



STORYTELLING: EEN HANDLEIDING

1. Storytelling: Wat en waarom?
 2. Voor je begint
 3. De ingrediënten van een goed verhaal:
 - I. Het karakter
 - II. De obstakels
 - III. De acties
 - IV. Het onderwerp
 4. Stappenplan voor het maken van een verhaal
 5. Interviewtechnieken
 6. Enkele inspirerende voorbeelden
-

STORYTELLING: WAT EN WAAROM?

Waarom verhalen vertellen?

Vandaag de dag vind je verhalen overal: op tv, in boeken, films, toneelstukken, kranten, op het internet,... Ervaringen worden meer en meer belangrijk in onze maatschappij naast het consumeren van producten of diensten.

Verhalen draaien ook om emoties. Maar ze bieden meer dan zomaar emotie, ze voegen er betekenis aan toe. **In verhalen beleven we iets en leren we tegelijk iets.**

Op het moment dat emotie en betekenis samenkomen, opent onze geest zich. Een verhaal kan daarom mensen inspireren.

Met je informatie en promotie kun je je publiek informeren en hun aandacht trekken. Maar dat zijn kortstondige effecten. **Als je je publiek langdurig wil beïnvloeden, moet je het inspireren, en dat kan met verhalen.**

STORYTELLING

Een verhaal vertellen is een techniek om informatie over te brengen door de verbeelding van de ontvanger te activeren aan de hand van elementen als plot en personages.

Je vertelt een verhaal met een praktische bedoeling: je wil iets veranderen bij het publiek: een gevoel, een mening, een houding, gedrag. Je wil het publiek tot een mentale of fysieke actie verleiden.

STORYTELLING KAN EEN MIDDEL ZIJN OM:

1. **Bewustwording, mobiliseren en motiveren van je doelgroep**
 - Mobiliseer anderen om deel te nemen aan je activiteit.
 - Motiveer/stimuleer anderen door het tonen van successen ondanks obstakels.
 - Creëer bewustwording bij anderen: bijvoorbeeld, waarom het thema waarover je activiteit gaat belangrijk is)
2. **Bewustwording, mobiliseren en motiveren van je externe partners (pers, bedrijven, organisaties, overheden,...)**
 - Creëer bewustwording bij bedrijven en motiveer hen om eventueel samen te werken.
 - Communiceer met de pers om zo de zichtbaarheid van je activiteit te vergroten bij het grote publiek.
 - Motiveer je lokale overheid om de activiteit te ondersteunen.
 - Mobiliseer interessante organisaties om een samenwerking aan te gaan.

VOOR JE BEGINT

VOOR WIE SCHRIJF JE HET VERHAAL?

Voor je begint met het schrijven van een verhaal, moet je jezelf de volgende vraag stellen: “Voor wie schrijf ik het verhaal?”

- Wat is de nood van je publiek?
- Welke actie/verandering verwachten we van hen na het lezen/zien van het verhaal?

Pas het verhaal aan naar gelang je publiek en de actie die je wil dat ze ondernemen.

STRUCTUUR VAN ELK VERHAAL:

- BEGIN
 - × Inleiding/algemene context van het verhaal/waar het verhaal plaatsvindt
 - × Introductie van het hoofdpersonage en zijn/haar doel/verlangen
- MIDDEN
 - × Het verhaal zelf
 - × Obstakels en acties
- SLOT
 - × Conclusie/boodschap/doel bereikt (of niet)?
 - × Wat willen we dat de lezer doet?

DE INGREDIËNTEN VAN EEN GOED VERHAAL

DE HELD

Een verhaal draait niet rond feiten en cijfers, of rond een slogan, maar rond mensen. Kies eerst een hoofdpersoonage.

Wat is er nodig voor een goede held?

- Het hoofdpersoonage, een “held”.
- Een individu (of optioneel een groep) met wie mensen zichzelf kunnen identificeren (iemand van de doelgroep, een leerling, een personeelslid van de school, de directeur,...)
- Check of je een echt persoon kan nemen als held. Elke school heeft vele verhalen en helden.
- Kies een underdog. Dit maakt het herkennen makkelijker. Blijf bescheiden over jezelf.
- Een goed verhaal bevat verandering. Kies dus een hoofdpersoonage met de wil en de capaciteiten om iets te veranderen en om je doel te bereiken.

