

**DE EENHEID
VAN TIJD,
PLAATS EN
HANDELING IN
CROSSMEDIA
STORYTELLING**

HOW NOT TO GET LOST

RUTGER SMOORENBURG

DE EENHEID VAN TIJD, PLAATS EN HANDELING IN CROSSMEDIA STORYTELLING

HOW NOT TO GET LOST

© 2013 Rutger Smoorenburg. Alle rechten voorbehouden.

MASTERSCRIPTIE,

INGEDIEND ALS ONDERDEEL VAN HET EXAMENPROGRAMMA

MASTER OF ARTS KUNSTBELEID EN MANAGEMENT
TRACÉ STURING VAN CREATIEVE ONTWERPPROCESSEN

VAN DE PROFESSIONAL SCHOOL OF THE ARTS UTRECHT (PSAU),
EEN SAMENWERKINGSVERBAND TUSSEN DE UNIVERSITEIT UTRECHT EN DE HOGESCHOOL
VOOR DE KUNSTEN UTRECHT.

Auteur: dhr. R. (Rutger) Smoorenburg BA
Studentnummer: 0332747
Datum: 2013-06-25

Eerste begeleider: Dr. C.M. (Kees) Vuyk
Universitair hoofddocent Departement Media- en
Cultuurwetenschappen, opleiding Theater-, Film- en
Televisiewetenschap, Universiteit Utrecht.

Universitair hoofddocent Onderzoekinstituut voor Geschiedenis en
Cultuur (OGC) - Media en Performance Studies, Universiteit Utrecht

Tweede begeleider: Dr. M.J. (Chiel) Kattenbelt

Universitair hoofddocent en opleidingscoördinator Departement Media-
en Cultuurwetenschappen, opleiding Theater-, Film- en
Televisiewetenschap, Universiteit Utrecht.

Senior onderzoeker Onderzoekinstituut voor Geschiedenis en Cultuur
(OGC) - Media en Performance Studies, Universiteit Utrecht

INHOUDSOPGAVE

| | |
|---|-----|
| TREFWOORDEN | 5 |
| SAMENVATTING | 5 |
| DANKBETUIGINGEN | 6 |
| IN DEN BEGINNE... | 9 |
| HOOFDSTUK 1 CROSSMEDIA DRAMATURGIE | 15 |
| 1.1 CROSSMEDIA STORYTELLING | 17 |
| 1.2 DRAMATURGIE | 22 |
| 1.3 CROSSMEDIA DRAMATURGIE | 25 |
| HOOFDSTUK 2 HET NETWERK VAN HET CROSSMEDIALE VERHAAL | 29 |
| 2.1 DE EERSTE BETEKENISLAAG: DE VERBINDING | 29 |
| 2.2 DE TWEEDE BETEKENISLAAG: DE CONTACTVORM | 35 |
| 2.3 DE DERDE BETEKENISLAAG: DE PERCEPTIE | 37 |
| 2.4 DE VIERDE BETEKENISLAAG: DE DIRECTHEID | 38 |
| 2.5 DE VIJFDE BETEKENISLAAG: DE CONTEXT | 42 |
| HOOFDSTUK 3 DE EENHEID VAN TIJD | 48 |
| 3.1 DE VIJF CHRONOLOGIEËN BIJ HET CROSSMEDIALE VERHAAL | 48 |
| 3.2 BESCHIKBAARHEID | 53 |
| 3.3 DRAMATISCHE IRONIE | 55 |
| 3.4 THE LONG TALE | 60 |
| HOOFDSTUK 4 DE EENHEID VAN PLAATS | 63 |
| 4.1 PLAATSGEBONDEN CONSEQUENTIES | 64 |
| 4.2 DE ONTMOETINGSPLAATS | 68 |
| HOOFDSTUK 5 DE EENHEID VAN HANDELING | 74 |
| 5.1 MEDIAGEBRUIK | 74 |
| 5.2 SCHAKELLEN | 82 |
| 5.3 RECONSTRUEREN | 88 |
| 5.4 TOEVOEGEN | 94 |
| EN ZE LEEFDEN NOG LANG EN GELUKKIG... | 103 |
| BRONNEN EN LITERATUUR | 109 |
| BIJLAGE A TRANSSCRIPTIE PROEF 1 FLUISTERSPEL | 115 |
| BIJLAGE B TRANSSCRIPTIE PROEF 2 FLUISTERSPEL | 121 |
| BIJLAGE C VOLLEDIGE ANALYSE RESULTAAT VAN PROEF 1 | 127 |
| BIJLAGE D VOLLEDIGE ANALYSE RESULTAAT VAN PROEF 2 | 131 |

