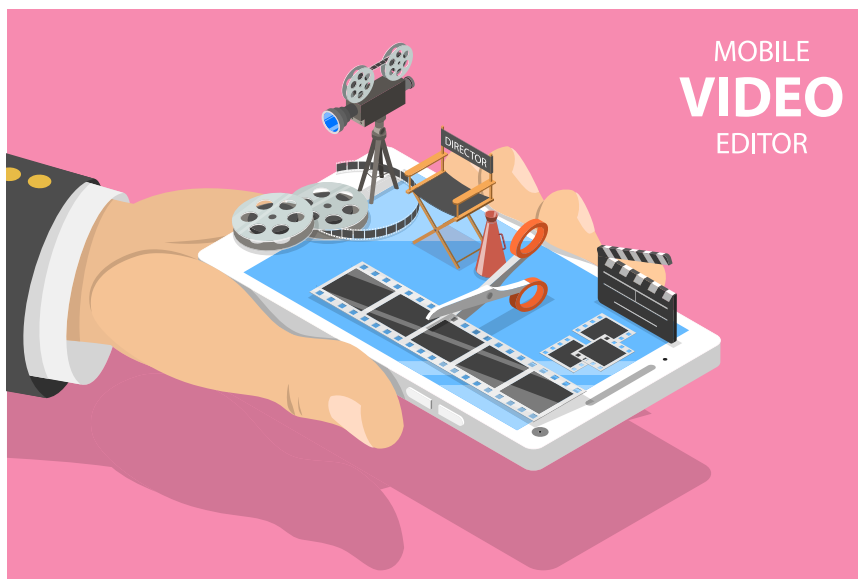
Just do it!

Om het af te leren, toch nog een allerlaatste tip: steek niet weg dat je mobiel filmt! Stop het in je storytelling, denk aan de vlogstijl. Als je kijker weet dat je met je smartphone hebt gefilmd dan kom je misschien wel weg met een aantal kleine tekortkomingen. Dit is absoluut geen vrijgeleide om bagger te maken, maar videoproductie en -consumptie is de laatste jaren heel sterk geëvolueerd.

Je hebt dus eigenlijk geen enkele reden meer om niet te starten. Iedereen heeft een smartphone, technisch zijn die toestellen meer dan oké en met een beetje verstand van zaken kan je heel mooie producten maken. The proof of the pudding is in the eating!

MONTEREN IS OPNIEUW REGISSEREN

Er zijn tientallen montage apps en op zich werken ze ook allemaal hetzelfde. Logisch ook, je doet alles met je smartphone en je vinger. Laat het clicken, swipen of pinchen beginnen! Het grootste voordeel van smartphone montage is tijdswinst. Je filmt, monteert en publiceert allemaal op hetzelfde toestel. Geen gedoe met SD-kaartjes inladen of WeTransfer-meldingen. Het grootste nadeel is dan weer de grootte van het scherm. Je zou eventueel kunnen monteren op je tablet, op voorwaarde dat je een makkelijke manier vindt om je beelden snel over te brengen. WeTransfer is dit niet. Er zijn wel een aantal apps, zoals FileMail of FTP-manager, die hiervoor een oplossing bieden. En je kan uiteraard ook 'in the cloud' werken, zodat je smartphone opnames sowieso beschikbaar zijn op je tablet, via de cloud functie.



Er is trouwens niks mis om je beelden, gefilmd met je smartphone, toch nog te monteren op je laptop. Zeker als je weet dat er heel wat effecten, meerdere videolagen of ingewikkelde grafiek in zit. Een langspeelfilm zou je theoretisch via smartphone kunnen monteren, maar dit doe je beter niet. Van opname tot montage, je materiaalkeuze is afhankelijk van de aard van de video, je eigen kunnen en het time frame waarin je moet werken.

