

Inhoudsopgave

Proloog	1
1 Inleiding	3
Televisie blijft populair	4
Wat wil je later worden?	4
Video + blog = vlog	5
Over dit boek	6
2 Van Coffeecam tot YouTube	7
Is er nog koffie?	8
Webcam girl avant la lettre	9
Peepshow	10
Echte livestream	11
Tijd voor QuickTime	12
Internetkrach gooit roet in het eten	12
Podcast	12
Van podcast naar vodcast	13
Vroege vloggers	15
De komst van videosharingwebsites	19
3 Kijken doe je zo!	21
We kijken steeds meer tv	22
Web-tv: internet op de tv	22
Kijken naar internet-tv	23
Maak je tv slimmer	28

4	Valt er wat te kijken?	33
	Online tv-kijken	34
	Digitale en interactieve tv	38
	Online videokijken in het buitenland	39
	Video on demand	40
	Sociale tv	44
5	YouTube (over)heerst	49
	Hoe het begon	50
	YouTube-eregalerij	51
	Nieuwe sterren van YouTube	54
	YouTube-sterren van eigen bodem	56
	Nederlandse YouTubers worden BN'ers	61
	BN'ers worden YouTubers	63
	Zoek het lekker zelf	64
6	Vloggen doe je zo!	67
	Vloggen zonder barrières	68
	Bezint eer gij begint	69
	Vlogger in de dop	70
	Vloggersgereedschap	75
	Een eigen YouTubekanaal maken	76
	Van idee tot concept	80
7	Licht, camera, actie!	83
	Zonder licht, geen beeld	84
	Camera	88
	Geluid	92
	Actie	94
	Compositie	97
8	Opname- en bewerkingssoftware	101
	Applicaties voor smartphone en tablet	102
	Opnemen met computer	109

Livestream opnemen	111
Beeldbewerking en montage op de computer	113
Geluid	114
Creative Commons	117
9 Tips voor een succesvol YouTubekanaal	119
Het gaat niet vanzelf	120
Tip 1: Wees goed voorbereid	120
Tip 2: Kijk naar anderen	121
Tip 3: Vind je niche	121
Tip 4: Maak een plan	121
Tip 5: Stel doelen	121
Tip 6: Ken je doelgroep	122
Tip 7: Maak content	122
Tip 8: Vind je eigen stijl	122
Tip 9: Vertel een verhaal	123
Tip 10: Houd de kijker in spanning	123
Tip 11: Maak een leaderanimatie	123
Tip 12: Wees consistent	124
Tip 13: Plan je video's	124
Tip 14: Leer werken met YouTube	125
Tip 15: Bekijk kanalen van experts op YouTube	125
Tip 16: Voeg kaarten toe	126
Tip 17: Gebruik eindschermen	126
Tip 18: Maak je video beter vindbaar	126
Tip 19: Gebruik eigen thumbnails	128
Tip 20: Maak thumbnails met Adobe Spark Post	129
Tip 21: Deel je video's	130
Tip 22: Koppel je AdSense-account	130
Tip 23: Haal 10.000 kijkers	131
Tip 24: Maak vrienden	132
Tip 25: Ga livestreamen	132
Tip 26: Koester je kijkers en abonnees	133
Tip 27: Werk samen	133

Tip 28: Analyseer activiteiten op je kanaal	134
Tip 29: Gebruik extra software en webdiensten	134
Tip 30: Lever constante kwaliteit	135
Tip 31: Blijf werken aan je kanaal	135
Tip 32: Heb geduld	135
Tip 33: Doe het omdat je het wilt	136
Index	137

Proloog

Halverwege *The Little Buddha* zitten de hoofdrolspelers in een café met uitzicht op de grote Stupa in Kathmandu. De jonge Amerikaanse Tulku vraagt aan de Lama: 'Wat is vergankelijkheid?' De Lama: 'Zie je die mensen die hier vandaag rond de Stupa wandelen? Over honderd jaar zal niemand van hen meer op aarde zijn. En honderd jaar hiervoor bestonden zij nog niet. Dat is vergankelijkheid.'

