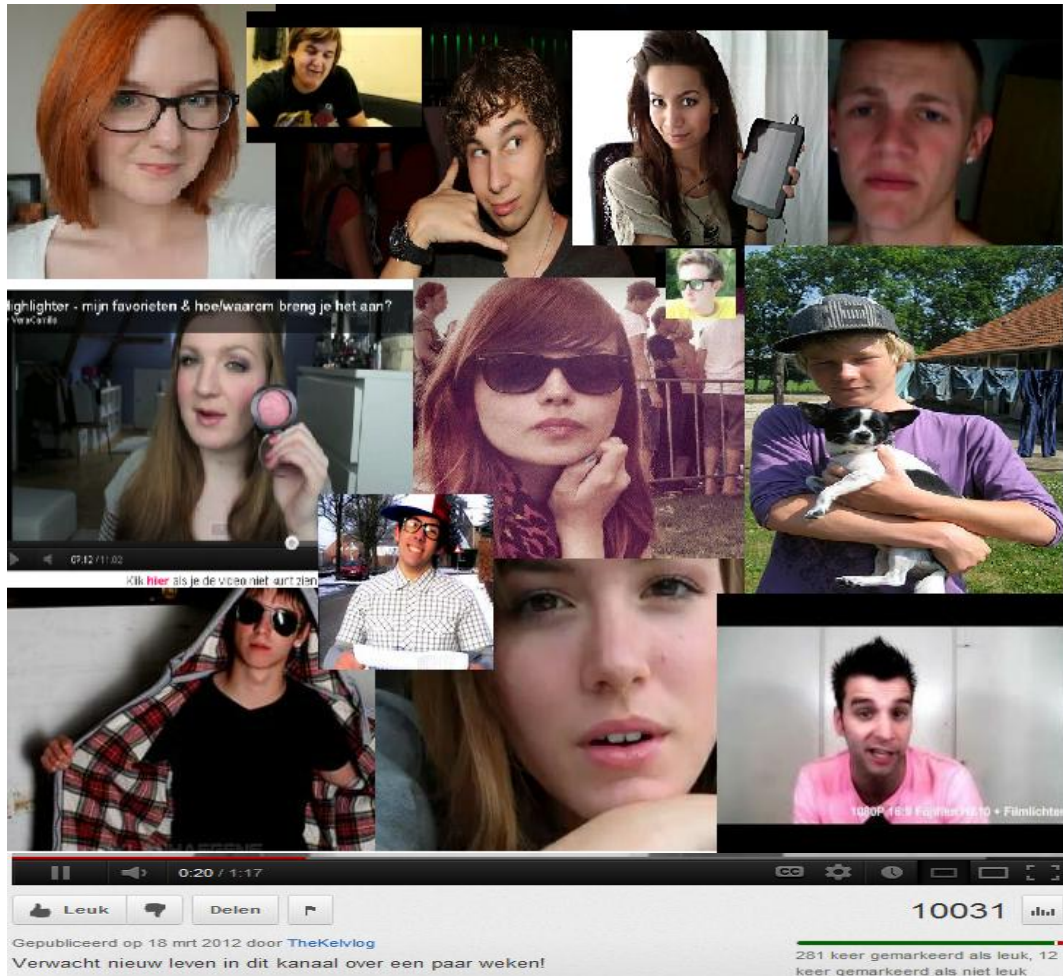


CONNECTED TO VLOGGING

Een onderzoek naar de kenmerken van vlogging in het convergente
medialandschap



Helen Tamminga – 3351831

Master Film- en Televisiewetenschap

20 juni 2012

Begeleidster: Judith Keilbach

Tweede lezer: Frank Kessler

Inhoud

Inleiding.....	3
1. Historische verkenning	6
1.1 Autobiografische documentaire.....	7
1.2 Amateurfilm	9
1.3 Vlogging.....	12
1.4 Vervagende grenzen	13
2. Convergentie en het medialandschap	15
2.1 Het medialandschap	17
2.1.1 Televisie	17
2.1.2 Internet.....	19
2.2 Crossmedia	21
3. Connected	22
3.1 Vorm en stijl van vlogging	22
3.2 Connected	24
3.3 Amateur versus Professional.....	25
3.4 Privé versus publiek	27
3.5 Emoties.....	28
3.6 Crossmediale aspect	29
Conclusie	30
Literatuur.....	32

Inleiding

'Nog nooit was de realiteit zo echt op televisie'¹

In het programma **CONNECTED** van de NCRV wordt het leven getoond van vijf vrouwen die een half jaar lang elke dag een uur van hun leven hebben gefilmd. De vrouwen bepalen zelf wanneer zij de camera aan- en uitzetten. Ze delen met de camera wat ze voelen, meemaken en denken, zonder dat daar een regisseur bij aanwezig is.²

Is dit format uniek? Het delen van je leven, zien we ook op internet in de vorm van vlogging. Brengt het internetfenomeen vlogging in de vorm van een televisieprogramma, het internet en televisie samen? Of is het door het samenkomen van televisie en internet, convergentie, dat een vorm van vlogging nu lijkt te verschijnen op televisie?

Vlogging is een samentrekking van het woord videoblogging. Een weblog is een dagboek op internet. Een videoweblog, kortweg vlog, is dus het bijhouden van een dagboek op internet waarvan het grootste deel bestaat uit videobeelden.³ Er zijn drie hoofdtypes van vlogs, namelijk persoonlijke vlogs, nieuwsshows en op entertainment gebaseerde vlogs. Persoonlijke vloggers praten over en delen hun persoonlijke ervaringen voor de camera. Nieuwsshows zijn informatieve nieuwsuitzendingen over verschillende onderwerpen. Deze shows vertonen overeenkomsten met nieuwsuitzendingen op televisie, alleen zijn deze vlogs meer interactief, informeel en meer gefocust op de webcultuur. De vloggers die alleen entertainment doeleinden hebben, maken bijvoorbeeld sketches over actualiteiten.⁴ In deze scriptie gaat het hoofdzakelijk om persoonlijke vlogs.

¹ *Wat is Connected eigenlijk?* <http://connected.ncrv.nl/nieuwsblogs/wat-is-connected-eigenlijk>
Geraadpleegd op 14 februari 2012

² Idem

³ *Vlog of Videolog* <http://www.mediamarkt.nl/mp/article/Vlog-of-Videolog-,963005.html>
Geraadpleegd op 15 maart 2012

⁴ John Warmbrodt et al., *Understanding the Video Bloggers' Community*. International Journal of Virtual Communities and Social Networking, 2(2), april juni, 2010. P. 43

In het jaar 2000 wordt het eerste videoblog, vlog, gepost door Adam Kontras. In zijn vlog laat Kontras de reis zien van zijn geboorteplaats Columbus, Ohio, naar werk in de showbusiness in California. De media-aandacht voor het vloggen bouwde zich vanaf toen in een snel tempo op. Met de komst van YouTube in 2005 werd het aantal kijkers van de filmpjes exponentieel verhoogd.⁵ Steeds meer Nederlanders verdienen een leuke boterham met hun eigen video's op YouTube. Zo ook vlogger Bardo Ellens. Met zijn filmpjes op YouTube verdient student Ellens maandelijks meer dan 1000 euro door reclameopbrengsten.⁶

In de theorie van Michael Sean Kaminsky lijkt vlogging te zijn voortgevloeid uit het bijhouden van een dagboek. Maar hoe zit het met de overeenkomsten met de amateurfilm? Amateurfilms zijn films die niet door professionals zijn gemaakt. Amateurfilms en met name familiefilms, zijn voor velen herkenbaar omdat het gaat om herkenbare activiteiten, situaties en omgevingen.⁷ Deze beschrijving komt aardig overeen met de inhoud van verschillende vlogs. Dan zijn er ook nog overeenkomsten met de autobiografische documentaire. In een autobiografische documentaire, *First-person* films of ego-documentaire, maken filmmakers een aspect van zichzelf tot uitgangspunt van de documentaire.⁸ Is dat niet ook wat vloggers doen? Kortom, waar liggen de grenzen van vlogging of heeft het die niet? En waar zijn nog meer elementen van vlogging te vinden?

Vraagstelling

In deze scriptie wordt antwoord gegeven op de vraag hoe het fenomeen vlogging wordt ingezet in het convergente medialandschap aan de hand van een analyse van het televisieprogramma **CONNECTED**.

⁵ Michael Sean Kaminsky, *Naked Lens: Video Blogging & Video Journaling to reclaim the YOU in YouTube*. Organik Media Press, 2010, pp. 32-38

⁶ Ruben Eg, *Superbijbaan met YouTube-filmpjes*. Metronieuws. 22-02-12.

⁷ Stichting Amateurfilm, *Welkom bij de Stichting Amateurfilm*.