HET VERLANGEN/DE DROOM VAN HET KARAKTER

- Het verlangen van het hoofdpersoonage om de wereld te veranderen: iets verkrijgen, iets vernietigen, orde herstellen, iets ontvluchten,...
- Het karakter en het conflict komen enkel tot z'n recht wanneer er een duidelijk verlangen is.

DE OBSTAKELS

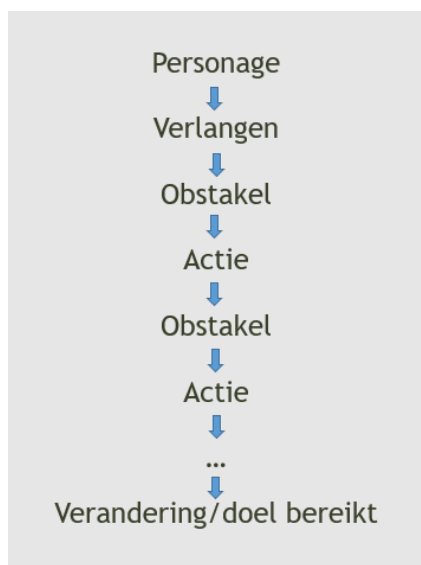
De kwaliteiten van je held zet je in de verf door obstakels in het verhaal te brengen. Denk aan de schurk, de wolf, de heks, de reus, de draak, de duistere kracht uit sprookjes en mythologische verhalen. Het obstakel zorgt ervoor dat niet alles loopt zoals de held het verwacht: hij moet daarom in actie schieten.

- De obstakels die het hoofdpersoonage weerhouden van wat hij/zij wil (verlangen).
- Een obstakel kan verschillende vormen aannemen: Een persoon, een groep mensen, de maatschappij, natuurelementen, interne obstakels, tijd,...
- Hoe meer conflicten er zijn, hoe boeiender het verhaal. Een verhaal bevat niet één maar een reeks veranderingen, keerpunten. Eerst komt de held een obstakel tegen, vervolgens onderneemt hij actie. Dan duikt een nieuw obstakel op, opnieuw gevolgd door een actie van de held, enzovoort.

- Sterke verhalen hebben heel vaak betrekking tot lijden en ontbering.
- Lezers reageren makkelijker op conflicten waar ze zichzelf mee kunnen identificeren (niet noodzakelijk door iets gelijkaardigs te hebben meegemaakt).
- Wees niet bang om te praten over conflicten/obstakels. Veel mensen vermijden conflict in hun communicatie, maar hierdoor verdwijnt alle emotie.
- Onverwachte obstakels trekken de aandacht van het publiek. De held onderneemt actie, maar het draait anders uit dan hij had verwacht. Ze houden ook onze aandacht vast, want we zijn nieuwsgierig: we willen weten waarom het niet loopt zoals het moet en hoe de held daarop reageert.
- Gebruik regelmatig 'maar' (obstakels) en 'daarom' (reactie). Vermijd 'en': dit is goed voor lijsten, maar niet voor verhalen. Een vaak voorkomende fout in verhalen is het veelvuldige gebruik van zinnen die beginnen met 'en dan' of 'en toen'.
- Steeds grotere obstakels, steeds grotere inspanning. Bouw je verhaal geleidelijk aan op.

DE ACTIES

- De acties die het hoofdpersonage onderneemt om de obstakels te overwinnen.
- Een verhaal komt enkel tot leven als de personages iets doen, als er actie is.
- Leg ideeën en emoties niet uit. Toon ze door middel van de acties van de personages.
- Vermijd het samenvatten van de acties of samenvatten door de personages ("we gingen elke dag naar de school").
- Een goed verhaal bevat over het algemeen meerdere obstakels en meerdere acties.
- Gebruik in een geschreven verhaal zoveel mogelijk concrete, beeldende werkwoorden die actie uitdrukken. Zo kan het publiek zich meteen voorstellen wat het personage doet. (Voorbeeld: Liese was in India → Liese bezocht een opvangcenter voor olifanten in India)



Tip

Ons brein vult de gaten in

Niet alle verhalen bevatten alle ingrediënten en onderdelen. Ons brein, een verhalenmachine, vult die gaten in. Foto's kunnen bijvoorbeeld ook verhalen zijn: door de manier waarop een foto de held toont (zijn houding, zijn actie, zijn blik, zijn omgeving), voelt de kijker (bewust of onbewust) iets van zijn frustratie (obstakels) en droom (grote doel). Op die manier kan ook een zeer korte tekst, een tweet bijvoorbeeld, een verhaal bevatten: door een bepaalde woordkeuze kun je de onderliggende obstakels vermoeden. Eén beeld vertelt vaak meer dan 1000 woorden!