In 1982 kreeg ik van mijn toenmalige hoofddocent Grafisch Ontwerpen op de Rotterdamse Kunstacademie de opdracht een campagne te maken met als thema 'het idool'. Vanuit mijn achtergrond vroeg ik hem naar zijn ideeën over dat thema. Hij reageerde hierop met: 'Ken je die papierprikkertjes voor op je bureau? Je weet wel, met een rond grijs geëmailleerd voetje van staal en een stevige stalen naald met scherpe punt er middenop? Als ik dit thema zou visualiseren, zou ik beginnen met op zo'n prikker een foto van een vedette, een ster, een beroemdheid of een legende uit de muziekwereld te prikken, en nog een en nog een, of van een filmster, of een kunstenaar. Net zolang tot er nog maar een klein stukje van het staal te zien is. Drie centimeter of zo. Dat is voor mij de verbeelding van een idool, de tragiek van een bekendheid te zijn, de vervangbaarheid en de vergankelijkheid.'

Het is 2017. Ik ben nu 60 jaar. De helden die ik persoonlijk kende uit voorgaande generaties hebben inmiddels het tijdelijke verruild voor het eeuwige. Als het om vloggen gaat heb ik mijn steentje bijgedragen met 'De Roltrap' en 'The Weekly Vlog'. In een tijd waar videobloggen steeds meer draait om sterrenstatus, slimme verdienmodellen en advertentie-inkomsten is videobloggen, puur uit liefde voor het vertellen van visuele verhalen, passé. Maar als er geen plezier in zit, kun je het net zo goed laten. Iedere generatie heeft zijn eigen hemelbestormers. Op een dag ontdek je op welke schouders je staat. *Ontdek VLOGGEN! Alles over vloggen en internet-tv* is een mooi initiatief van Bob Timroff. Met referenties aan de pioniers van het videobloggen van 10 jaar geleden. Een eyeopener voor een nieuwe generatie 'dansers op de vulkaan'.

Huub Koch
Rotterdam 13 maart 2017



Inleiding

Internet heeft zich de afgelopen decennia uiterst snel ontwikkeld en is inmiddels niet meer weg te denken uit ons leven. We e-mailen, webbrowsen (surfen), tekstchatten, videochatten en delen ons leven op sociale netwerken. Internet-tv is na twintig jaar volledig ingeburgerd en we vinden het vanzelfsprekend dat we series en films kijken op een computer, smartphone of tablet, waar en wanneer we maar willen.

Televisie blijft populair

Er werd altijd voorspeld dat we minder tv zou kijken door de komst van internet, maar het tegendeel blijkt waar. We kijken meer tv dan ooit, maar alleen niet meer per definitie op een televisietoestel. Uit een onderzoek uit eind 2016 bleek dat er dagelijks nog gemiddeld 2 uur en 24 minuten tv werd gekeken. 65-plussers keken per dag maar liefst 90 procent televisie. 13- tot 19-jarigen hebben echter weinig aandacht meer voor de buis, maar kijken liever online naar livestreams van gamers of de content van hun favoriete kanalen op YouTube. Ook de leeftijdsgroep van 20 tot 35 heeft niet veel meer op met lineair televisiekijken, maar kijkt liever naar *user generated content*, van vloggers en online tv-formats als StukTV.

Smartphone en tablets

Er zijn steeds meer apparaten bijgekomen waarop we videocontent kunnen bekijken. Settopboxen, mediaservers, computers, smartphones, tablets en dergelijke maken dat we kunnen genieten van films en series en we gebruiken ze daarnaast om te kijken naar onze eigen vakantievideo's, fotoverzamelingen enzovoort.

Een apparaat dat zeer belangrijk is geweest voor deze snelle ontwikkeling is de iPhone, die in januari 2007 door Apple werd geïntroduceerd. De iPhone werd al snel meer dan een telefoon, het was tevens een draagbare computer waar derden applicaties voor konden ontwikkelen. Dit heeft geleid tot talloze apps die de oorspronkelijke functie van de mobiele telefoon – bellen – grotendeels naar de achtergrond hebben verschoven. We kijken tv of andere videocontent op onze smartphone en gebruiken het apparaat daarnaast als foto- en videocamera, en meer.

Wat wil je later worden?