<http://www.dagvandeamateurfilm.nl/> Geraadpleegd op 18 januari 2012

⁸ Rogier Verkade, *Jachtmeesters, ballonvaarders, huwelijken en face-lifts op tienjarig IDFA*, 1-12-1997. <http://writersblock.net/1997/jachtmeesters-ballonvaarders-huwelijken-en-face-lifts-op-tienjarig-idfa/> Geraadpleegd op 16 maart 2012

Met een antwoord op deze onderzoeksvraag komen we meer te weten over het fenomeen vlogging. Ook wordt het fenomeen in een bredere mediacontext geplaatst, waardoor nieuwe ontwikkelingen in het medialandschap worden blootgelegd. Media verkeren in een voortdurend proces van transitie. Door onder andere de digitalisering vervagen de grenzen tussen de verschillende media. Door niet alleen een bewustzijn te creëren van deze veranderingen, maar ook te kijken naar wat er dan precies verandert, probeert dit onderzoek een bijdrage te leveren aan het beschrijven van ontwikkelingen in het medialandschap.

Door het beschrijven van het fenomeen vlogging kunnen televisieproducenten meer inspelen op het gebruik hiervan. Deze scriptie is geen handleiding zijn om elementen van vlogging in te zetten in bijvoorbeeld televisieprogramma's, maar schept wel meer duidelijkheid over het huidige gebruik. Er wordt getracht een zo volledig mogelijk beeld van de ontwikkelingen van het fenomeen vlogging te schetsen. Toch zal deze misschien niet helemaal compleet zijn.

Vooruitblik

Om tot een antwoord op de onderzoeksvraag te komen zal in het volgende hoofdstuk een historische uiteenzetting worden gegeven van het fenomeen vlogging. Hiermee wordt getracht een antwoord te vormen op de vragen: Wat houdt het fenomeen vlogging in en waar komt het vandaan?

Vervolgens zal in hoofdstuk twee het convergente medialandschap aan de orde komen. Hoe behoort vlogging tot het medialandschap? Ik zal beargumenteren dat het fenomeen vlogging niet alleen terug te vinden is op internet, maar ook in bijvoorbeeld televisieprogramma's.

In hoofdstuk drie wordt het televisieprogramma **CONNECTED** onderzocht op elementen van vlogging. Aan de hand van een analyse zal inzicht ontstaan in het gebruik van het fenomeen vlogging en de verschillende elementen die daarin een rol spelen. Tot slot zal ik in de conclusie vlogging op basis van de casestudie proberen te duiden en iets te zeggen over mogelijke toekomstige vormen van vlogging.

1. Historische verkenning

Vlogging staat vooral bekend als een verschijnsel dat zich op internet afspeelt. Toch zijn er veel overeenkomsten met andere media dan internet. In dit hoofdstuk wordt dieper ingegaan op de overeenkomsten met de autobiografische documentaire en de amateurfilm.

Een theoreticus die de overeenkomsten tussen videoblogs en documentaires ook heeft opgemerkt, is Adrian Miles. Hij stelt dat de eigenschappen van vlogs zo gelijk zijn aan de eigenschappen van documentaire, dat vlogs gewoon documentaires zijn.⁹ Vlogging definieert zich aan de hand van televisie en aan verschillende vormen van onafhankelijke filmpraktijken, zoals documentaire, essay films, familiefilms etc. Het karakter van televisie is gedisciplineerd, we weten wat er komen gaat. Dit is bijvoorbeeld te zien bij het journaal. Het journaal heeft sinds de jaren zestig grote veranderingen doorgemaakt, maar de autoriteit, de autonomie en een serie positioneringen zijn gebleven (de desk, het direct adresseren naar de camera, de correspondenten op locatie, etc.). Bij vlogging bestaat er meer onzekerheid, we weten niet wat er komen gaat. De spreker richt zich wel tot de camera, maar deze wordt vaak met de hand vast gehouden en er wordt vaak geïmproviseerd.¹⁰ Miles stelt dat vlogs *'consist of any-instants-whatever'*. Vormen van beweging worden gecreëerd tussen delen die samen een verhaal van continuïteit genereren. *'The any-instant-whatever is realised not through a specific mechanical apparatus of recording but within the logic of blogging as a medium.'* Vlogging is conservatief in zijn relatie tot de post televisie economie. In dit opzicht is vlogging een reproductie van beweging en geen beweging van zichzelf.¹¹

Door een uiteenzetting te geven van de ontwikkelingen van de documentaire, de amateurfilm en de video blogs, wordt er gekeken in hoeverre

⁹ Adrian Miles, *Videoblogs*. <http://vogmae.net.au/research/thinking/Videoblogging-IDFA/> Geraadpleegd op 7 mei 2012

¹⁰ Adrian Miles, *That Moment Might Do: Videoblogs and the Any-Instant-Whatever*. vogmae.net.au/research/thinking/That-Moment-Might-Do-Videoblogs_And-The-Any-Instant-Whatever/ Geraadpleegd op 7 mei 2012

¹¹ Idem

de stelling, dat vlogs documentaires zijn, van Miles klopt. Ook wordt er een antwoord gegeven op de vraag waar het fenomeen vlogging vandaan komt. Om de recente en toekomstige veranderingen van documentaire, amateurfilm en vlogging in kaart te brengen, worden deze veranderingen eerst in een historisch perspectief geplaatst.

1.1 Autobiografische documentaire

Iedereen kan een documentaire herkennen als een documentaire, maar er zijn enorm veel verschillende stijlen binnen het genre documentaire. Zo zijn er documentairemakers die gebeurtenissen gewoon laten gebeuren voor de camera, makers die een hele reconstructie maken van een gebeurtenis en documentairemakers die hun onderwerp sturen in een bepaalde richting. Al deze methoden hebben geleid tot films die behoren tot het genre documentaire. Wat deze verschillende benaderingen verbindt is de wil om bepaalde 'feiten' naar boven te krijgen, om de realiteit van de wereld naar een scherm te vertalen. Documentaires laten feiten zien; hoe dingen zijn; wat er gebeurd is; wat de maker gelooft; hoe mensen zich gedragen en waarom. Documentaire gaat over het laten zien en het vertellen.¹²

Het genre dat erg veel lijkt weg te hebben van vlogs, zijn autobiografische documentaires. Autobiografie, gevormd van het Griekse *autos* (zelf), *bios* (leven) en *graphia* (schrijven), staat voor een beschrijving van het eigen leven door de auteur. Autobiografisch is het leven van de auteur zelf beschrijven of daarop betrekking hebbend.¹³

Films die ergens toegang bieden tot de privésfeer van de filmmaker, worden tot het genre autobiografische gerekend. Zo zijn er over de jaren verschillende termen geopperd binnen dit brede genre. Deze termen gaan van reisverslagen en persoonlijke cinema, tot dagboekfilms, biechtfilms,

¹² John Ellis, *Documentary. Witness and self-revelation*. Londen: Routledge, 2012. p. 1

¹³ Van Dale, *Groot woordenboek der Nederlandse taal*. Van Dale Lexicografie, Utrecht, eerste uitgave 1864, 1999. p. 251

zelfportretten, essayfilms, de briefstijl modus en de huiselijke etnografie.¹⁴ Deze verschillende stijlen hebben één ding gemeen: ze proberen een manier te vinden om de filmmaker te representeren, audio en visueel, als een historische, non-fictionele en cognitieve entiteit. Dit wil niet zeggen, dat dit ook daadwerkelijk in elke autobiografische documentaire gebeurt.¹⁵

John Ellis stelt in, *'Documentary. Witness and self-revelation'* dat documentaire door een periode van grote veranderingen gaat.¹⁶ Niet alleen door digitale technologieën, maar ook door hoe documentaire wordt gebruikt. Na de ontwikkelingen van de bioscoop documentaire, waarin veel gebruik werd gemaakt van reconstructies, en de observatie documentaire, als antwoord op de vraag van televisie, komen we nu in de derde fase. Deze derde fase is een resultaat van een nieuwe houding tegenover de fotografie in het algemeen, die zich heeft ontwikkeld vanaf 1990. Door nieuwe digitale technologieën, zijn er steeds meer mensen nieuwsgierig geworden naar fotografie en de mogelijkheden daarin. Daarin ontwikkelden we van het creëren van herinneringen naar het altijd in de gaten worden gehouden door bewakingscamera's. De fotografie heeft een continu gevoel van 'in de gaten worden gehouden' gecreëerd. Hierdoor hebben we geleerd om te gaan met camera's en onze zelfpresentatie. Vroege televisie spelshows met daarin 'gewone' mensen laten zien dat het bewustzijn van het presenteren en acteren voor een camera veel minder aanwezig was dan het in de huidige maatschappij is. Ook voor documentaire geldt dat mensen daarin iemand anders kunnen spelen voor de camera of zich zo gedragen dat zij niet meer lijken op zichzelf. Fotografie en video hebben zich in een tempo ontwikkeld waarin verschillende generaties anders omgaan met deze media. Zo zien we in het programma **CONNECTED** dat de vader van een van de vrouwen, erg camera schuw is. Hij lijkt niet op zijn gemak voor de camera, terwijl zijn dochter rustig al haar problemen

¹⁴ Robin Curtis, *Conscientious Viscerality. The Autobiographical Stance in German Film and Video*. Berlijn, Edition Imorde, 2006. P. 2 en Thomas Austin en Wilma de Jong (red.) *Rethinking Documentary. New Perspectives, New Practices*. Maidenhead: Open University Press, 2008. P. 39

¹⁵ Robin Curtis, *Conscientious Viscerality. The Autobiographical Stance in German Film and Video*. Berlijn, Edition Imorde, 2006. P. 2

¹⁶ John Ellis, *Documentary. Witness and self-revelation*. Londen: Routledge, 2012. P. 2

voor de camera vertelt. Zo'n televisieverschijning is toch maar tijdelijk, lijken de vrouwen te denken. In deze derde fase van documentaire is er meer kennis en begrip van het film maken en het bekijken. Toch leiden documentaires nog steeds tot discussies en het uitlokken van sterke empathische emoties.¹⁷ In de analyse is meer over deze emoties te lezen.