AFBEELDINGEN

| | |
|--|----|
| AFBEELDING 01 Still uit het YouTube filmpje <i>De Mol trapt af met Van der Wiel</i> _____ | 45 |
| AFBEELDING 02 Still uit <i>LOST</i> – Sawyer leest het manuscript <i>Bad Twin</i> _____ | 54 |
| AFBEELDING 03 Hoofdmenu van de <i>In Therapie</i> app _____ | 56 |
| AFBEELDING 04 iPhone push notificatie van de <i>In Therapie</i> app _____ | 57 |
| AFBEELDING 05 Internetgeschiedenis van het hoofdpersonage uit <i>In Therapie</i> _____ | 58 |
| AFBEELDING 06 Kokscertificaat van <i>The Dharma Initiative Recruiting Project</i> _____ | 67 |
| AFBEELDING 07 Still uit de TV-serie <i>Raveleijn</i> waar Emma haar waterzwaard gebruikt _____ | 71 |
| AFBEELDING 08 Emma gebruikt haar waterzwaard in de parkshow <i>Raveleijn</i> _____ | 71 |
| AFBEELDING 09 Still uit de TV-serie <i>Raveleijn</i> waar de raadsheer nog zichzelf is _____ | 71 |
| AFBEELDING 10 Still uit de TV-serie <i>Raveleijn</i> waar de raadsheer in een vogel is veranderd _____ | 71 |
| AFBEELDING 11 Still uit de TV-serie <i>Raveleijn</i> waar Draconicon wegzakt in de modder _____ | 71 |
| AFBEELDING 12 In de parkshow <i>Raveleijn</i> verlaat de raadsheer het stadsplein via een tunnel _____ | 71 |
| AFBEELDING 13 Verschillende beeldformaten _____ | 75 |
| AFBEELDING 14 Gebieden in het frame waarbinnen de actie gepositioneerd moet blijven _____ | 75 |
| AFBEELDING 15 Still uit KPN reclame “Thuis Live TV op je laptop en tablet” _____ | 76 |
| AFBEELDING 16 Reconstructie: Geographical Study of <i>LOST</i> _____ | 93 |
| AFBEELDING 17 De personages uit <i>LOST</i> ontmoeten Harry Potter _____ | 95 |

FIGUREN

| | |
|--|----|
| FIGUUR 01 De relaties tussen toeschouwer, publiek en beroemdheden _____ | 34 |
| FIGUUR 02 Schematische weergave van een basaal crossmediaal verhaal _____ | 35 |
| FIGUUR 03 De vijf chronologieën bij een crossmediaal verhaal _____ | 49 |
| FIGUUR 04 Het samenspel tussen de publicatievolgorde en de eenheid van tijd van het publiek _____ | 53 |
| FIGUUR 05 Schematische weergave van de publicatievolgorde van <i>In Therapie</i> _____ | 59 |
| FIGUUR 06 Plaatsgebonden consequenties bij een crossmediaal verhaal _____ | 64 |
| FIGUUR 07 Schematische weergave van <i>LOST</i> -aflevering in de VS, Nederland en op internet _____ | 66 |
| FIGUUR 08 Media prikkelen (tegelijk) verschillende zintuigen _____ | 78 |
| FIGUUR 09 Het filteren en interpreteren van zintuiglijke prikkels _____ | 81 |
| FIGUUR 10 Schakelen, rolonderhandeling, emotie en reconstructie _____ | 83 |
| FIGUUR 11 Schakelen: de verhoudingen tussen channels, medialiteiten en modaliteiten _____ | 87 |
| FIGUUR 12 Toevoegen aan een crossmediaal verhaal _____ | 96 |