Als je een kind tien jaar geleden vroeg wat hij later wilde worden, kon je erop rekenen dat velen een beroep als piloot, politieagent, dierenarts, of schoonheidsspecialist voor ogen hadden. Een enkeling zou de droom hebben het te gaan maken als popster of als tv-presentator of iets dergelijks. Als we nu jongeren de vraag voorhouden, zullen velen je vertellen dat ze een bekende 'YouTuber' willen worden. Geïnspireerd door de zogeheten YouTube-*influencers* dromen jongeren nu over een eigen kanaal, met miljoenen fans en een sterrenstatus. Zelfs jonge kinderen storten zich tegenwoordig vol overgave op het nieuwe medium. En met succes, getuige de achtjarige Bibi, die met haar bak- en knutsselfilmpjes in april 2017 een zogeheten VEED Award won in de categorie Beste nieuwkomer. Het zal veel jonge kinderen alleen maar nog meer inspireren om niet meer alleen te kijken naar videocontent, maar deze ook zelf te gaan maken. Er is zelfs een hele marketingindustrie rondom de nieuwe online sterren ontstaan, waarbij ze worden ingezet om een merk te vertegenwoordigen. Voor tientallen Nederlandse vloggers en YouTubekanalen is het maken van dagelijkse content een fulltimebaan geworden waarmee een goede boterham valt te verdienen.

Video + blog = vlog

De term videobloggen is zo'n vijftien jaar geleden bedacht toen steeds meer weblogs buiten geschreven bijdragen ook steeds vaker videocontent gebruikten. De combinatie 'video + weblog = videoblog', werd al snel verkort tot 'vlog'. Termen als vodcast, videopodcast, webvlog en internet-tv waren pogingen om enige nuance bieden, maar tegenwoordig staat de term vloggen eerder voor een stijlform – iemand die zichzelf filmt – dan voor een omschrijving van een nieuw medium.

Huidige vloggers hebben er over het algemeen geen besef van dat talloze pioniers de weg voor hun succes hebben vrijgemaakt. Zij experimenteerden met het nieuwe medium en deelden hun kennis met de community die gaandeweg ontstond en ook technische oplossingen ontwikkelden voor 'syndicatie', een manier om content op een eenvoudige manier bij de kijker te brengen. De vlogger van weleer had bepaald niet de beschikking over een comfortabele gebruikersomgeving en functionaliteit die YouTube de huidige vlogger biedt.

Vlogger of YouTuber De term 'vlogger' blijkt enigszins gevoelig te liggen bij een specifieke groep contentmakers op YouTube. Zij worden liever 'YouTuber' genoemd. Soms is dat ook begrijpelijk, aangezien sommige kanalen op YouTube eerder een tv-programma bieden dan een videodagboek.



YouTube heeft uitermate veel bijgedragen aan het wegnemen van barrières zoals het converteren van videobestanden, het publiceren van de content, het maken van een benodigde RSS-feed, het vindbaar maken van de video's enzovoort. Dat is geweldig, maar het heeft er wel toe geleid dat veel mensen het idee hebben dat vloggen en YouTube hetzelfde zijn. Er zijn echter nog diverse andere videosharing-website die eenzelfde service bieden als YouTube en daarnaast zijn er vele platforms bijgekomen waarmee je eveneens video's kunt opnemen, live streamen en kunt delen. Bijvoorbeeld op websites als Vimeo of Dailymotion, of sociale netwerken zoals Facebook, Twitter, Instagram, YouNow, en vele anderen.

Het was tien jaar geleden al duidelijk dat YouTube een dominante rol zou spelen in de wereld van online videocontent, maar maar niemand had de komst kunnen voorspellen van de 20-jarige Felix Kjellberg, die binnen zeven jaar met zijn kanaal PewDiePie meer dan 54 miljoen volgers op YouTube zou verzamelen en hiermee miljoenen dollars per jaar zou verdienen.

Vloggen na tien jaar op de kaart

De inspanningen van Nederlandse vloggers als Enzo Knol, Milan Knol, Kwebbelkop, Nikkie de Jager, Monica Geuze en vele anderen hebben veel bijgedragen om vloggen in Nederland op de kaart te zetten. Maar wellicht was de grootste aandachtstrekker voor het fenomeen wel de negatieve berichtgeving omtrent zogenoemde treiter-vloggers als Ismail Ilgun (Hoodvlogs) en Sofiane Boussaadia (GewoonBoef). Ze hebben er onbedoeld voor gezorgd dat inmiddels bijna iedereen in Nederland wel weet wat vloggen is. Zelfs Mark Rutte bleek een uitgesproken mening te hebben over deze YouTubebegebruikers. Het gevolg is wel de vlog-rage inmiddels is losgebroken in Nederland. Enkele Nederlandse YouTubers zijn plotsklaps BN'ers geworden, en diverse BN'ers doen verwoede pogingen om bekende YouTuber te worden.