Autobiografieën zijn per definitie subjectief. De waarheid die wordt gepresenteerd is die van de maker en het onderwerp zelf.¹⁸ Mede hierdoor is het verschil tussen volledig autobiografisch en autobiografische elementen in de film niet gelijk duidelijk of eenduidig bij autobiografische documentaires.

Bij autobiografische documentaires verwateren ook de grenzen tussen publiek en privé. De camera neemt de plaats in van een gast aan tafel en filmt de meest privésituaties. Dit zien we ook terug in de film, waarvan wordt gesteld dat het misschien wel de eerste autobiografische film is. Deze film *Le Repas de Bébé*, van Louis Lumiere duurt maar 50 seconden en wordt vertoond in het filmprogramma van het Grand Café in Parijs op 28 december 1895. In deze film zien we hoe zijn broer Auguste zijn gehandicapte zoon Andrée te eten geeft.¹⁹

1.2 Amateurfilm

Amateurfilms zijn films die niet door professionals zijn gemaakt.²⁰ Professionals zijn mensen die beroepsmatig ergens mee bezig zijn.²¹

Amateurfilms en met name familiefilms, zijn voor velen herkenbaar omdat het gaat om herkenbare activiteiten, situaties en omgevingen.

¹⁷ Idem, pp. 2-4

¹⁸ Thomas Austin en Wilma de Jong (red.) *Rethinking Documentary. New Perspectives, New Practices*. Maidenhead: Open University Press, 2008. P. 49

¹⁹ Damian Sutton, "The suppleness of everyday life' CGI, the Lumières, and Perception after Photography." James Lyons en John Plunkett (red), *Multimedia Histories. From the Magic Lantern To the Internet*. Exeter: University of Exeter, 2007. Pp. 18-19

²⁰ Stichting Amateurfilm, *Welkom bij de Stichting Amateurfilm*.

<http://www.dagvandeamateurfilm.nl/> Geraadpleegd op 18 januari 2012

²¹ C.A. de Ru (samengesteld), *Wolters' Woordenboek Nederlands Koenen*. Groningen: Wolters-Noordhoff, 1987. P. 990

Amateursfilms laten op unieke wijze de geschiedenis van het dagelijks leven zien.²²

In het dagelijkse taalgebruik staat de term amateurfilm vooral voor het aangeven van enige onwetendheid en een ongeoefende praktijk, herkenbaar aan zijn authentieke en eenvoudige beeldtaal. Toch zijn er ook georganiseerde amateurfilmers, die weliswaar niet-professioneel zijn, maar die hun hobby erg serieus beoefenen en een hoger niveau nastreven.

Met de opkomst van de filmtechniek aan het einde van de negentiende eeuw, vindt de amateurfilm zijn oorsprong. In de twintigste eeuw breekt de amateurfilm echt door, omdat toen de drempel om een filmcamera te kopen minder hoog werd door een lagere prijs en groter bedieningsgemak. Daarvoor was het amateurfilmen eerst alleen een hobby voor de elite.²³

Patricia Zimmermann schrijft in, *'Reel Families. A social history of amateur film'*, over hoe de amateurfilm bepaald werd door Hollywood, filmfabrikant Eastmann Kodak en camerafabrikanten als Bell en Howell. Dus ondanks dat het amateurfilmen vooral een hobby was, was het wel afhankelijk van de filmindustrie. Zimmermann stelt dat door deze bemoeienis amateurfilm in zijn mogelijkheden werd beperkt tot een strikt huiselijk artikel. Het professionele domineerde waardoor de amateurfilm nooit aan deze hoge normen kon voldoen. Verder onderscheidt Zimmermann drie periodes in de ontwikkeling van de amateurfilm, namelijk de amateurfilm als technische speeltje (1897-1923), de amateurfilm als slechte imitatie van Hollywood (1920-1940), en vanaf de jaren vijftig werd de amateurfilm een belangrijk consumptiegoed voor het gezin.²⁴

De geschiedenis van de amateurfilm in Nederland wordt maar gedeeltelijk ondersteund door de analyse van Zimmermann. In Nederland werd het filmideaal niet zozeer bepaald door Hollywood. Het kenmerkte zich door kunstzinnige opvattingen over de amateurfilm. Er werd in veel handboeken en

²² Stichting Amateurfilm, *Welkom bij de Stichting Amateurfilm*.

<http://www.dagvandeamateurfilm.nl/> Geraadpleegd op 18 januari 2012

²³ Susan Aasman, *Ritueel van Huiselijk Geluk. Een cultuurhistorische verkenning van de familiefilm*. Amsterdam: Het Spinhuis, 2004. P.3

²⁴ Patricia R. Zimmermann, *Reel Families. A social history of amateur film*. Indiana: Indiana University Press, 1995. P. 131

amateurtijdschriften bijvoorbeeld een onderscheid gemaakt tussen de serieuze amateurfilmer en de familiefilmer. In het genre van de familiefilm moest men niet blijven steken. De amateurfilmer zocht naar expressie en wilde voorbij de pure registratie. De spanning tussen de amateurfilm als kunst en de amateurfilm als het vastleggen van huiselijke herinneringen is nog steeds actueel. Dit maakt de term amateurfilm wel verwarrend. Zo stelt ook Zimmermann: *'Amateur film is in a constant state of redefinition'*.²⁵

Een groot verschil tussen de huis-, tuin- en keukencinema en de bioscoopfilm of televisiedocumentaire is de manier van communiceren met de kijker. In de bioscoopfilm acteren de acteurs alsof er geen publiek is dat naar hen kijkt. Bij amateurfilm, en dan met name de familiefilm, geldt dit niet. Er is dan een andere relatie met de camera en het publiek. De mensen die gefilmd worden spreken dan vaak rechtstreeks het publiek toe.²⁶ Bij onder andere fictiefilms en soaps worden alle mensen die worden gefilmd, geïnstrueerd om niet in de camera te kijken. De anonimiteit van de toeschouwer wordt opgeheven als iemand recht in de camera kijkt en spreekt.²⁷

Richard Chalfen onderzoekt deze manier van communiceren specifiek voor de familiefilm vanuit een antropologisch perspectief. Chalfen betoogt dat wij deel uitmaken van de *Kodak culture*. Hij inventariseerde de onderwerpen die mensen filmen en concludeerde daaruit dat we steeds dezelfde verhalen vertellen. *'The choice of what to present symbolically in movie form varies little from generation to generation'*.²⁸ De filmwetenschapper Michelle Citron gaat daar nog een stap verder in door te stellen dat de Kodak zonneshijns slechts een schijnwereld is. Home movies zijn eigenlijk dromen over het gezin. Het zijn ideale constructies waaruit zorgvuldig de donkere zijde van het leven wordt geweerd.

²⁵ Susan Aasman, *Ritueel van Huiselijk Geluk. Een cultuurhistorische verkenning van de familiefilm*. Amsterdam: Het Spinhuis, 2004. Pp. 6-8

²⁶ Idem, p. 12

²⁷ Roemer Lievaart, *Films maken*. Amsterdam: QLeQ Dramaprodukties, 2010. Pp.43-44

²⁸ Susan Aasman, *Ritueel van Huiselijk Geluk. Een cultuurhistorische verkenning van de familiefilm*. Amsterdam: Het Spinhuis, 2004. P. 14

Familiefilm heeft dan als functie de dromen van het gezin om te zetten in waardevolle herinneringen.²⁹

1.3 Vlogging

Weblogs of blogs zijn webpagina's gebaseerd op dagboeken, waar iedereen stukjes kan schrijven. Bij videoblogs, vlogs, zijn deze geschreven stukjes video's. Deze video's kunnen ook worden begeleid door geschreven tekst, maar de focus van de *post* is de video. Het gebruik van video's zorgt voor een grotere vrijheid van video bloggers (vloggers) om hun gevoelens en gedachten te delen en te communiceren op een meer directe en interactieve manier met hun kijkers. Vlogging voorziet in de sociale behoefte om verbonden te zijn en herkenning te vinden in iemand zijn ervaringen en ideeën. De focus ligt hierbij op één persoon en daarom krijgen de kijkers ook sterke emoties.³⁰

Vlogging is in de afgelopen jaren erg populair geworden. In januari 2005 werden er door Mefedia, een online directory van vloggers, 617 vlogs geteld in Amerika. In augustus 2009 is dit aantal gegroeid tot 27,782 vlogs. Door de meer directe mogelijkheid tot interactie van vlogs, zijn deze ook zeer geschikt voor het bedrijfsleven.³¹