Je app maakt je montage niet

Je kan videomontage apps onderverdelen volgens verschillende parameters:

APP	SYSTEEM	KOSTPRIJS	LEERCURVE	MOGELIJKHEDEN
Magisto (Adobe Clip, Slideshow, ...)	iOS / Android	Gratis	Heel makkelijk	Heel beperkt (vb. slechts één videolaag)
iMovie	iOS	Gratis	Makkelijk	Voldoende (vb. twee videolagen)
Power Director	Android	Gratis + betalend	Makkelijk	Voldoende (vb. twee videolagen)
Adobe Rush	iOS / Android	Betalend	Gemiddeld	Uitgebreid
KineMaster	iOS / Android	Betalend	Moeilijk	Heel uitgebreid

Welke app is nu het beste voor videomontage? Dat is nutteloze discussie: kies er eentje die jou persoonlijk ligt. Ik kan aan jouw eindresultaat niet zien op welk toestel, smartphone of laptop je hebt gemonteerd en met welk softwareprogramma of app. Ik kan wel zien of er montagefouten in zitten of de storytelling rammelt. De keuze wordt bepaald door jouw kunnen (leercurve en ervaring), wat je er mee wil doen (mogelijkheden) en budget (kostprijs).

Ook hier zijn natuurlijk voor- en nadelen. Zo zijn [Adobe Rush](#) en iMovie multiplatform inzetbaar. Je hebt de app, maar ook dezelfde userinterface als software op de laptop. iMovie werkt enkel op mac. Adobe Rush 'praat' zelf met het grotere broertje Adobe Premiere Pro. Dat wil zeggen dat je perfect kan beginnen monteren in de Adobe Rush app, verder werkt aan diezelfde montage op je laptop via de Adobe Rush software, om het nadien af te werken in Adobe Premiere Pro. Goedkoop is het niet, want je moet het Adobe Creative Cloud abonnement erbij nemen.

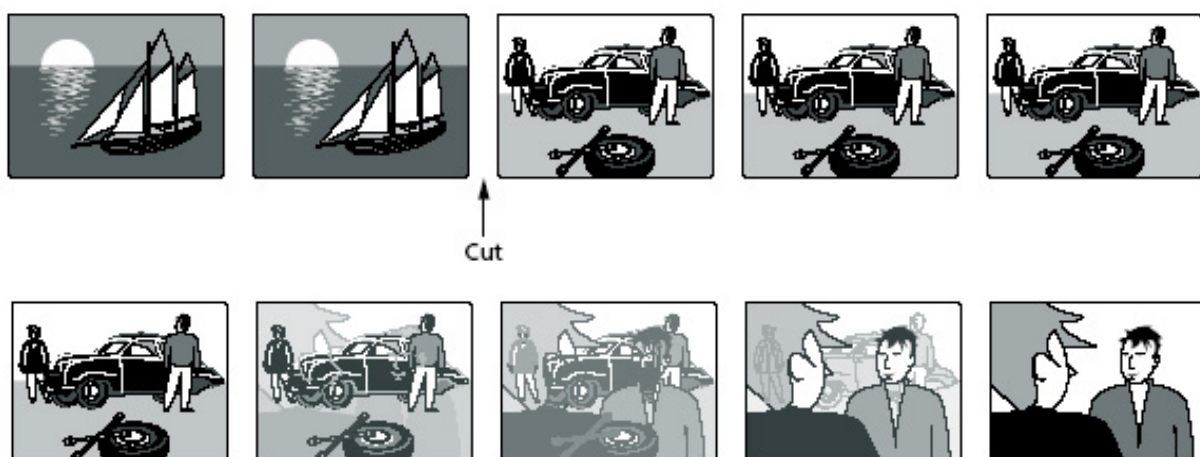
Mistakes are proof that you are trying

Los van de app maken beginnende videomakers vaak dezelfde fouten tijdens de postproductie. En net zoals bij smartphone filmen is ook hier niet veel verschil met traditionele videomontage. Enkele tips.

