

Mediastorm producer

Eric Maierson



[tekst] Jan Paul Mioulet

Onderdeel van de Zilveren Camera is de Canon Prijs. Sinds twee jaar staat die in het teken van 'vernieuwende fotojournalistiek'. Speciale gast bij de uitreiking was Eric Maierson, producer bij het Amerikaanse Mediastorm. Mediastorm is een bedrijf dat zich volledig toelegt op het maken van multimedialproducties voor internet. Fotografie, film en geluidsopnames vormen de basis voor indringende korte documentaires.

Eric Maierson is geen fotograaf. Hij heeft 'creative writing' en 'dramatic writing' gestudeerd en als docent lesgegeven in schrijven en compositie. Verder heeft hij acht jaar gewerkt in de televisiewereld als veldproducent, wat betekende dat hij veel interviews moest afnemen en teksten moest editen om verhalen te creëren. Daarnaast had hij altijd al een grote interesse in computers. Voor hem viel alles samen in 2006 toen hij bij het Amerikaanse Mediastorm als een van de eerste producers werd aangenomen. Mediastorm is het geesteskind van Brian Storm. Na een opleiding tot fotojournalist heeft Storm als 'first director of multimedia' gewerkt bij MSNBC.com, een samenwerkingsverband van Microsoft en NBC news. Vervolgens werd hij vicepresident van een afdeling bij Corbis die zich vooral bezig hield met nieuws en multimedia. Deze baan bracht hem veel in contact met tophotografen die werden ingehuurd voor diepgaande multimedialproducties. Al deze ervaring nam hij mee toen hij in 2005 Mediastorm oprichtte.

Als bedrijf is het meer dan een simpele productiestudio. Waar het volgens Maierson uiteindelijk bij Mediastorm om draait, is het vertellen van goede verhalen. Daarbij wordt gebruikgemaakt van fotografie, video en audio. Al die techniek staat daarbij allemaal in dienst van het verhaal. "Het is journalistiek met een kleine 'j'", aldus Maierson. "We weten dat er vreselijke dingen gebeuren in de wereld, en doen er vaak niets mee. Maar als je in staat bent om iets te veranderen in de wereld, dan is dat iets uitzonderlijks." Internet biedt hem de mogelijkheid om met zijn verhalen over mensen andere mensen te bereiken en ze betrokken te maken.

Verhalen

Maierson is heel gepassioneerd in zijn werk. Als hij niet bezig is met een productie voor Mediastorm, dan houdt hij wel de blog bij of bekijkt hij films. Hij vindt het heerlijk wanneer de grens tussen

werk en privéprojecten wegvalt en beide elkaar beïnvloeden. Hetzelfde geldt voor de producties die Mediastorm maakt in opdracht van klanten en in eigen beheer. Ook daar valt geen duidelijke grens tussen te trekken. Op de site staat een groot aantal producties die door de studio zelf zijn gemaakt. Het zijn indringende verhalen waar duidelijk met veel liefde aan is gewerkt. Het werk dat de studio maakt voor klanten verschilt daar inhoudelijk niet veel van. Als voorbeeld noemt Maierson de productie voor Starbucks. "We werken met klanten die verhalen hebben die de moeite waard zijn om te vertellen. We zijn geen reclamebedrijf dat producten aanprijst", legt hij uit: "We vertellen verhalen over mensen, verhalen die belangrijk zijn." Mediastorm werkte met Starbucks vanwege hun betrokkenheid bij de mensen die hun koffie maakten. Het komt wel eens voor dat er opdrachten worden afgewezen als het verhaal niet deugt. Het bedrijf heeft het druk genoeg om het zich te kunnen veroorloven.

Meer beeld

Multimedia is voor Maierson geen tijdelijke overgangsvorm van fotografie naar video. Het is een medium dat een geheel eigen bestaansrecht heeft. "Fotografie met zijn stilstaande beelden heeft iets moois en waarachtigs over zich, dat niet zal verdwijnen." Multimedia biedt volgens hem de mogelijkheid om meer mensen naar fotografie te laten kijken en een groter publiek aan je te binden. Je kan er een verhaal mee vertellen dat eenvoudigweg niet in een enkel beeld past. En een extra voordeel van multimedia illustreert hij aan de hand van *Driftless*, dat samen met Danny Wilcox Frazier is gemaakt. Het boek bevatte tachtig foto's. De multimedialproductie bevatte een groot aantal nieuwe foto's, waarvan maar twee al in het boek stonden. En het gaf de mensen op de foto's letterlijk een eigen stem. "Het voegt iets toe aan je repertoire, aan de vaardigheden die je nodig hebt." Maar het is niet zo dat

we zeggen dat je nu maar moet gaan filmen. Het is geen afscheid nemen van de fotografie, het is het versterken van de fotografie."