STAPPENPLAN VOOR HET MAKEN VAN EEN VERHAAL

STAP 1 | Kies je onderwerp en schrijf een baseline

Vat samen in één zin waarover jullie verhaal zal gaan. Bijvoorbeeld: Waarom gaan veel jongeren op het platteland in Ghana niet naar school?

STAP 2 | Kies je held en zijn/haar conflict

Een held is cruciaal in je verhaal. Ook zonder conflict heb je geen verhaal. Bouw je verhaal op aan de hand van meerdere conflicten en zorg voor uitdagingen voor je held.

STAP 3 | Hoe zal je het verhaal vertellen?

Zal je filmen, maak je een tentoonstelling, schrijf je een verhaal, vertel je het, maak je een animatievideo, start je een postercampagne,...? Leg daarbij je begin, midden en slot vast. Doe dit telkens met het einddoel in gedachten.

Maak eventueel een draaiboek zodat je alle stappen goed kan plannen.

STAP 4 | Aan de slag!

INTERVIEWTECHNIKEN

Goede elementen voor het verhaal kunnen we verkrijgen door een interview.

VOORBEREIDING VAN HET INTERVIEW

- Vind de mensen die de grootste obstakels moesten overwinnen.
 - × Mensen worden aangetrokken tot conflict/problemen/obstakels. Mensen zijn meer gefascineerd bij grote problemen dan bij kleine.
 - × Mensen reageren volgens hun perceptie van de impact van de organisatie. Daarom zoeken we mensen die een voorbeeld zijn voor de grootste problemen die onze organisatie aanpakt.
- Leg de bedoeling uit. Interview enkel personen die akkoord gaan met het delen van hun verhaal voor communicatiedoeleinden.
- Geef op voorhand aan hoe lang het interview zal duren (ongeveer).
- Start met een praatje, breek het ijs, vertel iets over jezelf, laat hen de tijd en plaats kiezen -> personen die op hun gemak zijn, praten met meer emotie.
- Het verhaal dat uit het interview komt, hangt af van de vragen die je stelt. Hou de elementen voor een goed verhaal in je achterhoofd wanneer de vragen opstelt (karakter, verlangen, obstakels, acties).

ALGEMENE TIPS OM EEN INTERVIEW TE VOEREN

- Vertel van tijd tot tijd dat de personen het heel goed doen tijdens het interview. Vertel hen ook dat je het erg apprecieert dat ze hun verhaal vertellen.
- Probeer moeilijke onderwerpen geleidelijk aan te introduceren.
- Neem altijd een korte pauze voor je een nieuwe vraag stelt. Soms kan een verrassing of emotioneel tweede deel volgen na een antwoord.

1. VRAGEN OVER HET KARAKTER EN ZIJN/HAAR VERLANGEN :

- Vragen over het personage en wat ze belangrijk vinden.
- Ze helpen om de persoon op het gemak te stellen.
- Ze leggen de basis voor de rest van het interview.

Voorbeeldvragen:

- Wat is je naam?
- Kan je iets meer vertellen over jezelf? Waar ben je opgegroeid? Waar vind je leuk?
- Kan je wat meer vertellen over je familie? Ben je getrouwd? Heb je kinderen? ...
- Waar was je wanneer je voor het eerst hoorde over de school/organisatie/project?
- Wat was je mee bezig in je leven op dat moment?
- Hoe zag een typische dag er uit?
- Wat was belangrijk voor jou op dat moment? Dromen, doelen...?

2. VRAGEN OVER DE OBSTAKELS:

- Deze vragen helpen je te ontdekken voor welke problemen de geïnterviewde heeft gestaan en welke obstakels zijn overwonnen.
- Graag willen we weten hoe deze problemen de persoon psychisch, mentaal of emotioneel heeft beïnvloed.