Beeldovergang

De meest gemaakte fout, die ook het meest opvalt, is de keuze van beeldovergang. Je hebt verschillende manieren om van shot A naar shot B te gaan. De meest gebruikte is de cut of harde overgang. Dan zit er geen effect tussen de beide beelden. Die overgang komt natuurlijk over, is niet kunstmatig en valt niet op. Met een cut ga je ook vaart in je montage brengen. De meest misbruikte overgang is de crossfade of dissolve. Of in het Nederlands: de overvloeier. Dat krijg je als twee beelden in elkaar overvloeien. Een dissolve valt wel op bij de kijker en zal je montage vertragen. Beginnende monteurs vallen daar soms op terug, vaak uit schrik: "if you can't solve it, dissolve it". Twee beelden na elkaar die niet echt werken ... geen probleem, we gebruiken een overvloeier.

Andere beeldovergangen zijn de wipe en de fade. In principe kan je twintig verschillende video-effecten in je montage stoppen. Maar, less is more! Een effect moet een reden hebben, een meerwaarde. Kijk naar professionele video en je zal zien dat daar maar weinig franjes aan zitten.





Video- en audiolagen

Je beeld en geluid komen terecht op verschillende video- en audiolagen. In een app ben je beperkt tot twee videolagen. Voor de meeste toepassingen is dit echter voldoende. Je eerste laag kan dan bijvoorbeeld je interview zijn, je tweede laag gebruik je dan voor je insert beelden. Zo heb je niet enkel talking head. Je hoort de info wel, maar je ziet de actie. Show, don't tell!

Info

Je hebt eigenlijk twee soorten van video's: sfeer- en informatieve video's. De eerste categorie is niet moeilijk om te maken. Je maakt een paar beauty shots, plaatst er muziek onder en klaar is kees. Als je info wil meegeven heb je verschillende opties.

- Lange stukken tekst in beeld: Deze keuze wordt vaak gemaakt door kranten- of magazinejournalisten. Probeer dit te vermijden. Als ik lange stukken tekst wil lezen had ik de PDF wel geopend. Niet voor video dus.
- Voice-over: Een vertelstem die voor de inleiding zorgt en de delen aan elkaar aan praat. Dit heeft heel wat voordelen. Zo zit je op enkele seconden in het stuk. Dit kan echter ook heel snel fout lopen. Een voice-over tekst schrijven is een vak apart, er zijn maar weinig stemmen die dit echt kunnen en je opname moet technisch en akoestisch top zijn. Een slechte voice-over haalt je eindproduct al snel naar beneden. Niemand wil een Dovy-keukens-gevoel.
- Interview: Dit is de meeste voor de hand liggende en waarschijnlijk ook de beste oplossing voor info-overdracht. Dit heeft alles te maken met *universal connection*, je bent emotioneel betrokken als je het hoort van iemand van vlees en bloed. En dan liefst niet de CEO van het bedrijf, maar de consument die het product gebruikt. De mens van vlees en bloed.

In tijden van silent video zijn de explainer video's, waar *key words* in funky kleuren over het beeld worden getoond, enorm populair. Dit kan dus zeker ook een optie zijn.

Grafiek

Verzorg je grafiek. Net zoals een slechte voice-over kan een foute grafiek gevolgen hebben voor je eindresultaat. Niet alles hoeft in Comic Sans te staan. Je kan zeker afsluiten met een eindpancarte, eventueel met je URL erin verwerkt. Zo behoud je je jasje. Dit kan ook met een *bug*, jouw miniatuurlogo ergens klein bovenaan het scherm. Probeer altijd een naamtitel, eventueel met functie, te plaatsen bij de geïnterviewde. Een kijker vindt dit fijn. Een begintitel kan, maar moet niet altijd.