Er zijn verschillen tussen fotografie voor een blad of een boek en de fotografie voor een multimediatproductie. "Wanneer je werkt voor een blad wordt er misschien maar één foto geplaatst. Dan moet je op zoek naar die ene 'killerfoto' waar het hele verhaal in wordt verteld. Bij multimedia heb je meer tijd om het verhaal te vertellen. Je kunt meer soorten beelden gebruiken: close-ups, medium shots, overzichten. Zo laat je in een opvolging van beelden een verloop in de tijd zien." Maieron werkt eigenlijk nooit met een storyboard. Bij Mediastorm beginnen ze een productie met een globaal idee hoe het verhaal moet worden en bouwen vooral het verhaal op uit het materiaal dat de fotograaf aanlevert. Wat wel belangrijk is, is dat fotografen tijdens de opnames al rekening houden met het maken van een multimediatproductie. "Dat betekent dat ze voldoende moeten schieten en ook de opnames moeten maken die de verbinding kunnen vormen tussen foto A en die foto C die echt top is."

Leren

Mediastorm geeft verschillende workshops waarin het bedrijf fotografen de vaardigheden probeert aan te leren die ze nodig hebben om goed materiaal voor multimediatproducties te maken. Daarin wordt geleerd hoe je die verbindende foto's maakt. Vaak zijn dat opnames van vrij dichtbij waarmee je gemakkelijk een overgang kunt creëren. "Hoe meer kennis een fotograaf heeft van het maken van multimedia, zelfs als hij niet het geluid doet en niet de video maakt, hoe beter het materiaal is dat ik als editor krijg aangeleverd." De workshops zijn niet exclusief voor fotografen die voor Mediastorm werken. Ze geven de trainingen bijvoorbeeld ook aan nieuwsagentschappen. Fotografen die eenmaal de workshops hebben gevolgd, kunnen daarna meestal niet meer terug. Multimedia is een niet meer weg te denken onderdeel in de toekomst van de fotojournalistiek.

Het productieproces bij Mediastorm wijkt nogal af van dat van de Nederlandse fotojournalist die vrijwel zelfstandig zijn slideshow in elkaar zet. Wanneer een fotograaf behoefte heeft aan extra training, kan hij die bij Mediastorm volgen. Het materiaal dat hij uiteindelijk aanlevert, wordt uitvoerig bekeken. Elke foto, elk stukje video, elk audiofragment wordt beoordeeld. Soms kan dat materiaal zijn dat een periode van vele jaren omvat. Het is niet ongebruikelijk dat een fotograaf met 8000 opnames komt. Na een eerste selectie wordt dat teruggebracht tot een kwart en worden de beelden ingedeeld in verschillende categorieën. Vervolgens maken ze de 'radiocut', een geluidsband die op de radio zou kunnen. Die geluidsband is essentieel om het verhaal te kunnen vertellen en de beelden hun betekenis te geven. Van daaruit bouwen ze de productie op met het toevoegen van de beelden. Maieron doet een groot gedeelte van dat werk alleen, maar regelmatig wordt het werk besproken met Storm en andere collega's. Dat is een belangrijk onderdeel van het proces. "Het is namelijk een vrij taai proces, dat veel tijd kost om het goed te krijgen", zegt Maieron. Hij denkt dat er maar een handvol mensen in de wereld is met alle vaardigheden om een echt goede multimediaserie te maken. Als fotograaf moet je er goed over nadenken of je zoiets zelf wil doen. Tijdens het maken van zo'n productie, kun je zelf niet fotograferen, en het is soms moeilijk om voldoende afstand te nemen tot je eigen werk om het echt goed te presenteren. Mediastorm heeft het behoorlijk druk, zonder zelf achter klanten

aan te gaan. De producties genereren zoveel aandacht via internet en social media dat klanten het bedrijf vinden. Volgens Maieron is de markt voor multimediatproducties nog steeds groeiende, ook in Nederland. Mensen willen verhalen. De site van Mediastorm biedt een schat aan inspiratie en informatie voor fotografen die geïnteresseerd zijn in het maken van multimediatproducties.

www.mediastorm.org

The screenshot shows the Mediastorm website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Publication', 'Clients', 'Training', 'ABOUT', 'BLOG', 'STORE', 'SUBSCRIBE', and 'CONTACT'. A search bar is located on the right. The main header features a large image for the project 'UNDESIRED BY WALTER ASTRADA' with 'PREVIEW' and 'WATCH' buttons. Below this is a 'SUBSCRIBE' section with a form for Name and Email Address, and social media links for Facebook, Twitter, and RSS. The 'CLIENT WORK' section displays three projects: 'The Starbucks Origin Experience', 'The Gulf Spill', and 'Portraits of Heroes at Home'. The 'WORKSHOPS' section highlights 'The MediaStorm Multimedia Workshop' in New York City and 'Mr. Blues'. A 'CALENDAR' section lists events like 'Northern Short Course' and 'Walter Cronkite School of Journalism and Mass Communication'. The 'TWEETS' section shows a list of tweets from users like mikofazio, Zachary A. Bennett, Joshua Fabler, Kenneth Schneider, SnapstickTV, Mariana Bazo, Andrea Sarmiento, Big World Magazine, and Monroe Gallery. The 'FACEBOOK' section includes a sign-up prompt and a feed of posts from users sharing content from Mediastorm.