Voorbeeldvragen:

- Wat hield je tegen in het realiseren van je dromen of levensdoelen?
- Wanneer realiseerde je voor het eerst dat er een probleem was?
- Wat gebeurde er toen?
- Wat was je eerste gedachte?
- Hoe heeft dat je leven beïnvloed?
- Kan je een voorbeeld geven?
- Welke beslissingen heb je toen gemaakt?
- Wat zorgde voor de meeste problemen?
- Hoe reageerden mensen?
- Welke andere veranderingen waren er in je leven?

3. VRAGEN OVER DE ACTIES:

- Deze vragen leren ons wat de persoon heeft gedaan om de obstakels te overwinnen en hoe de school/organisatie/project (en indirect, de donoren) hebben geholpen om de obstakels te overwinnen.

Voorbeeldvragen:

- Wat heb je zelf gedaan om de obstakels te overwinnen of het probleem op te lossen?
- Was het moeilijk om de stap te zetten?
- Hoe reageerde je omgeving?
- Hoe is je leven verbeterd?
- Hoe heeft de organisatie/school/project geholpen?
- Wat hebben ze voor jou gedaan?
- Was er een bepaald persoon die voor jou een verschil heeft gemaakt?
- Hoe ziet een typische dag er nu uit?
- Eerder in het interview vertelde je dat je droom is om ... Kan je jouw droom nu najagen?
- Hoe zou je leven er uit zien zonder de organisatie/school/project?
- Hoe heb je de school/training/project ervaren?

Tip

Film het interview indien je toestemming hebt

Je kan het fragmenten uit het interview gebruiken om aan je verhaal toe te voegen.

VOORBEELDEN VAN ONDERWERPEN VOOR EEN VERHAAL

- Een jongere die getuigt welke impact een inleefreis op hem/haar gehad heeft
- Leerkracht die getuigt over de uitdaging om leerlingen op te voeden tot wereldburgers.
- Een meisje dat getuigt welke obstakels ze in haar leven tegenkomt als vrouw en hoe de opleiding haar kracht geeft om met deze uitdaging om te gaan
- ...

ENKELE INSPIRERENDE VOORBEELDEN

Redje, Kringwinkel

https://www.youtube.com/watch?time_continue=90&v=AzBxaQmUZVg

Hussein, Kringwinkel

https://www.youtube.com/watch?time_continue=71&v=tIFDlp4aeyE

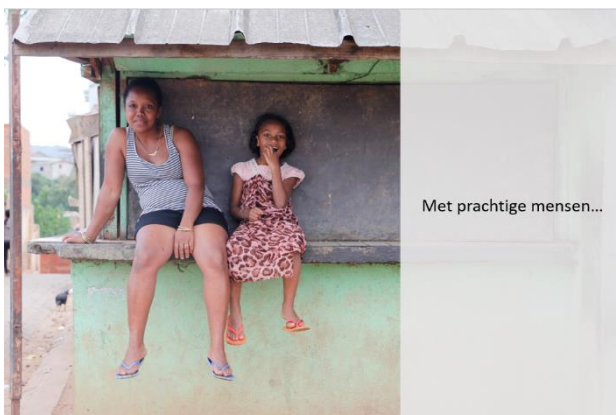
Lies, cambio gebruiker

<https://www.youtube.com/watch?v=Qh5Rsf3Ajsc>

Anda, maatwerker

https://www.socialeconomie.be/sites/default/files/documents/lk_ben_een_maatwerker_Anda_groot_0.pdf

Fotomontage van VIA Don Bosco



Maar helaas ook één van de armste landen ter wereld, waar de politieke en economische crisissen elkaar opvolgen.



We nemen jullie mee naar Tuléar, een stad aan de Zuid-westelijke kust van Madagaskar, op bijna 1000 km van de hoofdstad.

In Tuléar bevindt zich de wijk Mahavatse, een visserswijk waar het overgrote deel van de bevolking leeft van de visvangst.



Het is een zeer arme wijk.



Mensen leven er met hun hele familie in een klein huis van hout en stro.





Jongens en meisjes kunnen er terecht voor verschillende opleidingen van 2 of 3 jaar.



Niet enkel beroepsvaardigheden worden aangeleerd, maar ook soft skills die nodig zijn om met het nodige zelfvertrouwen te kunnen functioneren op de arbeidsmarkt en in de maatschappij.



Zo krijgen de jongeren uit de arme visserswijk de kans om de vicieuze cirkel van armoede te doorbreken en een waardige job te vinden



Geef jongeren de kans om hun toekomst in eigen handen te nemen!