

Het SCRIPT-verhaalsnoer

Het *SCRIPT-verhaalsnoer* bestaat uit zes elementen: Schatkist, Creatie, Rode Draad, Ingrediënten, Plot en Taalgebruik (samen SCRIPT). Het zijn de zes essentiële onderdelen om krachtige verhalen te maken die beklijven bij je publiek.

Schatkist

Verhalen maken begint met voorbereiden. Dat doe je door verhalen te verzamelen voor je eigen schatkist.

- Verzamel allereerst verhalen uit je eigen leven. Leg ze vast in een verhalendagboek.
- Noteer iedere dag ook andere soort verhalen. Denk aan verhalen die een bepaalde werkwijze illustreren, de noodzaak van een verandering in beeld brengen of die laten zien hoe eindgebruikers te werk gaan.
- Schrijf de verhalen kort en bondig op. Noteer ze bijvoorbeeld in een Excel-sheet of gebruik een eenvoudig Word-document.
- Beschrijf bij ieder verhaal de context (het begin), de gebeurtenis of ervaring (de kern) en de betekenis die jij aan de gebeurtenis geeft.
- Noteer bij ieder verhaal datum en plaats. Noteer ook enkele trefwoorden om aan te geven waar het verhaal voor jou over gaat.
- Markeer of het gaat om een 'belangrijk moment' (een verhaal over een ontdekking, een mijlpaal, een beslissend moment), een 'oorsprongverhaal' (over jouw drijfveren, de ontdekking van je inspiratiebronnen, ontmoetingen met gangmakers), een 'leerverhaal' (over een belangrijk leermoment) of een 'visieverhaal' (over jouw overtuigingen en jouw visie).
- Blader regelmatig terug en kijk of je rode draden ziet in je schrijfsels. Markeer deze rode draden eveneens met trefwoorden.

Creatie

Gebruik verschillende soorten verhalen om jouw doelen te bereiken. Dat zijn deze verhalen:

- **Oorsprongverhaal:** momenten die je gevormd hebben tot wie je nu bent of verhalen die je waarden verhelderen.
- **Visieverhaal:** het verhaal van de leider over de toekomst van je onderneming, je team of je project. Het doel is om te beweren en mensen in beweging te brengen.
- **Leerverhaal:** dit verhaal laat zien hoe je iets geleerd hebt door een mislukking of juist een succeservaring

- **Ideeverhaal:** het verhaal waarmee je vertelt over het ontstaan van jouw idee en waarom het belangrijk is.
- **Veranderverhaal:** het verhaal vertelt waarom er iets ontbreekt of wat er mis is met de huidige situatie en waarom verandering nodig is.
- **Missieverhaal:** het verhaal over jouw missie, geïllustreerd met jouw persoonlijke ervaringen.

Rode draad

De rode draad staat voor de kernboodschap die jij wilt uitdragen in alles wat je doet. Het is jouw bedoeling, jouw drijfveer en jouw bestaansrecht. Formuleer jouw antwoord op de volgende vragen:

- Welke mensen help je? Wie wil je bereiken? Wat is je ideale doelgroep? Wees zo specifiek mogelijk.
- Welke impact heb je voor ogen? Wat wil je bereiken? Hoe wordt de wereld er beter van?
- Waarom doe je wat je doet?
- Wat is een persoonlijk verhaal om deze kernboodschap te ondersteunen? Zoek dit verhaal bij voorkeur in je eigen leven: een beslissend moment dat je tot een nieuw inzicht heeft gebracht of dat jou op een ander spoor heeft gezet. Deze persoonlijke ervaring vormt het bewijs voor jouw boodschap.

Ingrediënten

Verhalen hebben vaste personages die telkens weer opduiken: helden, maar ook tegenstanders, gangmakers en helpers. Ook zijn er nog enkele andere vaste elementen, zoals uitdagingen en een beslissend moment. Als je ze herkent en verwerkt in je verhaal, geef je je verhaal extra krachten mee.

