

Workshop beeldtaal: film als interventie instrument

Wim Haarmann

www.telos.nl

Met dank aan:

Tanja Nabben

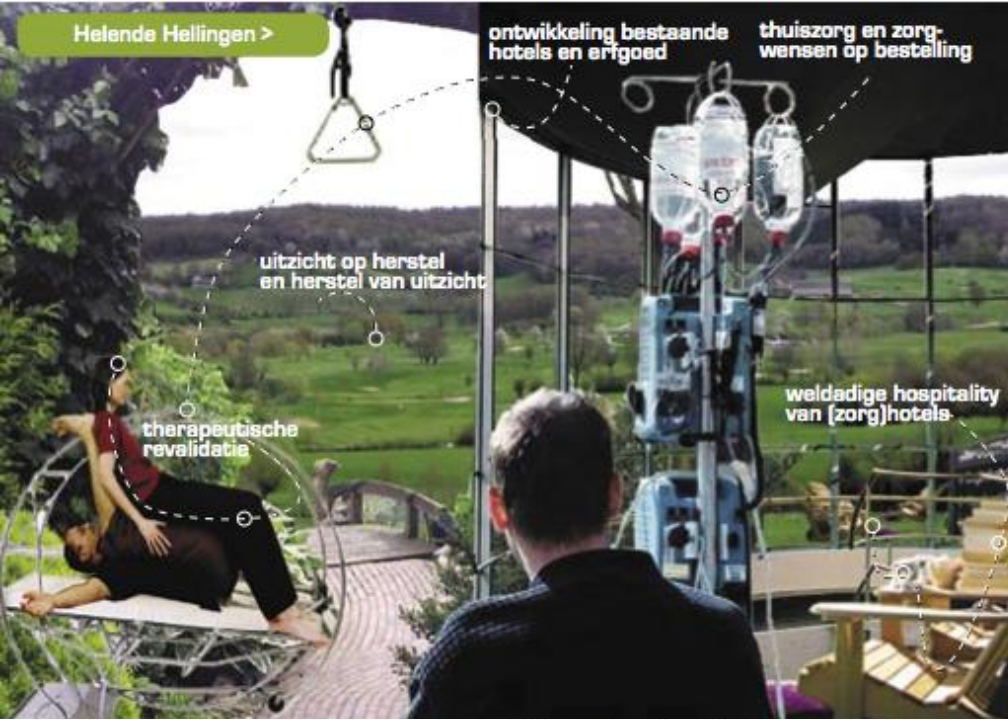
www.moodlab.eu



Programma

- Introductie.
- Karakters en verhalen.
- Enkele tips.
- Is film bruikbaar?







Ervaringen nieuwe markten

- Mensen enthousiast te krijgen lukt goed.
- Ondernemerstafels werken goed.
- Er worden business cases uitgewerkt.
- Het verhaal brengt ook niet direct betrokkenen op ideeën.
- Continuïteit is probleem.
- Afstemming privaat en publiek moeilijk:
 - bedrijvigheid ontwikkelen doe je in stilte (concurrentie);
 - de overheid werkt in de openbaarheid (goed bestuur).



Regionaal beeldverhaal

- Inspirerend verhaal dat een wenkend perspectief.
- Niet bedoeld als regiobrand of als planconcept.
- Integreren(ruimte, economie, sociaal, cultuur).
- Identificeren ruimtelijk economische ontwikkelingskansen.
- Lange termijn perspectieven voor investeringen.
- Geen statisch verhaal.
- Bottom-up proces ontwikkeld.
- Gedragen worden door de regionale stakeholders.



Strijckers en Baadjou: www.creatiefzuid.nl

**Voorbeeld gebiedspromotie:
Lust for Life**



Geen branding

- Landen, provincies, regio's, steden, buurten en wijken willen zich onderscheiden en zoeken nieuw sociaal-cultureel cement.
- Reclamemakers bedenken nieuwe merken voor gebieden als waspoederreclame.
- Hoe daar meer diepte aan te geven?
- Verbind het alledaagse met het strategische.
- *Sterke verhalen* geven voeding aan latent aanwezig ontwikkelingspotentieel, verbinden tactische en strategische manieren van omgaan met sociale en ruimtelijke omgeving.



Uitkomsten eerdere workshop

do's

- Ziel van gebied als vertrekpunt en verbinden met toekomst.
- Gezamenlijk, bestendig en motiverend verhaal.
- Aandacht voor culturele opgave.
- Verbeelden is noodzaak.

dont's

- Niet alleen historisch.
- Verhaal is geen dogma.
- Meer dan een fysieke opgave.
- Verhaal en beelden zijn niet van de ontwerper

Een oefening: bedenk een filmtrigger

- Casten: kies 2 typen
 - wat is hun beroep en sociale status?
 - wat is hun toekomst perspectief?
 - wat doen zij in het gebied?
- Locatie:
 - waar wonen ze?
 - op welke locaties film je ze?
- Waarover gaat het gesprek?





Een documentaire van Tanja Nabben over de andere kant van sociale vernieuwing (www.moodlab.eu)

DROOMWIJK



Film als dwarsverband

- Vastgelopen patronen en de discussie verhelderen.
- Om te prikkelen.
- Leggen van dwarsverbindingen (complexe verhalenlijnen).
- Andere laag dan beleid.
- Anonieme delen van een gebied of proces zichtbaar.
- Grote groepen (ook niet lezers) bereikbaar.
- Geen scenario maar onderzoekend filmen.
- Mens & verhaal & gebied = deel van de totale state of mind.



Filmer als onderzoeker

- De geuren en kleuren opsnuiven: geen rapporten en google maar fysieke aanwezig zijn
- Mens en locatie centraal
- Maak van film is interventie
- Ga niet naar vergaderingen en wijkberaden
- Voorkom representatiedrang: niet de wijkvoorzitter, maar de onbekende bewoner
- Verhalen vormen voorportaal van identiteit (het bloemzaad)



zoeken in samenbrengen expertises (voorbeeld Maashorst)

**ONDERZOEKER
ONTWERPER EN FILMMAKER**