FRAGMENTEN

| | |
|---|----|
| FRAGMENT 01 William Shakespeare <i>As You Like It</i> _____ | 30 |
| FRAGMENT 02 Annie M.G. Schmidt “Hendrik Haan” _____ | 39 |

TABELLEN

| | |
|--|----|
| TABEL 01 Gemiddelde aantal uren mediabesteding per dag van Nederlanders _____ | 11 |
| TABEL 02 Resultaten eerste experiment Chinees fluisterspel _____ | 41 |
| TABEL 03 Resultaten tweede experiment Chinees fluisterspel _____ | 43 |
| TABEL 04 Verschillen tussen de eerste en laatste zinnen van beide experimenten _____ | 44 |
| TABEL 05 Stappen in het proces van schakelen _____ | 84 |
| TABEL 06 Inconsistenties tussen het boek en de tv-serie <i>Raveleijn</i> _____ | 90 |

TREFWOORDEN

crossmedia storytelling, dramaturgie, netwerk, eenheid van tijd, plaats en handeling, *In Therapie*, *LOST*, *Raveleijn*, verhaal, transmedia.

SAMENVATTING

In de masterscriptie *De eenheid van tijd, plaats en handeling in crossmedia storytelling* wordt onderzocht hoe de Aristotelische eenheid van tijd, plaats en handeling, ooit fungerend als uitgangspunt voor de constructie van de plot van de tragedie, een plek kan krijgen binnen een nieuwe vorm van dramaturgie die alle bestaande mediumspecifieke vormen overstijgt: die van crossmedia storytelling. Crossmedia storytelling moet hier begrepen worden als het vertellen van een verhaal door het te verspreiden over meerdere mediakanalen. Daarmee heeft de dramaturgie van crossmedia storytelling niet met de specifieke eigenschappen van een enkel medium van doen, zoals dat bij theater- of filmdramaturgie het geval is, maar heeft zij de optimale verspreiding van de verhaalelementen over de verschillende media en de manier van schakelen tussen die media tot haar onderwerp. Voortbouwend op het theoretisch werk van o.a. Henry Jenkins, Christy Dena, Ivan Askwith en Harry van Vliet m.b.t. crossmedia storytelling, wordt aan de hand van drie case studies getoond hoe niet de eenheid van tijd, plaats en handeling van de plot, maar de eenheid van tijd, plaats en handeling van het publiek ten opzichte van de plot, van wezenlijk belang is voor de volgorde en mate waarin een crossmediaal verhaal geconsumeerd wordt.

Alvorens in te gaan op de eenheden van tijd, plaats en handeling van het publiek (respectievelijk hoofdstuk 3, 4 en 5) is het van belang verhalen te begrijpen als genetwerkte constructies die binnen een sociale context verschillende betekenislagen kennen. Hoofdstuk 2 geeft een overzicht van de theorie die ik hiervoor eerder ontwikkelde in het artikel "The Network of Stories" en breidt deze uit om ook de complexiteit van het crossmediale verhaal te kunnen omvatten. In de hoofdstukken 3 t/m 5 zal met enige regelmaat aan de verschillende betekenislagen worden gerefereerd.

Gaandeweg wordt tevens blootgelegd hoe economische en strategische keuzes en principes, daar waar zij de eenheid van tijd, plaats en handeling van het publiek raken een negatieve impact kunnen hebben op de manier waarop het crossmediale verhaal door het publiek ervaren wordt. De drie case studies, te weten *LOST*, *In Therapie* en *Raveleijn*, zijn verspreid door de verschillende hoofdstukken verwerkt.