- **De held:** Het verhaal gaat over een hoofdpersoon die een wens of opdracht heeft, die hij of zij na allerlei gedoe weet te vervullen dan wel uit te voeren. In jouw eigen leven ben jijzelf de held: degene die de beslissingen neemt, de reis maakt en daarbij verandert.
- **De uitdaging:** De held heeft een wens of droom, die hem in beweging brengt.
- **Gangmakers:** Jouw ideeën komen ergens vandaan. Je laat je inspireren door voorbeelden, films, boeken, kunstenaars of wat dan ook. Dat zijn de gangmakers in jouw leven. Ze geven jou het idee voor de uitdaging die je voor je ziet. Ze stimuleren jou om jouw uitdaging ook te bereiken.
- **Tegenstanders:** in elk goed verhaal zijn altijd draken, schurken die verslagen moeten worden of bazen die dwarsliggen. Het kunnen ook obstakels zijn die je moet bevechten, valkuilen, tegenstanders, of andere tegenslag. Het is ook de innerlijke stem in je binnenste die nare dingen

tegen je zegt. Of juist een kritisch persoon die je in de weg staat. De tegenstander drijft het conflict verder op of jaagt de boel juist op de spits.

- **Helpers:** De held ontmoet tijdens zijn tocht helpers die hem of haar voorzien van goede raad of die hulp geven om de draak te bevechten. Het zijn de Gandalfs, wijze monniken en Vrouw Holles van deze wereld. Het kan een voorbeeldfiguur zijn of juist een superheld.
- **Publiek:** de mensen voor wie je het uiteindelijk doet, dus je lezers, toekomstige werkgevers, je klanten, je opdrachtgevers, je toehoorders of de eindgebruikers die je met jouw idee verder wilt helpen.
- **Verandering:** een verhaal gaat altijd over verandering. Aan het eind van het verhaal staat de hoofdpersoon anders in het leven. Hij heeft nieuwe inzichten gekregen of een angst overwonnen.
- **Een beslissend moment:** om een plan uit te voeren, je leven een andere wending te geven of je stille droom achterna te gaan, heb je een verhaal nodig dat je boodschap ondersteunt. Zoek dit verhaal bij voorkeur in je eigen leven: een beslissend moment dat je tot een nieuw inzicht heeft gebracht of dat jou op een ander spoor heeft gezet.
- **Opbrengsten:** in een verhaal staat altijd iets op het spel. Iets dat van grote waarde is voor de held om zijn uitdaging te bereiken: de schat. Deze schat kan iets tastbaars zijn, maar het kan ook een waardevol inzicht zijn of een belangrijke levensles. Aan het einde van het verhaal moet duidelijk zijn wat de opbrengst is.

Plot

Een verhaal heeft altijd een plot. Een gemakkelijke structuur hiervoor is de drietrap Beeld, Ervaring en Betekenis (afgekort als BEB).

Beeld

Er was eens ...

- Over wie gaat het?
- Waar was je?
- Wat was je aan het doen?
- Wanneer was je daar?
- Waarom was je daar?
- Met wie was je daar?

Je beschrijft de beginsituatie aan de hand van de vragen wie, wat, wanneer en waar. Gebruik geuren en kleuren om de situatie uit te beelden. Zo gaat je publiek mee in jouw ervaring.

Ervaring of gebeurtenis

Op een dag ...

- Wat gebeurde er?

- Hoe reageerde je?
- Hoe liep het af?

Beschrijf de feitelijke gebeurtenissen en vertel wat het met je deed.

Betekenis of inzicht

... en ze leefden nog lang en gelukkig.

Deel het inzicht of de betekenis van het verhaal.

- Wat heb je ervan geleerd?
- Wat heb je toen besloten?
- Wat ben je sinds die dag gaan doen?

Taalgebruik

Met taal maak je het verhaal tot een boeiende belevenis. Dat doe je zo:

- **Zet alle zintuigen in.** Denk daarbij niet alleen aan 'vertellen', maar ook aan het prikkelen van andere zintuigen. Een verhaal raakt je lezers of luisteraars namelijk meer als ze het verhaal niet alleen horen of lezen, maar ook voor zich zien of zelfs voelen, of proeven.
- **Structureer.** We vinden verhalen met een traditionele verhaalopbouw het mooist omdat we die herkennen. Zo'n verhaal heeft een begin-midden-eind en vaak een gesloten einde.
- **Wees persoonlijk.** Maak het 'verhalend': met emotie, met elegante details, met woorden waarin jouw persoonlijkheid naar voren komt. En met de nodige rafelrandjes, want die maken jouw verhaal pas echt interessant.
- **Vertel het in beelden.** Wanneer je het beeldend maakt, vang je de aandacht van het brein.
- **Scherp contrasten aan.** Een geweldig contrast in verhalen krijg je door deze opbouw: *eerst was het... Daarna zag ik...*
- **Zet het onderwerp in beweging.** Een tekst waarin iets gebeurt, is veel spannender dan een beschrijving van een statische situatie. Breng dus waar mogelijk je onderwerp in beweging. Schrijf hoe het eerst was, wat er onderweg gebeurde en hoe het afliep.