

WORKSHOP: AUDIO VISUAL STORYTELLING

Johan Ruysseveldt
Joost Bevernage
Caveman Productions
Van Daelstraat 19
2060 Antwerpen

<http://www.cavemanproductions.be/>



Inhoudstabel:

1) Inleiding:

Ik probeer een coherent verhaal te vertellen over AV storytelling.

Waar gaan de komende 45 minuten over?

1) Theorie: waarom hebben mensen AV storytelling nodig?

2) Praktijk:

- a) **Wat is de kracht van AV storytelling?**
- b) **Wat is de uitdaging van AV storytelling?**
- c) **Conclusie?**
- d) **Oefening! Aan de slag. Hoe kan je het gebruiken in jullie bedrijfscommunicatie.**

Bij Caveman ervaren we:

Film lijkt groots, onbereikbaar, duur en dergelijke meer te zijn. Hoe begin je er aan om dit te gebruiken in je communicatie? Maar is dit zo? Heb je niet zelf meer in de hand dan je denkt?

Dan is er nog de vraag wat AV storytelling precies is?

AV storytelling is de combinatie van geluid en beeld en de methodiek van verhalen vertellen met als doel de grootste impact van je communicatie te bereiken.

2) Theorie: De noodzaak van audiovisueel storytelling als communicatiemiddel:

Het is soms handig om tools te hebben om mensen te overtuigen dat AV storytelling een noodzakelijke tool is in bedrijfscommunicatie. Nassim Taleb gaat in het hoofdstuk '**Narratieve misleiding**' van zijn boek 'de zwarte zwaan' dieper in op het feit waarom WIJ MENSEN verhalen nodig hebben? Hoewel de invalshoek van het boek de narratieve versimpeling als probleem, waar ik niet dieper op inga, uitwerkt is het voor mij als audiovisueel storyteller handig om jullie te overtuigen van de noodzaak om audiovisueel storytelling te gebruiken als communicatiemiddel.

Nassim Nicholes Taleb:

De wereld is te complex om te begrijpen. We moeten comprimeren. Informatie vraagt om gereduceerd te worden. De wereld is te complex om te begrijpen dus moeten we comprimeren. Daarenboven:

- i) Informatie verzamelen is duur
- ii) Informatie opslaan is duur

Bijvoorbeeld: ik heb lang aan deze workshop gewerkt om de informatie bij elkaar te krijgen, een structuur te bouwen en deze te memoriseren.

→ Hoe ordelijker, minder chaotisch, gestructureerder en verhalend een reeks woorden of symbolen zijn, hoe eenvoudiger het is om op te slaan in je hoofd of op te schrijven zodat je het later nog kan gebruiken. Bijvoorbeeld: ik heb lang gewerkt aan de structuur van deze workshop.

- iii) Het is duur om informatie op te manipuleren of terug te vinden.
Bijvoorbeeld: ik heb lang zitten oefenen om deze workshop goed in mijn hoofd te krijgen zodat ik hem vlot kan brengen en inspelen op vragen.

Dat ligt niet aan onze beperkte opslagcapaciteit. Onze hersenen zijn behoorlijk groot. MAAR!!!! Ons bewuste of werkgeheugen, dat we gebruiken om zinnen te lezen en de betekenis ervan te doorgronden, is aanzienlijk kleiner.

Vind je daarentegen het patroon, de logica in de reeks dan moet je die niet meer onthouden. We slaan het patroon op. Een patroon is veel compacter dan ruwe informatie.

Wij mensen hebben een grote behoefte aan regels omdat we de omvang der dingen moeten reduceren om ze in ons hoofd te kunnen krijgen, of, helaas, beter gezegd, we om ze in ons hoofd te kunnen persen. Hoe willekeuriger de informatie is, hoe groter de afmetingen ervan zijn en dus hoe lastiger het is die informatie samen te vatten. Hoe meer je samenvat, hoe meer orde je aanbrengt, hoe minder willekeurigheid hoe makkelijker.

Bijvoorbeeld:

Bedrijf X komt naar Caveman Productions. Ze werken met patiënten. Ze willen hun werking vertellen in een film van 3 minuten. Wat de mogelijkheden zijn van deze patiënten. Waarden en normen die het bedrijf hanteert. En hoe hun aanpak zich differentieert van andere instellingen.

Dit lukt niet in een film van 3 minuten.

Wat is hier een oplossing voor? Comprimeren. Film vertrekt altijd van 1 zin. 1 centrale vraag of stelling.

Voorbeeld van een centrale vraag: Is een nieuw leven mogelijk na een niet aangeboren hersenafwijking? Wat doen we dan nog bij Caveman Productions dat belangrijk is: we geven namen aan personages ...we maken het een persoonlijk..

Kunstzinnige presentaties komen voort uit onze behoefte om de dimensies der dingen te verkleinen en er orde in aan te brengen. Al de biljarden details van de wereld om je heen.

Een roman, een verhaal, een mythe of een sprookje of een film. Ze hebben allemaal dezelfde functie: ze behoeden ons voor de complexiteit en de willekeurigheid van de wereld.

KORTOM WIJ MENSEN HEBBEN VERHALEN NODIG OM DE WERELD RONDONDS ONS TE VERWERKEN EN TE BEGRIJPEN.