DANKBETUIGINGEN

Toen ik in 2003, een jaar na het behalen van mijn Gymnasium diploma, voor de tweede maal niet werd aangenomen bij de Toneelschool Maastricht, besloot ik om in plaats van een groot en beroemd acteur te worden de theaterwereld vanuit de wetenschappelijke invalshoek te betreden. Ik schreef me in voor de bacheloropleiding Theater-, Film- en Televisiewetenschappen aan de Universiteit Utrecht en verliet het ouderlijk huis om op mezelf te gaan wonen. Hoewel ik aanvankelijk een goede start maakte, kwam na verloop van tijd de kink in de kabel: ik begon mijn studie teveel te ervaren als de noodgedwongen tweede keuze die niet zou resulteren in het leven dat ik graag zou willen leiden. Daarbij kwam dat het op eigen benen staan niet zonder slag of stoot ging. Het werd een periode waarin ik me niet zo bezig hield met deadlines en het behalen van goede resultaten.

Twee mensen in het bijzonder hebben mij terug op de goede weg gebracht. De eerste is Ans van Trigt, een sterke vrouw met een krachtige mentaliteit die, sinds ik haar vroeg me te helpen met mijn auditie voor de toneelschool, altijd in mij is blijven geloven. Dankzij haar persoonlijke levensverhaal, haar energie en haar onvoorwaardelijke toewijding heeft ze mij geleerd alles uit het leven te halen wat er in zit. De tweede is William Uricchio, professor en directeur van het MIT Comparative Media Studies Program en professor Comparative Media History aan de Universiteit Utrecht. In 2006 volgde ik zijn cursus *Television History* als onderdeel van mijn bachelorprogramma en raakte onmiddellijk geïnspireerd door de manier waarop hij het medium televisie vanuit een historisch perspectief beschouwde. Hij leerde me dat veel van de huidige ontwikkelingen in ons medialandschap in feite helemaal niet zo revolutionair zijn als velen van ons denken. Want hoewel recente innovaties een overweldigende impact hebben op onze omgang met de media, werden deze technieken meer dan 100 jaar geleden al voorspeld, bejubeld én gevreesd.

Een parallel met mijn masterscriptie is door de mensen in mijn omgeving waarschijnlijk snel gemaakt. Menigeen zal na het lezen van het voorgaande met lichte ironie zeggen dat deze scriptie ook al jaren door mij voorspeld en bejubeld is en dat zij vreesden dat deze nooit af zou komen. Welnu, die vrees blijkt onterecht, aangezien "De eenheid van tijd, plaats en handeling in crossmedia storytelling" inmiddels – nu eindelijk – een feit is.

Het onderwerp van deze scriptie is crossmedia storytelling, een fenomeen dat dankzij de cursus van William Uricchio onder mijn aandacht kwam en dat zodanig mijn interesse heeft gewekt dat ik mijn opleiding tot mediawetenschapper niet langer meer als tweede keus beschouwde, maar als zinvol en met mooie kansen voor de toekomst. Zo werd ik na het behalen van mijn bachelor diploma aangenomen voor de selectieve master Kunstbeleid en –management, waarvan het tracé Sturing van Creatieve Ontwerpprocessen verzorgd werd door de Professional School of the Arts Utrecht, een unieke samenwerking tussen de Universiteit Utrecht en de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht: een professioneel academische master in het spanningsveld tussen kunst en wetenschap. Binnen dit masterprogramma heb ik de mogelijkheid gekregen om mijn kennis en kunde met betrekking tot crossmedia storytelling verder te ontwikkelen.