De software van blogs maakt het mogelijk om als auteur snel nieuwe posts te plaatsen. Bloggers hebben vaak dezelfde doelen en interesses. Blogs zijn traditioneel gebaseerd op tekst, maar dezelfde software kan gebruikt worden om video's te posten. Zoals al eerder gezegd is een vlog een soort blog dat bestaat uit video's die worden gepost op een blog. Video's die worden gepost zijn meestal niet langer dan tien minuten. De reden waarom vlogging zo populair werd, is dat de drempel voor het plaatsen van video's afneemt. Ook is het succes te danken aan websites zoals YouTube en door de mogelijkheid tot gratis *hosting*. In de video's bestaat het intro vaak uit een korte uitleg over wat de kijkers kunnen zien in de video. Sommige vlogs gebruiken een format dat

²⁹ Idem. Pp. 13-15

³⁰ John Warmbrodt et. Al., *Understanding the Video Bloggers' Community*. International Journal of Virtual Communities and Social Networking, 2(2), april juni, 2010. p. 43

³¹ Idem, p. 44

overeenkomt met televisieshows. Kijkers kunnen vaak tekst commentaar achterlaten, zodat er een meer intieme en interactieve ervaring ontstaat dan bij traditionele media.³²

Op YouTube kan je, als je het goed doet, geld verdienen met je video's. Dit kan door partner te worden van YouTube. Het maakt niet uit welk soort vlogs je dan maakt, als ze maar goed bekeken worden. Als YouTube-partner kun je delen in de inkomsten die worden gegenereerd wanneer gebruikers je video's bekijken. Je kunt streaming video's ook rechtstreeks aan kijkers verhuren. Hiermee verdienen de partners dus geld. Verder levert het ook andere voordelen op, namelijk toegang tot bepaalde 'YouTube-hulpprogramma's' voor analyse en inhoudsbeheer, je kunt demografische categorieën targeten en je auteursrechten beschermen. Om partner te worden moet je wel aan bepaalde eisen voldoen. Zo moeten de video's die je maakt origineel zijn en geschikt voor online streaming, je video's moeten vaak worden bekeken en je moet ook regelmatig video's plaatsen. Als je partner bent geworden vallen al je geüploade video's onder de communityrichtlijnen en gebruiksvoorwaarden van YouTube. Dit houdt in dat je ook een groot deel van je rechten verliest of verkoopt aan YouTube.³³ Amateurs kunnen op YouTube dus opklimmen tot professional.

1.4 Vervagende grenzen

In dit hoofdstuk hebben we te maken met verschillende vervagende grenzen. Zo zien we dat bijvoorbeeld de definitie van autobiografische documentaire niet eenduidig is. Ook bij de definitie van amateurfilm zien we vervagende grenzen, want wanneer is een film bijvoorbeeld nog amateuristisch. Hoe vaker je een film maakt, hoe professioneler je wordt. Dit geldt ook voor het maken van video weblogs. Er zijn mensen die geld krijgen voor hun video's en de anderen worden gezien als amateurs. Amateurfilms worden ook wel een consumptiegoed. Bij het genre amateurfilm ontstaat een nieuwe vorm van films door mobiele

³² Idem.

³³ *Voordelen en Kwalificaties*. http://www.youtube.com/t/partnerships_benefits Geraadpleegd op 29 maart 2012

telefooncamera's en videoplatforms. Een nieuwe vorm waar ook vloggen een onderdeel van uit lijkt te maken.

Documentaire en amateurfilm moeten omgaan met dezelfde ontwikkelingen. Eerst door de komst van de fotografie, waardoor er theorieën over het filmisch realisme ontstaan waar later mee gespeeld wordt. Later ontstaan er veranderingen door de opkomst van digitale technologieën. Op dit moment lijken de recente ontwikkelingen bij te dragen aan het ontstaan van vloggen. De technologie is toegankelijk voor veel mensen en iedereen heeft geleerd om te gaan met het presenteren voor een camera.

De trend vanaf de laat twintigste eeuw om het privé leven publiek te maken, doet de grens tussen publiek en privé vervagen. Dit verlangen naar alledaagse herkenbaarheid, zien we ook terug aan de populariteit van de reality series op televisie. Privé levens worden zichtbaar voor het grote publiek. Daardoor worden mensen zich meer bewust van zichzelf en hun presentatie voor een camera.

Tot slot is er ook nog de grens van de consument/producent. Zo zit er een verschil in de relatie met het publiek bij een documentaire en een familiefilm. Bij een familiefilm en vloggen zwaaien de mensen in beeld naar de kijkers. Bij documentaire gebeurt dit niet, maar bij een autobiografische documentaire wordt weer wel het publiek vaak direct aangesproken.

2. Convergentie en het medialandschap

Convergentie is het bij elkaar komen van dingen die eerst gescheiden waren. Convergente media verwijzen naar media inhoud, industrieën, technologieën en digitale en genetwerkte praktijken. Convergentie heeft in de loop van de tijd meerdere betekenissen toegekend gekregen. Graham Murdock heeft een bijdrage gedaan met het onderscheiden van convergentie van culturele vormen, industriële convergentie en technologische convergentie, ook wel de *convergence of Communications systems*.³⁴ Deze laatste vorm van convergentie, de convergentie van communications systems, is de basis van de convergentievormen. Digitale technologieën maken multimedia mogelijk. Het wordt moeilijker om de verschillen aan te wijzen tussen een televisie, een computer en een mobiele telefoon. Deze media kunnen namelijk allemaal voor hetzelfde worden gebruikt en maken ook gebruik van hetzelfde materiaal. Het journaal kan gekeken worden op een mobiele telefoon en een Franse krant kan in het Engels gelezen worden aan de andere kant van de wereld.³⁵

Jay David Bolter en Richard Grusin, professoren van nieuwe media studies, beschrijven convergentie als remediatie: de representatie van een medium in een ander medium. Convergentie is hier de gemeenschappelijke remediatie van tenminste drie belangrijke technologieën, namelijk de telefoon, televisie en de computer. Het belangrijkste argument van Bolter en Grusin is dat genetwerkte digitale media niet de oudere media vervangen, maar hen juist vergezellen in een complex convergent landschap. De remediatie is gemeenschappelijk, omdat internet de televisie verandert, maar de televisie verandert ook internet.³⁶

³⁴ Graham Murdock, *Digital futures: the age of convergence*. In Jan Wieten, Graham Murdock en Peter Dahlgren (red). *Television Across Europe, A Comparative Introduction*. London: Sage, 2000. Pp. 35-57

³⁵ *Media Convergence*. <http://viesverk.uta.fi/fmcs/convergence.html> Geraadpleegd op 13 juni 2012

³⁶ Graham Meikle en Sherman Young, *'Media Convergence. Networked Digital Media in Everyday Life'*. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2012. pp. 2-5

Een andere auteur die een belangrijke bijdrage heeft geleverd aan het begrip convergentie is Henry Jenkins. Zijn boek *'Convergence Culture'* refereert niet alleen maar naar convergentie, maar naar een convergentie cultuur, die groter is dan een set van gespecialiseerde mediapraktijken. Voor Jenkins kan convergentie als volgt worden gedefinieerd:

*'The flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences who will go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want.'*³⁷

Om het proces van convergentie te verduidelijken, kan YouTube als voorbeeld dienen. Op YouTube kan je video's bekijken, maar je kan ook zelf video's importeren. Deze video's kan je zelf hebben gemaakt, maar ook van andere plekken op internet hebben gedownload. Verder kan je op YouTube video's uitkiezen om achter elkaar te laten afspelen, je kan video's beoordelen, commentaar achterlaten en video's delen met anderen. YouTube heeft niet alleen maar materiaal dat gebruikers zelf hebben gemaakt, er zijn ook hele films en televisieprogramma's op YouTube te vinden. Ook deze kunnen worden afgespeeld, beoordeeld en gedownload. Er is niet alleen film en televisiemateriaal, ook radio-omroepen en andere bedrijven zetten hun videomateriaal op YouTube. Dit materiaal is niet alleen te bekijken op de computer, maar ook op mobiele telefoons en *tablets*.³⁸

YouTube illustreert het proces van convergentie door het bij elkaar laten komen van drie dingen die eerst gescheiden waren, namelijk de inhoud van media: video, muziek, films, televisie, radio, games. Ten tweede, computer hardware en software. Ten derde, communicatiepraktijken: YouTube maakt connectiviteit, downloaden, delen en conversationele interactie mogelijk.³⁹

³⁷ Graham Meikle en Sherman Young, *'Media Convergence. Networked Digital Media in Everyday Life'*. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2012. Pp. 5-6

³⁸ Idem, pp. 13-14

³⁹ Idem, p. 14

2.1 Het medialandschap

Sinds de introductie van televisie bepaalden programmadirecteuren decennialang wat wij in onze woonkamers te zien kregen. Deze tijd is nu voorbij; het publiek is verschoven van 'breed' naar 'smal', naar steeds kleinere, meer specifieke niches. Het nieuwe distributiestelsel, het net, maakt dat mogelijk. Op YouTube worden deze niches steeds kleiner. Het publiek dat hier naar kijkt is ook kleiner, maar wel heel precies te identificeren door marktonderzoekers en reclamemakers. YouTube weet precies waar je naar kijkt, waar je naar hebt gekeken en hebt gezocht, waar je dat hebt gedaan enzovoorts.⁴⁰

Hoe ziet het medialandschap er nu uit? Hoe integreert televisie het internet en andersom?