Over dit boek

In dit boek maak je uitgebreid kennis met alle mogelijkheden van internet-tv, vloggen en livebroadcasten.

Het boek is hiervoor in drie delen opgebouwd: kijken, maken, delen. Gaandeweg raak je vertrouwd met de vele begrippen en technische zaken die betrekking hebben op het opbouwen van je eigen vlog of internet-tv-kanaal. Een groot deel van het boek besteedt aandacht aan YouTube en het optimaal gebruik van deze populaire videosharingwebsite.

Website

Gezien het beperkte aantal pagina's en het dynamische karakter van het onderwerp, is er een website voor dit boek waar je aanvullende en actuele informatie over de behandelde stof uit het boek kunt vinden. Kijk op zebra404.com.

YouTube

Op YouTube is er ook het kanaal *Vloggen doe je zo!* Hierop vind je niet alleen diverse afspeellijsten die je op weg helpen bij het opzetten van een eigen YouTubekanaal, maar het kanaal zal ook aanvullende informatie bieden bij dit boek door middel van videotutorials, interviews en meer.

Facebook

Gebruikers van Facebook kunnen voor aanvullende informatie terecht op onze bijbehorende Facebook-pagina (facebook.com/vloggendoetjezo). Je kunt hier ook terecht voor vragen en opmerkingen, en daarnaast biedt de pagina een uitstekende manier om in contact te komen iedereen die is geïnteresseerd in vloggen en internet-tv.

Twitter

Natuurlijk kun je ons ook vinden op Twitter. Kijk hiervoor op twitter.com/vloggendoetjezo of volg ons met je Twitter-applicatie en zoek naar [@vloggendoetjezo](https://twitter.com/vloggendoetjezo). Je blijft zodoende op de hoogte en maakt geregeld kans op gratis boeken en meer.

Instagram

Wie tegenwoordig niet aanwezig is op Instagram, tel niet meer mee. Ook hier vind je video's en foto's, informatie over apps, diensten en andere relevante informatie over vloggen, YouTube en internet-tv. Gebruikers van dit sociale netwerk kunnen ons volgen op instagram.com/vloggendoetjezo of in de app van Instagram de zoekterm 'vloggen doe je zo!' intypen.

2

Van Coffeecam tot YouTube

Internet heeft zich de afgelopen decennia uiterst snel ontwikkeld en is inmiddels niet meer uit ons leven weg te denken. We vinden het vanzelfsprekend dat we videoblogs, series en films kijken op een computer, smartphone of tablet. Toch heeft het ruim 20 jaar geduurd voordat alle beloften van internet als doorgiftekanaal van videocontent zijn waargemaakt.

Is er nog koffie?

Internet-tv is zo'n beetje begonnen met de zogeheten *Coffeecam*, de *Trojan Room Coffee Machine* zoals hij officieel heette. Het was een lokale webpagina die was bedoeld voor medewerkers van het Cambridge Computer Laboratory. De coffeecam was een (web)camera die gericht stond op het gezamenlijke koffiezetapparaat. Een applicatie, XCoffee genaamd, plaatste elke 15 seconden een afbeelding van 128x128 pixels op het computerscherm van de medewerkers. Medewerkers konden hierdoor zien hoeveel koffie er nog in de pot zat en zo zichzelf een zinloze trip besparen.

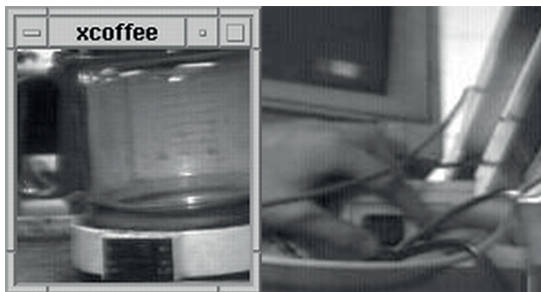
De webcam in 'actie'. Elke 15 seconden werd, in tegenstelling tot de koffie, het beeld ververst.