Met name in het tweede semester zijn twee cursussen die ik mocht volgen bij de master Nieuwe Media en Digitale Cultuur van de Universiteit Utrecht van grote waarde geweest voor het theoretische kader en de historische context van deze masterscriptie. De eerste is *Network Theory* van drs. Marianne van den Boomen waarin ik met behulp van verschillende netwerktheorieën het fenomeen verhaal heb leren begrijpen als een genetwerkte constructie die binnen een sociale context uit verschillende betekenislagen bestaat. Dat door mij ontwikkelde concept dient nu als theoretisch uitgangspunt voor mijn dramaturgische onderzoek naar

crossmedia storytelling. De andere cursus is *De Archeologie van de Nieuwe Media* van dr. Imar de Vries waarvoor ik het artikel "Crossmedia Storytelling en het verlangen naar een übermedium" schreef. Hierin beschrijf ik hoe crossmedia storytelling begrepen kan worden als een logische consequentie van de technologische ontwikkelingen van de media en de strategische posities die daarbij worden ingenomen. Voortbouwend op dat begrip leg ik in deze scriptie bloot waarom beslissingen van financiële aard een belangrijk aandachtspunt binnen crossmedia dramaturgie behoren te zijn. Zowel Marianne van den Boomen als Imar de Vries ben ik erg dankbaar voor hun kennis, kunde, feedback en hun vermogen te enthousiasmeren. Dankzij hen heb ik mijn gedachten over crossmedia storytelling richting en structuur kunnen geven.

Vol goede moed en zin startte ik in het voorjaar van 2008 aan deze scriptie. Dat die vijf jaar later pas klaar zou zijn, komt doordat het bloed kruipt waar het niet gaan kan. In de afgelopen jaren bracht ik als cabaretier drie oudejaarsconferenties op de planken. Daarnaast moest er gewerkt worden om de financiën op orde te houden. Ondertussen bleef ik mij wel in het onderwerp van mijn onderzoek verdiepen: ik bestudeerde literatuur en onderzocht drie casestudies. Hoewel er progressie geboekt werd, was de voortgang echter lange tijd niet zodanig dat er over een afstudeerdatum gesproken kon worden. Niet in de laatste plaats ben ik Dr. Kees Vuyk dankbaar voor het in mij gestelde vertrouwen te kunnen afstuderen en de wil mij in dit proces te begeleiden. Daarnaast dank ik Hanneke van den Broek, Linda Flipse, Niels van Miltenburg, Joep Reichert, Henk Smoorenburg en Magda Smoorenburg voor hun kritische evaluatie van deze thesis.

Tevens gaat mijn dank uit naar mijn ouders, familie en vrienden die mij in de afgelopen jaren soms streng, doch altijd vol belangstelling naar de voortgang van dit werk hebben gevraagd. Van hen dank ik Bo van Eert, Hans van den Eertwegh, Mark Heeren, José Maas, Hedwig Smoorenburg, Henk Smoorenburg, Magda Smoorenburg en Paul Vrugt voor hun vrijwillige bijdrage als proefpersonen van mijn onderzoek. Tot slot wil ik mijn lieve vriendin Krista van Garderen bedanken voor haar geduld dat ik in de voorbije drie jaar regelmatig op de proef heb gesteld door druk te zijn met mijn werk, mijn voorstellingen en deze scriptie. Zonder haar steun en begrip zou het me nooit gelukt zijn deze thesis af te ronden.

Crossmedia storytelling is mijns inziens een zeer interessant onderwerp waar nog heel veel in te ontdekken is. Voor mij persoonlijk dient deze thesis dan ook als eerste stap, als een handvat voor de crossmedia dramaturg en producent die ik ooit hoop te worden. Een duidelijke richting, een helder kader voor het maken van crossmediale verhalen zonder daarbij het risico te lopen te verdwalen in een jungle van media-uitingen of voor altijd vast te komen zitten op een eiland afgesloten van de rest van de wereld. Met andere woorden, de start van wat wellicht ooit een handboek wordt: *How not to get LOST*.

Rutger Smoorenburg

**IN DEN
BEGINNE...**

"Als je bij de radio de oren dicht stopt, heb je niets,
als je bij de televisie de ogen sluit, heb je slechte radio."