2.1.1 Televisie

Televisie is een vorm van broadcasting, geconstrueerd als een sociale institutie naar het model van de broadcast radio. De technologische verandering van analoog naar digitale vormen van productie, opslag en distributie brengt vragen met zich mee over de eigenschappen van broadcasting als een sociale institutie en culturele vorm.⁴¹

Televisie heeft bewezen zich erg goed te kunnen aanpassen aan de serie van fundamentele economische, technologische en culturele veranderingen. Hoewel sommige mediatheoretici nog speculeren over de opties tussen *push media* (TV) en *pull media* (digitale media en het internet) stelt John Caldwell in '*Convergence television: aggregating grom and repurposing content in the culture of conglomeration*' dat de televisie zich al lange tijd geleden heeft bewezen als *pull medium* (door interactiviteit). Televisie boekt successen met de

⁴⁰ John Seabrook, (verkorte bewerking) *Google kocht YouTube – Hoe nu geld verdienen?*
<http://www.denieuwereporter.nl/2012/05/google-kocht-youtube-hoe-nu-geld-verdienen/>
Geraadpleegd op 8 mei 2012

⁴¹ Jostein Gripsrud, *Broadcast Television: The Chances of its survival in a digital age*. Uit *Television after TV*. P. 210

programming, productie en marketing en investeert tegelijkertijd in nieuwe technologieën.⁴²

De convergentie van televisie en internet gaat niet alleen maar over het mixen van digitale technologieën. Het gaat ook over actieve en passieve gebruikers, toegang tot digitale technologieën en de snelheid hiervan, en culturele smaak en sociale distinctie. Convergentie introduceert de noodzaak van institutionele reorganisatie en veranderingen in het format van programmeren.⁴³

Programmeren is niet meer alleen de inhoud van broadcasting, maar kan nu beter worden begrepen als een tekstuele vorm met een boodschap, die op verschillende manieren wordt uitgedragen. Een televisiekanaal is nu nog maar één van de manieren waarop (een deel van) het programma gezien kan worden. Nieuwe vormen van programma's zijn er in overvloed. Dit gaat van 'infotainment' tot 'reality shows' tot kanalen die zich alleen maar focussen op het bereiden van eten of het verbouwen van huizen. Televisieprogramma's zijn op meer plekken beschikbaar en worden opgerekt door het laten zien van één aflevering, een seizoen of een hele serie. Vanavond is het programma op een apart betaalde zender, een week later is het op de kabel televisie, een dag later kan het worden bekeken 'on demand' of op uitzending gemist en een jaar later is de hele serie verkrijgbaar op dvd. Aan de andere kant is het programma maar een deel van een grotere beleving, waarbij ook verschillende websites horen met kortere afleveringen en extra materiaal, beschikbaar op telefoon en tablet. Daarnaast worden er soms nog boeken, documentaires en videospellen en t-shirts uitgegeven. 'The temporal scarcity of television programs is being replaced with incentives for temporal investment.'⁴⁴ Het medium televisie speelt dus in op de veranderingen met institutionele en narratieve strategieën.⁴⁵

⁴² John Caldwell, *Convergence Television: Aggregating Form and Repurposing Content in the Culture of Conglomeration*. Uit *Television after TV*. Pp. 45-47

⁴³ Lisa Parks, *Flexible Microcasting: Gender, Generation, and Television-Internet Convergence*. Uit *Television after TV*. P. 134

⁴⁴ Shawn Shimpach, *Television in Transition*. West Sussex: Wiley-Blackwell, 2010. Pp. 4-15

⁴⁵ Idem, p. 2

2.1.2 Internet

Het internet is vooral een plek voor doelgerichte activiteiten. Het is een plek om verschillende soorten specifieke informatie op te zoeken, om deel uit te maken van discussies op fora en om spelletjes te spelen.⁴⁶ Dit is ook de plek waar het vloggen plaatsvindt.

YouTube speelt een grote rol in de convergentie tussen televisie, film en internet. In de beginjaren van de website was de ondertitel: 'Your Digital Video Repository'. Tegenwoordig is het statement van YouTube: 'Broadcast Yourself'. Tussen deze twee statements zitten heel wat ontwikkelingen. YouTube is officieel gelanceerd in juni 2005. De doelstelling was om de technische barrières voor het delen van video online weg te halen. De website voorzag daarin met een simpele interface waarin gebruikers video's konden uploaden, publiceren en bekijken, zonder dat de gebruikers daarbij veel technisch inzicht nodig hadden.⁴⁷

Het succes begon in oktober 2006 toen Google de site kocht. Op YouTube bestaan de door de gebruiker aangemaakte inhoud en de commercieel gemaakte inhoud naast elkaar. YouTube moet niet alleen een publiek bij adverteerders brengen, maar ook het publiek iets bieden wat niet op televisie te zien is. De marketingstrategieën van Google brengen YouTube verder in de lift.⁴⁸

Sinds 2008 komt YouTube, volgens verschillende marktonderzoeken, constant voor in de top tien van meest bezochte websites wereldwijd. Het aantal video's dat werd geupload groeide exponentieel verder. De populariteit van de site is volgens Jean Burgers en Joshua Green vooral te danken aan de verschuiving van de website als persoonlijke opslagruimte voor video's naar een platform voor publieke zelfexpressie. Het is de combinatie van de zelfgemaakte video's en de commerciële inhoud die de verbeelding van het publiek vasthoudt. Door deze combinatie vinden er ook veel discussies plaats over copyright, participatiecultuur en de marktstructuren van online video distributie. YouTube

⁴⁶ Jostein Gripsrud, *Broadcast Television: The Chances of its survival in a digital age*. Uit *Television after TV*. P. 218

⁴⁷ Idem, pp.1-4

⁴⁸ Michael Strangelove, *Watching YouTube. Extraordinary videos by ordinary people*. Toronto, University of Toronto Press, 2010, pp.6-7

is het platform voor video's, maar is niet de producent van de video's. De oriëntatie van YouTube heeft altijd gelegen bij het delen, *sharing*, van de video's.⁴⁹

Elke internet gebruiker mag gratis YouTube filmpjes bekijken, maar alleen YouTube leden mogen video's uploaden. Leden hebben zich gratis geregistreerd en mogen een kanaal creëren. Er kan ook gekozen worden voor een betaald kanaal voor extra privileges. Een kanaal is een pagina van YouTube. Op deze kanalen kan informatie, wel of niet waar, worden gevonden over de maker van zijn of haar geüploade video. De video's kunnen worden bekeken en becommentarieerd door andere mensen op YouTube. Bij de video komt te staan hoe vaak deze is bekeken, hoewel dit getal vaak niet overeenkomt met het echte aantal. Dit komt doordat mensen die de video meerdere keren bekijken weer opnieuw worden geteld. Ook kijken er soms meerdere mensen tegelijk en als de video opnieuw wordt geplaatst, begint de telling ook weer opnieuw.⁵⁰ Naast de niet-leden en leden, bestaan er ook nog de YouTube partners, zoals besproken in hoofdstuk één.

Op televisie is de uitzendtijd beperkt en een programmering van hoge kwaliteit is zeldzaam en duur om te produceren. Op YouTube is de zendtijd onbeperkt en het kost YouTube vrijwel niets. YouTube draait om kwantiteit, niet om kwaliteit. Toch besteedt een gemiddelde YouTube-kijker 15 minuten per dag aan YouTubevideo's en wordt er gemiddeld nog vier uur per dag naar de televisie gekeken. YouTube werkt daarom hard aan het verbeteren van de kwaliteit van de video's. Dit doet ze door het verzamelen van schrijvers, regisseurs en producenten om hun eigen content te produceren. Ook worden goed bekeken vloggers gestimuleerd in het blijven maken van 'goede' vlogs, door het aanbieden van een partnercontract.⁵¹

⁴⁹ Jean Burgers en Joshua Green, *YouTube Digital Media and Society Series*. Cambridge: Polity Press, 2009. Pp. 2-4

⁵⁰ Michael Strangelove, *Watching YouTube. Extraordinary videos by ordinary people*. Toronto, University of Toronto Press, 2010. Pp.19-21

⁵¹ John Seabrook, (verkorte bewerking) *Google kocht YouTube – Hoe nu geld verdienen?* <http://www.denieuwereporter.nl/2012/05/google-kocht-youtube-hoe-nu-geld-verdienen/>
Geraadpleegd op 8 mei 2012

2.2 Crossmedia

Het mixen van mediavormen is niet iets nieuws. Digitalisatie en de ontwikkeling van genetwerkte praktijken hebben het idee van multimedia alleen uitgebreid.⁵²

Een begrip dat vaak in één adem genoemd wordt met convergentie, is crossmediaal. Door de convergentie tussen media ontstaan er cross-media-platvormen en cross-mediale producties. Reality programma's, zoals **CONNECTED**, maken hier steeds meer gebruik van. Harry van Vliet, Lector Crossmedia Business, vertelt in een openbare les, 'Idola van de crossmedia', over het begrip crossmedia. Volgens Van Vliet zijn er drie typerende aspecten van crossmedia. Zo is een aspect van crossmedia dat inhoud meerdere keren, over verschillende kanalen wordt aangeboden. Het tweede aspect van crossmedia is dat de verschillende kanalen zoals televisie, radio, print en internet hun eigen kenmerken en eigenaardigheden hebben. Het derde aspect haakt aan bij een veel gehanteerde typering van crossmedia door deze bijna uitsluitend te typeren aan de hand van verschillende distributiekkanalen. Door de huidige ontwikkelingen van onder andere digitalisering en convergentie is het noodzakelijk de andere stappen in de contentketen mee te nemen. Dit betekent dat naast de distributie er ook aandacht moet zijn voor de samenstelling van crossmediale inhoud, de push en pull van crossmedia inhoud naar verschillende apparaten, de consumptie van crossmediale content en de co-creatie van content door niet traditionele aanbieders. Met dit laatste wordt de keten ook een cirkel: de consumptie is geen eindpunt maar de inhoud is een halffabricaat dat hergebruikt en verrijkt wordt en opnieuw zijn weg vindt naar een volgende consument in een ander 'package' via andere kanalen.⁵³

⁵² Graham Meikle en Sherman Young, *'Media Convergence. Networked Digital Media in Everyday Life'*. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2012. P. 88

⁵³ Harry van Vliet, *Idola van de crossmedia*. 15 januari 2008.

