



MEDIAXCHANGE 2011

EEN WEEK LANG BINNENKIJKEN IN DE INTERNE KEUKEN VAN DE AMERIKAANSE TELEVISIE-INDUSTRIE. MEDIAXCHANGE ORGANISEERT AL TWINTIG JAAR DERGELIJKE WORKSHOPS VOOR PROFESSIONALS UIT DE EUROPESE TV-INDUSTRIE. DE DEELNEMERS ZAKKEN EEN WEEK NAAR HOLLYWOOD AF OM DAAR WRITERSROOMS TE BEZOEKEN EN VOOR ONTMOETINGEN MET SHOWRUNNERS, PRODUCENTEN, AGENTS EN ZENDERVERANTWOORDELIJKEN. DIRK NIELANDT (SCENARIOSCHRIJVER VAN O.A. *CODE 37*, *DE 5^E BOOG* EN *DDL 14.10*, DAT IN 2012 IN PRODUCTIE GAAT) NAM IN OKTOBER 2011 DEEL.

SABAM: IS HET DAAR ALLEMAAL BETER?

DIRK: Groter vooral. Grotere budgetten en grotere volumes. Writersrooms van 15 fulltime schrijvers zijn daar eerder regel dan uitzondering. Maar beter? Niet noodzakelijk. Ik was er samen met mensen van de BBC, van Zweden, Denemarken en ook enkele Vlaamse producenten. We waren het er allemaal over eens dat wij met onze scherpe budgetten ook fictie maken die kwalitatief kan concurreren.

SABAM: WAT HEB JE ER OPGESTOKEN?

DIRK: Heb je een uurtje of twee? (lacht) Je wordt er in een hels tempo van writersroom naar writersroom geloodst, van meeting naar meeting en je spreekt er ontzettend veel mensen. We hebben writersrooms in volle actie bezocht, een tafellezing met acteurs bijgewoond, sets bezocht, agents en producenten

gesproken, zelfs met de vice president van HBO en USA network. Heel gevarieerd dus. De focus van de week lag op comedy. Ze hebben er ons alle facetten van comedy in de VS willen tonen, van multicam voor live audience, tot single cam, sketch show, late night show voor live audience, dramady, etc.

SABAM: WAAROM COMEDY?

DIRK: Ik heb de laatste jaren vooral drama geschreven, maar mijn roots als scenarioschrijver liggen in comedy en ik had gewoon zin om dat weer op te pikken. Geen slecht moment

misschien, want in Hollywood heerst, zo zeggen ze toch zelf, een renaissance van de comedy. Terwijl de bestellingen voor drama er dit jaar iets terugliepen, stegen die van comedy en dramady.

SABAM: HEB JE ER ALLEEN MAAR OVER COMEDY GESPROKEN?

DIRK: Nee, we spraken er bv. ook met één van de schrijvers van *Mad Men*, want dat is een reeks waar je momenteel niet onderuit kan. Uiteraard wordt ook altijd de vergelijking met drama gemaakt, omdat heel wat schrijvers zowel voor drama als comedy schrijven. Ook daar kregen we telkens weer te horen hoe moeilijk het genre comedy is.

SABAM: WAT IS VOLGENS DE AMERIKANEN HET GEHEIM VAN EEN GOEDE COMEDY?

DIRK: Hun budget. (lacht) Gemiddeld overshooten ze 20 à 30 procent van elke aflevering. Paul Lieberstein, showrunner van *The Office* (Amerikaanse versie), neemt elke aflevering 20 à 30 minuten teveel op. Dat moet natuurlijk ook allemaal geschreven worden. Er bestaat immers de consensus dat het op papier moeilijk tot onmogelijk is om te voorspellen of iets grappig zal zijn of niet. Ondanks alle ervaring van een schrijversteam, zal pas bij de tafellezing, op de set en uiteindelijk in de montage bepaald worden of de grap of scène werkt en dus behouden blijft of niet.

SABAM: NOG IETS OPVALLEND OPGESTOKEN?

DIRK: In de tv-industrie is iedereen het er over eens dat de schrijver king van de reeks is. Terwijl in de filmindustrie de regisseur over zijn project heerst, is dat in de TV-industrie de hoofdschrijver. Zonder uitzondering.

SABAM: WAAROM?

DIRK: Omdat men er daar van uitgaat dat de andere creatieve functies in het proces van TVmaken allemaal interpretaties zijn van het scenario en daarom de originele bedenker/hoofdschrijver van een project creatief betrokken moet blijven bij alle facetten van het creatieproces, tot de acteursregie op de set, de set-dressing en kostumering toe.

SABAM: STOF OM OVER NA TE DENKEN DUS.

DIRK: En ongetwijfeld voor discussie. (lacht)

IN DE TV-INDUSTRIE IS IEDEREEN HET ER OVER EENS DAT DE SCHRIJVER KING VAN DE REEKS IS. TERWIJL IN DE FILMINDUSTRIE DE REGISSEUR OVER ZIJN PROJECT HEERST, IS DAT IN DE TV-INDUSTRIE DE HOOFDSCHRIJVER. ZONDER UITZONDERING.