De *Trojan Room Coffee Machine* werd in 1991 geactiveerd. In eerste instantie was de pagina puur bestemd voor intern gebruik, maar in 1993 werd de webpagina toegankelijk voor alle internetgebruikers. Hele volksstammen bezochten de webpagina om te kijken hoeveel koffie er nog in de pot zat. Toegegeven, het was bepaald geen spectaculaire content in vergelijking met de eindeloze hoeveelheid videocontent die we tegenwoordig tot ons mogen nemen, maar het was overduidelijk dat dit fenomeen een voorbode was voor wat internet ons in de toekomst zou bieden.

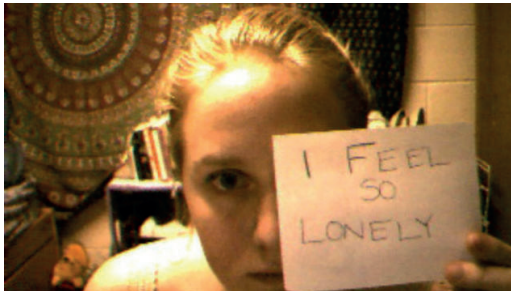
Wie meer te weten wil komen over dit historische fenomeen kan terecht op www.cl.cam.ac.uk/coffee/qsf/coffee.html.

Op 22 augustus 2001 werd de 'Trojan Room Coffee Machine' definitief uitgezet.

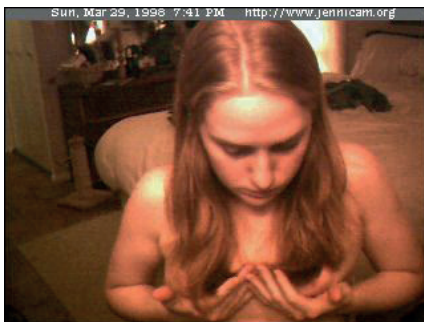


Webcam girl avant la lettre

Een van de eerste succesvolle webcamsites was die van de 19-jarige Jenni Ringley uit Pennsylvania. In april 1996 installeerde zij haar eerste webcam en toonde hiermee elke drie minuten een nieuw beeld op haar website. Iedereen die toegang had tot internet kon Jenni 24 uur per dag, zeven dagen in de week aanschouwen via JenniCam. En hierbij was ze niet te beroerd om de bezoeker zo nu en dan te trakteren op een striptease of ander erotisch getint amusement. Fans van Jenni stuurden haar cadeaus of doneerden geld met behulp van PayPal.



Tja, het is eenzaam aan de top.



De live-'stream' van Jenni had soms niet veel om het lijf.

Na alle publiciteit – en enkele vervelende ervaringen – besloot ze haar webcam in de wilgen te hangen. Een belangrijke reden hiervoor was dat PayPal, waarmee ze haar inkomsten verwierf, het beleid voor naaktbeelden had veranderd en als gevolg hiervan haar website niet meer ondersteunde.



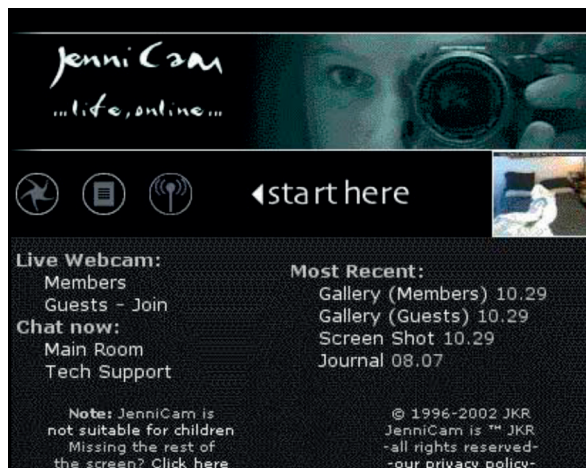
Aan het begin van het internettijdperk was alles mogelijk. Ook slapend rijk worden.

2. Van Coffeecam tot YouTube

Op 31 december 2003 trekt Jenni de stekker er letterlijk uit. Maar met haar initiatief om wildvreemden een kijkje in haar leven te bieden, heeft zij een trend gezet. Ook zijn er mensen die vinden dat het project van Jenni kan worden gerangschikt onder 'performance art'. Vele copycats volgden en ook John de Mol heeft zich wellicht door deze dame laten inspireren toen hij het idee kreeg voor het programma Big Brother.