<http://www.denieuwereporter.nl/2008/01/idola-van-de-crossmedia/> Geraadpleegd op 16 februari 2012

3. Connected

In dit hoofdstuk worden de kenmerken van vlogging afgezet tegen het programma connected. Eerst wordt de vorm en de stijl van vlogs besproken, dan volgt er een korte uitleg over het televisieprogramma. Vervolgens worden bepaalde elementen die al eerder naar voren kwamen, tegen elkaar afgezet.

3.1 Vorm en stijl van vlogging

Elk vlog heeft een bepaalde vorm. Een vlog bestaat niet uit een willekeurige collectie van elementen en daardoor vinden kijkers het wel erg als ze het begin of het einde van een vlog missen. Vlogs hebben dus een bepaald patroon. Dit systeem van relaties tussen delen, wordt ook wel de vorm genoemd. De bekendste vorm draait om het vertellen van een verhaal. Deze narratieve vorm zorgt ervoor dat kijkers een serie van gebeurtenissen wil volgen van het begin tot het einde.⁵⁴

Zoals al eerder is besproken zijn vlogs meestal niet langer dan tien minuten. Er worden vaak meerdere vlogs van één persoon geplaatst. Hier gaat dan een bepaalde tijd overheen. Zo heb je vloggers die elke dag een nieuwe vlog plaatsen, of elke week, maar ook zijn er vloggers die maar één keer in de zoveel tijd een vlog maken. Ook kan er een losse vlog zijn gemaakt. Vlogs hebben vaak een narratieve vorm die wordt afgerond in het vlog, maar aan de andere kant is er ook een narratieve structuur te ontdekken als één persoon dagelijkse vlogs plaatst, tussen al de video's. Bij vlogs kan er dus sprake zijn van twee narratieven: één die binnen het vlog wordt afgerond en één waar misschien wel geen gesloten eind aan komt. Het kan natuurlijk zijn dat een vlogger besluit te stoppen met vloggen en dit vertelt in zijn laatste vlog, zo kan er toch nog een eind aan het tweede narratief komen.

Een ander belangrijk element om naar te kijken als het gaat om vlogging is de stijl. Bepaalde technieken zorgen ervoor dat vlogs een bepaald formeel systeem hebben en daardoor ook worden herkend als vlogs.

⁵⁴ David Bordwell en Kristin Thompson, *Film Art. An Introduction*. New York: McGraw-Hill, 2008. p. 53

Een techniek die de stijl van een video heel erg kan beïnvloeden is de mise-en-scene. Mise-en-scene bestaat uit de setting, de kostuums, het licht en het gedrag van de figuren. Door het op een bepaalde manier inzetten van de mise-en-scene kan er een impressie van realisme gecreëerd worden.⁵⁵

De setting van vlogs is op het eerste gezicht van ondergeschikt belang. Het gaat in vlogs namelijk vooral om het vertellen van een verhaal. Toch draagt de setting veel bij aan de stijl van vlogs. De setting bestaat vaak uit een kamer in het huis van de vlogger. Soms wordt er nog wat gesleuteld aan die setting, bepaalde objecten worden verplaatst, zodat deze niet in beeld komen tijdens het opnemen. Dit zijn meestal geen grote veranderingen, omdat een vlog vrij spontaan wordt opgenomen. De kostuums dragen bij aan het neerzetten van de vlogger zelf. De vlogger zal niet speciaal voor het opnemen van zijn/haar vlogs, kleren aandoen die hij/zij normaal niet draagt. Voor het opnemen van vlogs wordt er door de meer professionele vloggers wel rekening gehouden met de belichting. Daar worden soms speciale lampen voor aangeschaft. Door de minder professionele vloggers, wordt er ook rekening gehouden met de belichting, maar dit wordt gedaan door het kiezen van een geschikte setting, bijvoorbeeld tegenover een raam. Geen van de vloggers wil natuurlijk dat de video overbelicht of onderbelicht is, maar daar houdt het ook wel een beetje op. Soms wordt een vlog buiten opgenomen en worden dan geen extra lampen of schermen gebruikt. Vloggers die ook nog andere type video's maken, zoals reclame voor een bepaald merk, besteden in die video's vaak wel meer aandacht aan licht, kostuums en setting.

Het gedrag van de figuren draagt ook bij aan het creëren van een waarheidsgetrouwe weergave van de vlogger. Er wordt niet geacteerd of anders voorgedaan dan dat de vlogger is. Doordat de vlogger vertelt over zichzelf aan de kijker, wordt de vlogger dus een deel van het onderwerp of wordt de vlogger benadrukt als een gemeenschappelijkheid met het onderwerp. Dit autobiografische deel van vlogging zorgt voor een hoge mate van intimiteit, waardoor de vlog dwingend en overtuigend op de kijker kan overkomen.

⁵⁵ David Bordwell en Kristin Thompson, *Film Art. An Introduction*. New York: McGraw-Hill, 2008. pp. 112-113

3.2 Connected

In het programma **CONNECTED** van de NCRV wordt het leven getoond van vijf vrouwen die een half jaar lang elke dag een uur van hun leven hebben gefilmd. Het programma komt oorspronkelijk uit Israël en was daar een groot succes. De vijf vrouwen bepalen zelf wanneer zij de camera aan- en uitzetten en delen met de camera wat ze voelen, meemaken en denken zonder dat daar een regisseur bij aanwezig is. Nog nooit was de realiteit zo echt op televisie, stelt de NCRV.⁵⁶ In Israël is het programma het hoogst gewaardeerde programma op kabel tv. Het wordt dan ook dagelijks uitgezonden. De vrouwen die elkaar verder niet kennen, vertellen ieder hun eigen verhaal en worden daarmee verbonden met elkaar. Het programma is gebaseerd op *self-exposure* en *self-publication online*. Het format bevat daarom ook crossmediale elementen, zoals het extra materiaal op internet. In Israël is inmiddels een tweede seizoen begonnen. Dit tweede seizoen vertellen niet vijf vrouwen, maar vijf mannen over hun leven.⁵⁷

Willem Hoes, hoofd televisieformats van de NCRV, stelt dat dit programma de puurheid van het leven is. "Bij ruzies draait de camera ook. Als een van de vrouwen liefdesverdriet heeft, staat dat erop. Hopelijk inspireren die herkenbare verhalen de kijkers. Om zelf na te denken over wat zij in zo'n situatie zouden doen."⁵⁸

De omroep heeft vrouwen geselecteerd die al veel ervaring hadden met sociale netwerksites en die zich er niet voor schaamden hun leven te delen met de wereld. De vrouwen kregen vervolgens twee maanden de tijd om proef te filmen, zodat zij en hun omgeving konden wennen aan de constante aanwezigheid van een camera. Ook kregen de vrouwen een cursus filmen om te leren hoe ze de camera het beste konden vasthouden, rekening te houden met

⁵⁶ 'Wat is Connected eigenlijk?' <http://connected.ncrv.nl/nieuwsblogs/wat-is-connected-eigenlijk>
Geraadpleegd op 14 februari 2012

⁵⁷ 'Are you ready to be Connected?' <http://www.armozaformats.com/connected.html>
Geraadpleegd op 15 mei 2012

⁵⁸ Rianne van der Molen, 'Dit is de puurheid van het leven'. Algemeen Dagblad, 4 februari 2012.
P.2

de situatie, de omgeving in beeld te brengen, rekening te houden met licht en geluiden en hoe zij goede shots konden maken.⁵⁹

De vijf vrouwen die door de NCRV zijn geselecteerd zijn: Mira (32 jaar) heeft drie kinderen, een eigen bedrijf en al meer dan tien jaar een relatie met Rikkert. De single Jozanneke (34 jaar) moeder van Beer, haar vierjarige dochter. Jozanneke werkt als paaldanseres en DJ WANNABEASTAR. Kunststudente Loes (21 jaar) komt uit een klein dorp op het Brabantse platteland. Hier woont ze afwisselend bij haar vader en haar moeder. De 29-jarige Anne werkt als scenarioschrijfster, maar heeft last van angsten en depressieve gevoelens. De laatste vrouw is de 36-jarige Git. Git werkt als lerares op een basisschool, is gescheiden en moeder van twee kinderen. In het programma zien we haar een relatie beginnen met haar beste vriend Maarten.⁶⁰

Vooraf hebben de vrouwen met de makers een verhaallijn besproken. Zo was de verhaallijn van Mira, die van een vrouw die vele ballen tegelijkertijd in de lucht moet zien te houden. Naast het filmen van hun leven, was hen ook gevraagd om op hun leven elke dag in een één uur durende monoloog te reflecteren. Qua regie is er weinig bijgestuurd. Wel moest Git werken aan haar cameratechnieken en moest Mira soms situaties verduidelijken door bijvoorbeeld haar moeder ook een keer te laten zien en het niet alleen maar over haar te hebben.⁶¹

Het rechtstreeks in de camera vertellen van de belevingen die de vrouwen meemaken en de camera als een soort dagboek en uitlaatklep te gebruiken laat zien dat dit programma vergelijkbaar is met een vlog. Hieronder worden bepaalde elementen verder belicht.