Omgevingsgeluid

Smijt je omgevingsgeluid niet weg, gebruik het! Een beeld van iemand in de haven, zonder dat je die haven hoort, komt heel clean en droog over. Een interview in combinatie met omgevingsgeluid. Het kan! Straffer nog, het is wenselijk. Uiteraard moet je de geluidsporen zo afregelen dat je interview nog verstaanbaar is.

Muziek

Beginnende videojournalisten gebruiken vaak te veel muziek. Door muziek weg te laten ga je die bepaalde quote net iets meer gewicht geven. Je stuk vol muziek stoppen is bijna nooit een goede keuze. Met muziek kan je je montage hier en daar wel meer vaart geven. Muziek moet dus vooral een meerwaarde hebben.

Foto

Gebruik alleen foto's als je geen andere keuze hebt. Bijvoorbeeld een foto van een historische site of een bouwplan van een toekomstig gebouw. Als je de keuze hebt tussen foto of video, dan kies je altijd voor video. Een foto zorgt ervoor dat je videomontage abrupt stopt.

Export

Kies altijd de beste kwaliteit bij video-export. De opnamekwaliteit van je smartphone is meer dan oké, maar je wil die kwaliteit niet naar beneden halen. De meeste apps exporteren de video naar een mp4 bestand, de standaard voor online videodistributie. Het kan zijn dat je video montage-app een watermerk op je beeld plaatst. Je kan dit verwijderen, maar dan moet je misschien wel de betalende versie aankopen.

IT'S AN APP WORLD AFTER ALL

Bovenstaande tips & trics zijn vooral relevant voor zuivere videoproductie. Het grootste voordeel van de smartphone is misschien wel de app-wereld die erachter zit. Heel veel organisaties zetten video in voor events. Zowel vooraf, tijdens als nadien. Laat ons dit nu eens vertalen naar toepassingen en apps.



... je kondigt je event aan met een grafische video. Vroeger liet je dit maken door de After Effects specialist van je grafische cel of een extern bedrijf. Nu doe je dit zelf met apps zoals [Animated Text](#) (Android) of [Hype Tekst](#) (iOS).

... je geeft de laatste 5 toegangskaarten weg en doet dit met een GIF. Die maak je met Boomerang ([iOS](#) of [Android](#)).

... Je event loopt nog tot 's avonds maar 's morgens is het al heel druk. Trek nog meer volk aan met een timelapse video, gemaakt met Hyperlapse ([iOS](#) of [Android](#)). De basisapp video app van je smartphone kan dit meestal ook al.

... sommige mediatypes bestonden een aantal jaren geleden nog niet, denk maar aan cinemagraphs: foto's waar een deel beweegt of video's waar een deel stil staat. [Draw Motion](#) (iOS), Plotaverse ([iOS](#) of [Android](#)) Vimage ([Android](#) of [iOS](#)) helpen je op weg.

... ik herinner me nog dat ik diep in Premiere of Avid moest duiken om een tilt-shift video-effect te krijgen. Nu doe je dit heel snel met je vinger en de app Tilt Shift ([iOS](#) of [Android](#))

... heb je geen zin of tijd om een volwaardige after movie te maken dan kan je ook je event filmen in één (veel te) lang bewegend shot. Nadien ga je aan de slag met de app [Slow Fast](#) (iOS) of [Slow Motion](#) (Android).

... kleine testimonials een extra grafische AR-touch geven? Met de app [Weird Type](#) (iOS), [Paint AR](#) (Android) of [3D Brush](#) (iOS) maak je nu nog het verschil.

... kwaliteitsvolle video-opnames met [Filmic Pro](#) of [FV5](#), met professionele video-instellingen zoals zebra, witbalans of scherpgeverlegging.

... een professionele autocue nodig voor nog betere presentaties? Ook daar bestaan apps voor zoals Oratory ([Android](#)) of Selvi ([iOS](#)).