Louis Paul Boon

IN DEN BEGINNE...

Lang, lang geleden in een land dat wij tegenwoordig Frankrijk noemen, schilderden onze verre, verre voorvaders in een rots nabij Vallon-Pont-d'Arc de meest prachtige afbeeldingen van paarden, oerossen, bizons, leeuwen en neushoorns. We weten niet wat deze tekeningen in de grotten van Chauvet precies betekenden voor degenen die ze zo'n 30.000 jaar geleden maakten, wel weten we dat de makers wisten dát zij tekenden en wát zij tekenden. Zonder het bewustzijn van de kracht van hun scheppend vermogen, hun vaardigheid in schilderen, en de gelijkenis van de afbeeldingen met de dieren zou het toekennen van elke verdere (magische) betekenis aan die afbeeldingen onmogelijk zijn geweest.¹ De orale traditie buiten beschouwing gelaten, is de rotsschildering één van de eerste vormen van kunst, zo niet de eerste, die een verhalende eigenschap toegekend kan worden: Als men sommige rotstekeningen bekijkt, waarin dieren omgeven door jagers met speren zijn afgebeeld, ziet men de leider van de groep er al naast staan om zijn aanvalsplan toe te lichten, zoals een voetbalcoach zijn elftal de gekozen opstelling toelicht. Uit onderzoek van Marc Azéma en Florent Rivère dat zij in *Antiquity*² publiceerden, blijkt dat deze paleolithische kunstenaars zelfs al een soort animatiefilmers avant la lettre waren. Zij hanteerden twee manieren om beweging te suggereren:

"door dezelfde afbeeldingen meerdere keren over elkaar heen te schilderen [met telkens een kleine verandering] of door verschillende afbeeldingen naast en achter elkaar te zetten. (...) Een bizon [werd] twee keer over elkaar heen geschilderd en wel zó dat hij acht poten lijkt te hebben. (...) [Ze] zouden op die manier de bewegingen van de dieren in frames hebben ontleed. (...) De kunstenaars maakten volgens Azéma onbewust gebruik van gezichtstraagheid, waarbij de ogen en hersenen snelle bewegingen niet goed kunnen volgen, en als het ware een filmpje maken. In de donkere grotten werd dit effect bereikt door snel met een toorts langs de schilderijen te gaan."³

Zeker weten doen we dat natuurlijk niet, maar dat de rotstekeningen voor een aanschouwend publiek bedoeld waren, lijkt toch zeer aannemelijk.

Het vertellen van (fictieve) verhalen met gebruik van de stem is zelfs vele malen ouder dan de rotsschildering.⁴ Het zit ons kennelijk in het bloed. We kunnen heel makkelijk begrijpen waarom, als we inzien dat we elkaar verhalen vertellen om er van te leren, om betekenis te geven aan de wereld om ons heen en onze rol daarin, om onze gevoelens te uiten en te delen. Kortom: om te overleven. Omdat ze zo'n wezenlijk onderdeel zijn van zijn bestaan hebben de verhalen en verteltechnieken zich met de mens mee geëvolueerd. Zo ontstonden er in de loop der tijd verschillende media: theater, dans, het schrift, het gedrukte boek, de telegraaf, de telefoon,

¹ Brian Boyd *On the Origin of Stories: Evolution, Cognition, and Fiction* (Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press, 2009): p: 7.

² Marc Azéma en Florent Rivère "Animation in Palaeolithic art: a pre-echo of cinema" in *Antiquity* 86 (332) 2012, pp: 316-324.

³ Theo Toebosch "Cartoons uit de prehistorie" in *NRC Next* 11-06-2012, pp: 14-15.

⁴ Boyd, p: 9.

radio, film, televisie, de computer, internet, mobiele telefonie, sociale media, apps en vele andere vormen. Elk medium kreeg op zijn beurt weer de beschikking over een breed scala aan genres, vormen en structuren.