3.3 Amateur versus Professional

Door ontwikkelingen in de fotografie zijn mensen zich meer bewust geworden van hun zelfpresentatie werd er in hoofdstuk één gesteld. Reality televisie doet

⁵⁹ 'De camera als spiegel' Brabants Dagblad, 4 februari 2012.

⁶⁰ 'Wat is Connected eigenlijk?' <http://connected.ncrv.nl/nieuwsblogs/wat-is-connected-eigenlijk> Geraadpleegd op 14 februari 2012

⁶¹ Natalie Huijsloot, *Collectieve televisiotherapie Media; Interview Twee vrouwen van Connected*. De Volkskrant, 22 maart 2012, blz. 16

daar nog een schepje bovenop, door 'gewone mensen' in programma's een hoofdrol te laten spelen. Cultuurcritici zijn verdeeld over de realityprogramma's, stelt Graeme Turner: *'At one end there are those who see reality TV as a tasteless and cynical exploitation of ordinary people's interest in becoming famous, on the one hand, and the contemporary audience's regrettable fascination with witnessing spectacles of shame and humiliation on the other. At the opposite end, there are those who regard reality TV as a positively empowering development which has opened up the media to new participants.'*⁶²

De vraag waarom mensen meedoen aan realityprogramma's en waarom mensen daar naar kijken, staat hier niet centraal. Wel interessant is het dat realityprogramma's, nieuwe deelnemers een kans geven. Deze nieuwe deelnemers, mogen dan amateurs zijn met betrekking tot het maken van programma's en dergelijke, in de huidige maatschappij hebben de meeste mensen al wel om leren gaan met en voor een camera.

De relatie tussen amateurs en professionals zien we steeds terugkomen bij het behandelen van vlogging en **CONNECTED**. Zoals ook in hoofdstuk één naar voren is gekomen, lijkt deze grens aan het vervagen. We zien bij vlogging dat hoe vaker mensen video's maken, hoe beter ze hierin worden en hier dan ook geld voor kunnen krijgen. Bij **CONNECTED** zien we dat de vrouwen worden geprofileerd als amateur, maar wel een cursus filmen hebben gehad. De vrouwen hebben bepaalde technieken geleerd. Toch wordt ook hier vaak hand-held gewerkt. De camera wordt ook vaak ergens neergezet om meer van de omgeving mee te krijgen. Hierdoor kan in de montage van het programma een keus worden gemaakt tussen shots. Deze afwisseling zorgt er alleen wel voor dat de kijker niet meer snapt hoe de vrouwen deze afwisseling hebben kunnen maken. Waarschijnlijk is er gebruik gemaakt van meerdere camera's. Ook worden de opnames van de vrouwen door professionele mensen bewerkt, voordat het materiaal wordt uitgezonden. De professionele editors zullen over meer technieken beschikken en deze ook zeker toepassen. Door deze technische

⁶² Graeme Turner. Citaat uit: John Ellis, *Documentary. Witness and self-revelation*. Londen: Routledge, 2012. P.48

montage, wordt een afstand gecreëerd met de kijker. Het wordt niet meer iets dat de kijker ook zelf kan maken of kan doen. Een vlog kan iedereen maken en op internet plaatsen, maar voor **CONNECTED** heb je een filmcursus nodig en bronnen bij de televisie.

3.4 Privé versus publiek

In 1895 werd er met de film van Louis Lumière al de populariteit voor het dagelijkse leven vastgesteld. Ook de televisie focust zich met realityprogramma's op het dagelijkse leven en de 'gewone' mens. In **CONNECTED** zien we dat het leven van gewone vrouwen met een gezin en de emoties die daarbij horen worden getoond. Een verschil met vlogs is dat het leven van de vrouwen wordt gedestilleerd en samengevat. Bij **CONNECTED** gebeurt dit niet door de vrouwen zelf. Bij vlogs is er meer sprake van een observatie en de keuze van wat er wordt laten zien en wat niet, ligt hier bij de vlogger zelf.

Een ontwikkeling vanuit de amateurfilm traditie, is dat deze films niet alleen meer voor de eigen familiekring worden gehouden, maar dat deze via internet verspreid worden. Het deelnemen aan realityprogramma's laat dit ook zien: mensen willen hun leven graag 'delen' met anderen en daarmee in de belangstelling staan.

Het programma en vlogs worden met dezelfde doeleinden ingezet, namelijk om een persoonlijke observatie van de maatschappij weer te geven. Deze manier van filmen maakt het mogelijk situaties op een directe manier weer te geven en hier persoonlijk op te reageren. Deze 'first-person' films, zoals Richard Kilborn en John Izod ze noemen, zijn per definitie subjectief en hebben afstand gedaan van het idee dat fantasie en illusie nooit betrokken kunnen zijn bij een film.⁶³

⁶³ Richard Kilborn en John Izod, *An Introduction To Television Documentary. Confronting Reality*. Manchester: Manchester University Press, 1997. Pp. 81-83

3.5 Emoties

Bij zowel vlogging als **CONNECTED** spelen emoties een belangrijke rol. Door emoties blijven kijkers geïnteresseerd.⁶⁴

Bij **CONNECTED** valt op dat de Kodak Cultuur zoals Chalfen en Citron die beschreven niet op gaat. De donkere zijde van het leven wordt niet geweerd. Één van de vrouwen is depressief en een andere vrouw gaat in relatietherapie met haar man, omdat het niet goed gaat tussen hun. Ook kampen de vrouwen met kinderen met opvoedingsproblemen, die zij met de kijkers delen.

Bij vlogs lijkt de Kodak Cultuur meer op te gaan. Vaak worden de positieve ervaringen van het leven gedeeld. Wel verschilt dit heel erg per vlogger. Zo worden door Teske de Schepper, YouTube naam Teskuh, meer de positieve dingen verteld. Dat ze was gezakt voor haar eindexamen, wordt eerst een paar dagen verwerkt, voordat dit wordt gedeeld voor de camera. Alwin Ritstier, YouTube naam YourSmokinDog, vertelt wel zijn negatieve ervaringen over hoe slecht hij zich soms voelt. Ook heeft hij vertelt dat hij een hypochonder is en dat zijn moeder is overleden.

Wat ook bijdraagt aan de sfeer en de emoties is de muziek. Dit zien we vooral bij **CONNECTED**. Muziek wordt onder het verhaal van de vrouwen geplaatst en als de vrouwen zelf niet spreken is er ook muziek te horen. De muziek versterkt het beeld en het verhaal. Ook wordt een opname waarin de vrouw de situatie vertelt, vaak als voice over gebruikt bij andere beelden. Bij de meeste vlogs wordt er geen muziek gezet onder het verhaal. Alleen bij een intro is vaak muziek te horen.

Er wordt binnen een opname van de vrouwen van **CONNECTED**, door een editor gekozen welke stukken wel en welke niet worden uitgezonden. Het verhaal blijft hierdoor wel duidelijk, maar krijgt hierdoor een andere invalshoek. Als een vrouw tien positieve dingen op een dag vertelt en één negatief stuk, kan er gekozen worden om alle negatieve stukken van alle dagen achter elkaar te zetten. Zo ontstaat er een heel andere verhaallijn. Deze keuze draagt ook bij aan de emoties die naar voren komen. Hetzelfde geldt voor vlogs. Als een vlogger

⁶⁴ John Ellis, *Documentary. Witness and self-revelation*. Londen: Routledge, 2012. P.128

alleen maar positieve dingen vertelt, lijkt het hele leven van de vlogger niks negatiefs te bevatten. De kijkers kunnen hier blij van worden, maar ook heel jaloers. Bij **CONNECTED** wordt er op een andere manier rekening gehouden met welke emoties het materiaal bij de kijker kan oproepen. Dit gebeurt niet door de vrouwen zelf, maar wel door degene die het materiaal kiezen. Bij vlogs wordt er misschien ook wel rekening gehouden met wat het materiaal oproept bij de kijker, maar dit wordt meer gedaan omdat de vlogger deze reacties dan vaak leest in het commentaar gedeelte onder de video.

