

## Hoe verhalen werken (column)

We leven in een samenleving waarin je, behalve als je in een hutje in de woestijn woont, wordt blootgesteld aan een constante informatiestroom. En trouwens, in dat hutje zit je natuurlijk met je satellietverbinding.

Overal waar je kijkt vind je een boodschap. Je wordt doodgegooid met schreeuwerige reclames, je struikelt over stapels gratis kranten die overal worden verspreid en als je niet dagelijks een mailtje of drie in je mailbox hebt dan zou je je bijna eenzaam gaan voelen.

Door de aanhoudende blootstelling aan dit fenomeen beginnen we anders te reageren op gebeurtenissen in de realiteit. We reageren op het nieuws en semi-realistische programma's zoals we op film reageren. Dat is niet zo raar. De programmamakers hebben goed naar fictie gekeken en ze gebruiken dezelfde technieken en stijlmiddelen.

De wetten van effect die eerder altijd behouden bleven voor de kunsten worden nu ingezet om de realiteit aan te dikken. Dat is niets nieuws, kijk maar naar de propagandamachines van weleer.

Het publiek heeft op een bepaalde manier naar verhalen leren kijken. Ze weten hoe ze de verhalen moeten 'lezen' en reageren op de goede manier als je ze op een bepaalde plek een por geeft of kietelt. De kennis van deze reactiepatronen wordt tegenwoordig door o.a. de commercie, het media-apparaat en de politiek gretig ingezet om doelen te bereiken.

Deze ontwikkeling maakt dat de blikken nu op kunstenaars gericht zijn. Ik zie het als de taak van kunstenaars om de mensen bewust te maken van hun kijkgedrag, van de patronen. Deze tijd vraagt om werk dat vervreemdend werkt. Deze tijd vraagt om werk dat mensen laat denken over de vormen van verhalen, en het effect dat deze vorm veroorzaakt. Bijvoorbeeld dat sommige onderwerpen niet gemakkelijk behandeld worden in een bepaalde vorm. Of dat er toch vaak een eenzijdig beeld ontstaat. De journalistiek praat van objectiviteit maar in de praktijk wordt een verhaal nog steeds vaak met een protagonist/ antagoniststructuur verteld.

We moeten een groter publiek kritischer weten te maken. De doorsnee toeschouwer moet meer vraagtekens zetten bij datgene wat wordt voorgeschoteld.

Of misschien moet dat helemaal niet. Het grootste deel van de mensen is nu eenmaal makkelijk te beïnvloeden.

Als wij als makers maar doorhebben hoe de verhalen werken, welke technieken worden ingezet en hoe bepaalde effecten bereikt worden. En dat we beseffen dat we ons te allen tijden moeten blijven ontwikkelen. We kunnen niet toestaan dat er iemand tijdens de voorstelling in slaap valt. Wij moeten nieuwe technieken en vormen uitvinden om onze boodschap net even iets meer binnen te laten komen. Op dat punt waar de toeschouwer het voelt.

- HBO+ vacatures op [NationaleVacaturebank.nl](http://NationaleVacaturebank.nl)
- [Inpakken&Wegwezen!](#)
- [Vakantiehuisen](#)
- [Mousserende Champagne](#)
- [Vakantie met kinderen](#)
- [BelCorrect.nl](#)