Op een TED bijeenkomst⁵ in februari 2005 presenteerde de oprichter van het blad *Wired*, de Amerikaan Kevin Kelly, het begin van een theorie over de evolutie van techniek die hij later zou uitwerken in zijn artikel "The Technium and the 7th Kingdom of Life".⁶ Kelly stelt dat techniek zich, net zo als het leven op aarde, ontwikkelt op basis van een constante stroom aan innovaties. Kelly noemt deze veranderingen "hacks": het breken met de bestaande regels van het leven om zodoende nieuwe overlevingsmethoden te ontwikkelen. Zo hebben de gereedschappen van onze paleolithische voorvaders inmiddels vele geavanceerdere nakomelingen gekregen. Kelly ontdekte echter een opmerkelijk verschil tussen de evolutie van techniek en die van het leven. Daar waar het leven een "survival of the fittest" kent, sterven oude technieken niet uit:

"For instance one of the first technologies in history is manufactured arrow points. Well, there are five thousand flint knappers working in the U.S. today, making arrowheads exactly the same way they have always been made (pressing bone against flint), and these enthusiasts are probably making about a million points a year."⁷

Sommigen zullen beweren dat Kelly's stelling niet helemaal waterdicht is, omdat een aantal technieken wel degelijk uitsterft, of zelfs amper het licht ziet. Zij zullen aandragen dat het aantal mensen dat nog een werkende CD-i speler in huis heeft zonder meer schaars zal zijn. Voor bezitters van een Video 2000 systeem zal dat nog in meerdere mate gelden. Of zij zullen aandragen dat Polaroid in 2008 stopte met de productie van de instant film. Zij gaan dan echter voorbij aan het feit dat twee jaar later een aantal oud-medewerkers van het bedrijf de fabriek en machinerie overnam en de productie weer opstartte, zij het met kleinere productiehoeveelheden.⁸ En er is altijd nog een techneut te vinden die je kapotte CD-i speler kan maken. Bovendien, mocht een techniek tijdelijk van het toneel verdwijnen dan kan die later altijd nog opnieuw tot leven gewekt worden. Technieken sterven dus nooit helemaal uit. Dat is een wezenlijk verschil met de evolutie van het leven. Want anders dan Steven Spielbergs *Jurassic Park* ons doet voorstellen, zullen dinosauriërs nooit meer de aarde bewandelen.⁹

Wat voor techniek in zijn algemeenheid geldt, geldt natuurlijk ook voor de media. In tegenstelling tot wat vaak gedacht wordt bij de introductie van een nieuw medium, namelijk dat het de oude media zal doen verdwijnen, is dat geenszins het geval: de film bleek geen vervanger van het theater, de televisie liet de radio niet verdwijnen en ook het boek zal naast de e-reader blijven bestaan. Zelfs de rotsschildering leeft voort dankzij vingerverf, graffiti en de boodschappen die men achterlaat op de muren van bijvoorbeeld *De Piraña* in attractiepark De Efteling. Kortom: ons medialandschap dijt steeds verder uit. Keek de babyboomgeneratie in hun jeugd op woensdagmiddag nog met de hele buurt naar die ene uitzending op dat ene televisienet, tegenwoordig wordt er zoveel uitgezonden dat, mocht men alles willen zien, men bij wijze van spreken niet eens meer de tijd heeft om een bad te kunnen nemen. Sterker nog, het is volstrekt

⁵ Kevin Kelly "How does technology evolve? Like we did" op www.ted.com (gefilmd februari 2005, geplaatst november 2006): p: http://www.ted.com/talks/kevin_kelly_on_how_technology_evolves.html.

⁶ Kevin Kelly "The Technium and the 7th Kingdom of Life" in *Edge: The Third Culture* 19 juli 2007, p: http://www.edge.org/3rd_culture/kelly07/kelly07_index.html.

⁷ Ibidem.

⁸ Dimitri Reijerman "Nederlands bedrijf brengt Polaroid-films weer op de markt" op www.tweakers.net 23 maart 2010, p: <http://tweakers.net/nieuws/66356/nederlands-bedrijf-brengt-polaroid-films-weer-op-de-markt.html>.