Bijvoorbeeld: nieuwsitems zijn verhalend

De praktijk:

3) Wat is nu de kracht van audiovisuele verhalen? Wat is de kracht van elk verhaal?

Emotionele verbinding OM COMPLEXE INFORMATIE OVER TE DRAGEN. Je leeft mee. Je raakt betrokken. EN DAARDOOR NEEM JE OOK INFORMATIE OP. De kracht van verhalen is groot. Luister maar naar het volgende:

- ' De koning stierf en de koninging stierf'
- Luister nu naar deze zin: 'De koning stierf en de koninging stierf daarna van verdriet'.
BAM. Je hebt een verhaal. Je fantasie gaat op loop. EN ... het laat je niet onberoerd. Je raakt emotioneel betrokken.

Dit is de kracht van audiovisueel storytelling. Je vertelt een verhaal. Een verhaal waar je de compacte, essentiële informatie geeft EN kijker emotioneel betreft. Zelf hier in deze zin heb je al empathie met de koninging.

Bijvoorbeeld: Nike reclame: Greatness

<https://www.youtube.com/watch?v=G2kdMU4Mk9Y>

→ Emotionele verbinding - aandacht - tot actie aanzetten

→ Je wil nu al je sportschoenen aantrekken om bij de groten van NIKE te horen.

4) Wat is een grote uitdaging/probleem bij AV storytelling?

Bij Caveman Productions krijgen we vaak de vraag om heel veel tegelijk te vertellen. Dit resulteert heel vaak in een opsomming van feitjes.

Bijvoorbeeld:

<https://www.youtube.com/watch?v=VVr05wxqh4U>

Wat heeft Morpheus verteld? Kan iemand dit zeggen?

Wat is je wel het meest bijgebleven? Vrouw in de rode jurk. Revolver in gezicht.

Je kan denken dat deze scène je informatie probeert te geven (expositie) over wat de matrix is. Dit is echter niet zo. Wij zijn als kijker Neo. We krijgen een hoop info over ons. Maar de inhoud is niet heel belangrijk. Wat de scène echt zegt: er is gevaar. Wat Morpheus zegt hoor je niet echt

Laten we even teruggaan in de film:

<https://www.youtube.com/watch?v=cqxwtEdxOCw>

Hier gaat het over expositie. Wat is de matrix? Het antwoord is. Het is gemaakt. Alles is 'a construct', een computerprogramma.

Hoe doen de makers dit? Door het te laten zien. Je ziet wat de matrix is.

Het gevaar is dat we zelfs in AV storytelling teveel willen 'vertellen' (voice over, dialoog, woorden in beeld). In film moet je het voornamelijk laten zien. Daar zit de kracht.

5) **Show - don't tell.**

Je hebt geen woorden nodig. Taal wordt 1 gemeenschappelijke taal: filmtaal. We vergeten het soms omdat we overspoeld worden met woorden - vocie overs en dialogen en infographics maar laten we eens kijken naar een stuk film zonder woorden:

Kijk de prachtige film Plemya (<http://www.imdb.com/title/tt1745787/>): Een film geheel gespeeld met gebarentaal zonder ondertitels. Je begrijpt het verhaal ook als je geen gebarentaal kent.

SPEL/OEFENING: Bedenk relevante beelden voor jullie hulp of dienstverlening die geen woorden nodig hebben en toch aanzetten tot actie. Gebruik hiervoor post it.

We sommen beelden op die kunnen gebruikt worden om de verschillende dienstverleningen voor te stellen. We schrijven deze op post its en kleven deze aan de muur. Welke zijn bruikbaar? Welke laten we vallen?

Doel oefening: Op heel korte tijd heb je al heel wat relevante beelden over je eigen hulp- of dienstverlening.

Waarom is dit belangrijk? Om te kunnen communiceren met je publiek. AV is niet zo onbereikbaar of groots als het soms gemaakt wordt. Je kan voor de scenariofase of tijdens de scenariofase dit blijven doen omdat je zelf de beelden kan vinden.

6) **Conclusie: Film is een taal.**

Een taal die gebruikt wordt om verhalen te vertellen. Film is en taal van beelden, woorden, geluid, muziek, ritme, ... Een taal die we overal en elke dag zien. Waar we meer van kennen dan we ons kunnen voorstellen. En waar we ook ... juist omdat we mensen zijn ... nood aan hebben. Een taal ook die woorden kan overtreffen. Door te laten zien in plaats van uit te leggen.

9) Uitdaging:

Allemaal goed en wel maar wat zijn jullie hier mee? Hoe kan je hier nu mee aan de slag gaan in jullie bedrijfscommunicatie? Hoe kunnen jullie AV storytelling gebruiken? Welk probleem kunnen we oplossen voor jullie dienst-/hulpverlening met AV storytelling?

Oefening:

Elke film wordt gebouwd rond 1 centrale vraag of stelling. Alles begint met 1 centrale vraag of stelling. Doe deze oefening in de formulering van een centrale vraag.

Aan de slag. Ik wil minimaal 1 goed voorbeelden van jullie hulp/dienstverlening voor we afscheid nemen!