3.6 Crossmediale aspect

Naast de aflevering van connected, heeft connected nog een website. Hierop zijn de afleveringen ook te bekijken. Sommige afleveringen waren al te bekijken voordat de uitzending op televisie had plaatsgevonden. Extra materiaal werd hier getoond. Dit extra materiaal bestaat uit korte vaak wel onbewerkte stukjes materiaal van de vrouwen. Deze komen nog meer overeen met echte vlogs. Dit heeft ook te maken met het kunnen reageren onder de video's. Deze mogelijkheid bieden vlogs namelijk ook. Soms komt het voor dat er naast de vlogs ook nog een blog wordt bijgehouden door de vlogger. De video's worden dan niet alleen op YouTube geplaatst, maar ook op de website waar de blog op wordt bijgehouden.

4. Conclusie

De onderzoeksvraag die in deze scriptie centraal staat is de vraag hoe het fenomeen vlogging wordt ingezet in het convergente medialandschap. Dit is onderzocht aan de hand van een analyse van het televisieprogramma **CONNECTED**.

Door de historische verkenning in hoofdstuk één zijn we meer te weten gekomen over het ontstaan van vlogging en de enorme groei van vlogging. We hebben gezien dat vlogging veel overeenkomsten heeft met de autobiografische documentaire en de amateurfilm. Vlogging is eigenlijk een combinatie van de autobiografische documentaire en de amateurfilm. Door vlogging in het perspectief van het huidige medialandschap te plaatsen, is er gekeken naar hoe de convergentie ervoor zorgt dat verschillen tussen media vervagen. Mediavormen komen samen, dus iets wat zich vooral op internet afspeelt, zoals vlogging, komt ook voor op televisie. De geschiedenis van documentaire en vlogging, wordt gedomineerd door televisie. Er wordt gezocht naar manieren om afstand te doen van televisie, door naar nog realistischere vormen en eerlijkheid te zoeken. Terwijl aan de andere kant, realityprogramma's ook zoeken naar realistischere vormen. Dit zien we terug in het programma **CONNECTED**, door de keuze van 'gewone' vrouwen die zelf hun leven filmen. Vlogging probeert zichzelf aan de ene kant te distantiëren van televisie, door bijvoorbeeld het materiaal in eigen hand te houden, maar neemt aan de andere kant ook dingen over. Zo wordt de omgang met bepaalde technieken, zoals de belichting, overgenomen van televisie.

Vlogging wordt nog meer in het professionele circuit getrokken als het wordt gebruikt voor televisieprogramma's. Zo is er sprake van een strakke montage en wordt er van tevoren een bepaalde insteek voor het materiaal gekozen. Ook worden de emoties van de vrouwen niet onder stoelen en banken geschoven. Doordat de vrouwen niet zelf kiezen welk materiaal wordt vertoond, is er sprake van een vrije materiaalkeus die niet wordt beïnvloed door bijvoorbeeld een gevoel van schaamte.

Vlogging kan zich nog verder ontwikkelen in het gebruik van de emoties en de kwaliteit van de video's. Door minder selectief te zijn in de keuze van het materiaal, met betrekking tot de inhoud, ontstaat er een nog subjectiever beeld van iemand zijn leven. Door een toename van de kwaliteit, ontstaat er een breder platform voor de video's. Deze hoeven dan niet meer alleen op internet vertoont te worden, maar zijn kwalitatief dan ook geschikt voor vertoningen op televisie en filmdoek.

Voor een vervolg onderzoek, zou de onderzoeker zich kunnen richten op de verschillende vormen van vlogging. Deze zouden met elkaar vergeleken kunnen worden, om zo bepaalde genres van vloggen vast te stellen. Ook zijn er misschien nog andere televisieprogramma's die elementen bevatten van vlogging. Hiermee zou dit onderzoek veel uitgebreider worden. Tot slot zou een receptieonderzoek interessant zijn, om de invloed van vlogs en/of **CONNECTED** te peilen.

Literatuur

- Aasman, S., *Ritueel van huiselijk geluk: een cultuurhistorische verkenning van de familiefilm*. Amsterdam: Het Spinhuis, 2004.
- 'Are you ready to be Connected?'
<http://www.armozaformats.com/connected.html> Geraadpleegd op 15 mei 2012
- Austin, T. en Jong, W. de, (red.) *Rethinking Documetary. New Perspectives New Practices*. Maidenhead: Open University Press, 2008.
- Bazin, A., *Wat is film?* Weesp: Wereldvenster, 1984.
- Burgers, J en Green, J., *YouTube Digital Media and Society Series*. Cambridge: Polity Press, 2009.
- Caldwell, J., *Convergence Television: Aggregating Form and Repurposing Content in the Culture of Conglomeration*. Uit *Television after TV*.
- Curtis, R., *Conscientious Viscerality. The Autobiographical Stance in German Film and Video*. Berlijn, Edition Imorde, 2006.
- Van Dale, *Groot woordenboek der Nederlandse taal*. Van Dale Lexicografie, Utrecht, eerste uitgave 1864, 1999.
- 'De camera als spiegel' Brabants Dagblad, 4 februari 2012.
- Donselaar, F. van, <http://igitur-archive.library.uu.nl/student-theses/2010-0826-200420/Scriptie%20Floor%20van%20Donselaar.pdf> Geraadpleegd op 25 mei 2012
- *Do You Have What it Takes to be the 'Next' great YouTube Vlogger?*
<http://youtube-global.blogspot.com/> Geraadpleegd op 29 maart 2012
- Eg, R., *Superbijbaan met YouTube-filmpjes*. Metronieuws. 22-02-12.
- Ellis, J., *Documentary. Witness and self-revelation*. Londen: Routledge, 2012.
- Gripsrud, J., *Broadcast Television: The Chances of its survival in a digital age*. Uit *Television after TV*.
- Huigsloot, N. *Collectieve televisioetherapie Media; Interview Twee vrouwen van Connected*. De Volkskrant, 22 maart 2012.

- Kaminsky, M.S., *Naked Lens: Video Blogging & Video Journaling to reclaim the YOU in YouTube*. Organik Media Press, 2010.
- Kilborn, R. en Izod, J., *An Introduction To Television Documentary. Confronting Reality*. Manchester: Manchester University Press, 1997
- Lister, M. et al., *New Media A Critical Introduction Second Edition*. Londen: Routledge, 2009.
- Lyons, J. en Plunkett, J., *Multimedia Histories : From the Magic Lantern to the Internet*. Exeter: University of Exeter Press, 2007.
- Manovich, L., *The Language of New Media*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, 2001.
- Meikle, G., en Young, S., *Media convergence: Networked Digital Media in Everyday Live*. Hamshire, Palgrave Macmillan, 2012.
- Miles, A., *Videoblogs*.
<http://vogmae.net.au/research/thinking/Videoblogging-IDFA/>
Geraadpleegd op 7 mei 2012
- Miles, A., *That Moment Might Do: Videoblogs and the Any-Instant-Whatever*. vogmae.net.au/research/thinking/That-Moment-Might-Do-Videoblogs_And-The-Any-Instant-Whatever/ Geraadpleegd op 7 mei 2012
- Molen, R. van der, *Dit is de puurheid van het leven*. Algemeen Dagblad, 4 februari 2012.
- Parks, L., *Flexible Microcasting: Gender, Generation, and Television-Internet Convergence*. Uit *Television after TV*.
- Seabrook, J. verkorte bewerking: *Google kocht YouTube – Hoe nu geld verdienen?* <http://www.denieuwereporter.nl/2012/05/google-kocht-youtube-hoe-nu-geld-verdiene/> Geraadpleegd op 8 mei 2012
- Shimpach, S., *Television in Transition*. West Sussex: Wiley-Blackwell, 2010.
- Soewargana, S., *Traumatisch verleden ge(re)animeerd. Geanimeerde documentaire- en autobiografische films als middel tot representatie en verwerking van trauma*. <http://igitur-archive.library.uu.nl/student-theses/2010-0601->

200240/MA%20scriptie%20Sarie%20Soewargana_full.pdf Geraadpleegd op 11 mei 2012

- Stichting Amateurfilm, *Welkom bij de Stichting Amateurfilm*.
<http://www.dagvandeamateurfilm.nl/> Geraadpleegd op 18 januari 2012
- Strangelove, M., *Watching YouTube. Extraordinary videos by ordinary people*. Toronto, University of Toronto Press, 2010
- Verkade, R. *Jachtmeesters, ballonvaarders, huwelijken en face-lifts op tienjarig IDFA, 1-12-1997*. <http://writersblock.net/1997/jachtmeesters-ballonvaarders-huwelijken-en-face-lifts-op-tienjarig-idfa/> Geraadpleegd op 16 maart 2012
- Vliet, H. van, *Idola van de crossmedia*. 15 januari 2008.
<http://www.denieuwereporter.nl/2008/01/idola-van-de-crossmedia/>
Geraadpleegd op 16 februari 2012.
- *Voordelen en Kwalificaties*.
http://www.youtube.com/t/partnerships_benefits Geraadpleegd op 29 maart 2012
- Warmbrodt, J. et. Al., *Understanding the Video Bloggers' Community*. International Journal of Virtual Communities and Social Networking, 2(2), april juni, 2010.
- 'Wat is Connected eigenlijk?' <http://connected.ncrv.nl/nieuwsblogs/wat-is-connected-eigenlijk> Geraadpleegd op 14 februari 2012
- Young, P., *The Cinema Dreams Its Rivals: Media Fantasy Films from Radio to the Internet*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006.
- Zimmermann, P.R., *Reel Families. A social history of amateur film*. Indiana: Indiana University Press, 1995