Het schilderspalet van een journalist of communicatiemedewerker is de laatste jaren alleen maar groter geworden. Ook zo maak je het verschil op sociale media. En als je dan al die apps gebruikt: wees niet te gierig, omarm de beperkingen en combineer apps. Zo kan je perfect een generiek maken met Hype Text om die dan nadien in Adobe Rush te importeren.

SHARING IS CARING

Je video is klaar. En dan? Er zijn heel wat 'gratis' kanalen en die moeten gevoed worden met nieuwe verhalen voor de hongerige consument, die vooral video lust. Sharing is dus wel degelijk nog altijd caring. Je kan dit vertalen naar hippe buzz words zoals transmedia storytelling, multiplatform delivery of multichannel production. Het komt echter op hetzelfde neer: hoe kan je je afgewerkt product zo efficiënt mogelijk verspreiden?

Maar voor je dit doet, moet je misschien toch nog een heel kleine, allerlaatste aanpassing doen. Een heel herkenbaar verhaal. Je hoeft dan niet altijd moeilijke software programma's zoals Adobe Premiere te openen of zelfs minder moeilijke smartphone apps zoals iMovie. Basishandelingen kan je perfect online doen. Browser tools zoals [online video cutter](#) brengen je al een heel eind verder.

En wat dan met ondertiteling? Dit is heel wat (manueel) werk. YouTube heeft echter de mogelijkheid om automatisch te ondertitelen. Je video uploaden (kan ook verborgen zijn), automatische ondertiteling toevoegen voor jouw taal, om die nadien eventueel apart te downloaden als SRT-file.



Enkele sharing hacks:

YouTube video delen op sociale media

- Vertrek vanuit een YouTube kanaal
- Klik op delen → vul de tijd in → kopieer de link
- Plak in Twitter, Facebook, ...(voeg eventueel screenshot toe)

Nota: in plaats van een YouTube link te delen kan je beter je video zelf uploaden naar Facebook. Je bereik zal hierdoor groter zijn.

YouTube embedden in een website

- Vertrek vanuit een YouTube kanaal
- Klik op delen → klik op embed → vul de tijd in → kopieer de link
- Plak in de webpagina

Start- en stoptijd van video bepalen (door URL aan te passen)

- Kopieer embedcode in YouTube → vervang `watch?v=` door `v/`
- Plaats op het einde van je URL je start en stoptijden:
`?start=600&end=1800`

- Resultaat URL
`https://www.youtube.com/v/3kYvzuoXCrI?start=600&end=1800`
- Resultaat embedcode
`https://www.youtube.com/embed/3kYvzuoXCrI?start=600&end=1800`
- Resultaat Iframe (bv. voor op WordPress blog)
`<iframe width="854" height="480"
src="https://www.youtube.com/embed/3kYvzuoXCrI?start=600&end=1800"
frameborder="0" allowfullscreen></iframe>`

Ondertitelen met YouTube Creator Studio

- Ga naar uw eigen account in YouTube
- Ga naar de Creator Studio → video → ondertiteling
- Instructiefilmpje: <https://www.youtube.com/watch?v=hQL9HADpOGO>

Weergave van ondertiteling automatisch inschakelen bij YouTube

- In URL's van gedeelde video's: voeg de volgende tag toe aan je video `yt:cc=on`
- In de embedcode: voeg `cc_load_policy=1` toe op het einde van de URL

voorbeeld:

```
https://www.youtube.com/v/3kYvzuoXCrI?start=600&end=1800_cc_load_policy=1
```

Ondertiteling en video samenvoegen

Via ezgif.com kan je de ondertiteling (= SRT-bestand) inbranden op je video/mp4 bestand.

Videofragment en ondertiteling uploaden naar Facebook

- Log in bij Facebook → video uploaden
- Download de .srt file vanuit YouTube Creator Studio
- Upload de .srt file naar Facebook met volgende naamconventie:
`[filenaam].nl_BE.srt`
- Ondertiteling toevoegen aan video op Facebook en default taal aanduiden