Jenni, die werkelijk de hele wereld non-stop een blik in haar leven gunde en absoluut geen privacy meer had, is nu getrouwd en werkt als programmeur. Ze heeft geen website, gebruikt geen sociale netwerken en doet niet mee aan enige vorm van personal branding. 'It's a completely different feeling, and I think I'm enjoying it', zei ze er later zelf in een interview over.

Alles over de JenniCam vind je op <http://en.wikipedia.org/wiki/JenniCam>.



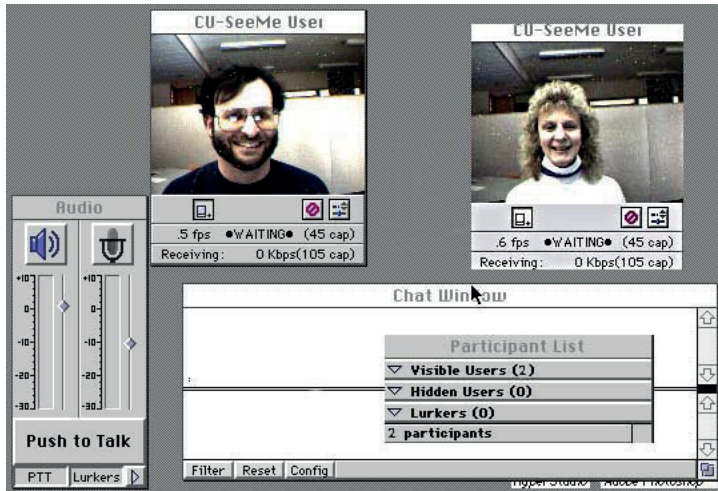
De website JenniCam was uniek in zijn soort.

Peepshow

De mens is verwend, zo is wel bekend. Dus op den duur nam de internetgebruiker geen genoegen met een afbeelding op postzegelformaat die slechts om de drie minuten of dertig seconden werd ververst. De belangrijkste innovaties kwamen – zoals wel vaker met nieuwe technologieën – uit de hoek van de erotische industrie. Casa Rosso in Amsterdam was in 1995 een van de eerste websites die het mogelijk maakte om tegen betaling te kijken naar een livestream met schaars geklede dames. Streamingvideo werd hiermee een feit en de lat werd daardoor wederom een stukje hoger gelegd. Aangezien dit een van de eerste toepassingen op internet was waar flink mee viel te verdienen, ontwikkelden erotische websites zelf hun eigen videobestandsformaten waardoor de bezoekers van de website genoodzaakt werden een speciale plug-in te installeren.

Echte livestream

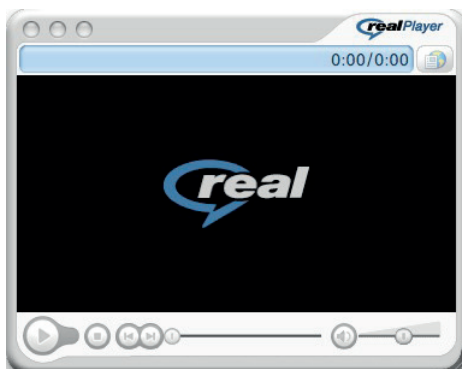
Het programma CU-SeeMe (see you, see me) werd sinds 1992 ontwikkeld voor de Macintosh, maar ondersteunde vanaf 1994 ook het Windows-platform. Deze applicatie maakte het mogelijk om een videokanaal te starten, maar door de Spartaanse configuratie en het bescheiden schermformaat liet de kwaliteit duidelijk te wensen over.



Spartaanse software, maar wel zeer spectaculair voor die tijd.

Toen RealNetworks in 1997 op de proppen kwam met RealVideo waren de verwachtingen hooggespannen. Deze software stelde je in staat om audio en video live te streamen. Met de gratis RealPlayer was het mogelijk live naar audio-uitzendingen te luisteren of naar een live-videostream te kijken.

Het zag er dus echt naar uit dat iedereen videocontent zou kunnen aanbieden. Grote kink in de kabel was de exorbitant hoge prijs voor de benodigde licentie om video live te kunnen streamen. En hoe meer gebruikers je tegelijk wilde bereiken, hoe dieper je in de buidel moest tasten. Live streamen in het RealVideo-formaat was hierdoor slechts weggelegd voor radio- en tv-stations. Maar ook die waren niet blij met het hoge prijskaartje dat er aan deze manier van broadcasten hing.



Videostreamen met RealVideo was uiterst kostbaar. De RealPlayer was echter gratis.