⁹ De voorgaande alinea is gedeeltelijk gebaseerd op een artikel dat ik eerder schreef voor de cursus Archeologie van de Nieuwe Media van de Universiteit Utrecht: Rutger Smoorenburg "Crossmedia Storytelling en het Verlangen naar een Übermedium" (Utrecht: Universiteit Utrecht, 2008), ongepubliceerd artikel.

onmogelijk geworden alle media-uitingen te consumeren: in januari 2012 meldde YouTube dat elke seconde één uur aan videomateriaal naar de website wordt geüpload¹⁰ en dat die hoeveelheid alleen maar verder toeneemt. Men zou consequent steeds verder achter de feiten aanhollen.

De tijd die wij aan media kunnen besteden neemt echter niet of nauwelijks toe. Goed, we worden steeds ouder, we werken minder lang dan vroeger en we gebruiken steeds vaker verschillende media tegelijkertijd: we lezen een krant met de radio aan. Afgezet tegen de explosieve groei in media-uitingen is deze toename in beschikbare tijd en multitasking echter verwaarloosbaar. De tijd die we dagelijks aan media besteden, wordt vaak door verschillende partijen onderzocht. Bijvoorbeeld in het sinds 2006 tweejaarlijks terugkerend onderzoek "Alles over tijd" van de Stichting ter Promotie en Optimalisatie van Televisiereclame (SPOT) waaruit blijkt dat het totaal aantal uren dat we gemiddeld aan media per dag besteden, niet zo gek veel verandert:

| Jaar | Aantal bestede uren per dag aan media | Percentage Multitasking (gebruik van meerdere media tegelijk) | Gemiddeld aantal netto uren |
|------|---|---|-----------------------------|
| 2006 | 4,4 (exclusief radiotijd) ¹¹ | Niet bekend ¹² | Niet bekend |
| 2008 | 4,9 (exclusief radiotijd) ¹³ | Niet bekend | Niet bekend |
| 2010 | 6,9 ¹⁴ | 19% ¹⁵ | 5,6 |
| 2012 | 6,9 ¹⁶ | 25,7% ¹⁷ | 5,1 |

Tabel 1: Gemiddelde aantal uren dat per dag door Nederlanders aan media wordt besteed.

De bovenstaande getallen zijn niet optimaal met elkaar te vergelijken, omdat zij niet geheel gelijkwaardig tot stand zijn gekomen. In 2006 en 2008 is het radiogebruik niet meegerekend en zijn er geen gegevens bekend over het totale percentage van de tijd waarin tegelijkertijd meerdere media worden gebruikt. Op bovenstaand onderzoek valt ook af te dingen dat in alle jaren bijvoorbeeld theater- en bioscoopbezoek niet zijn meegenomen onder de categorie mediagebruik. Het gaat hier dan ook niet zozeer om de exacte cijfers, maar meer om het besef dat een mens gemiddeld slechts een beperkt aantal uren per dag van media gebruikmaakt. Hoewel de moderne mens gedurende de hele dag (verschillende) media tot zijn beschikking heeft, heeft hij namelijk ook andere verplichtingen die zijn aandacht vragen zoals werk, eten en de zorg voor zijn naasten.

De combinatie van een uitdijend medialandschap en een vrijwel gelijkblijvende hoeveelheid tijd die men aan media kan besteden, resulteren in een sterk toenemende fragmentatie van het publiek. Kijkcijfers zoals de 5.381.000 die het KRO-programma *Boer Zoekt Vrouw* haalde op 30 januari 2011¹⁸ zijn tegenwoordig in Nederland eerder uitzondering dan de regel. Dat wil niet zeggen dat televisie niet meer als massamedium beschouwd kan worden. In de

¹⁰ YouTube "Holy Nyans! 60 hours per minute and 4 billion views a day on YouTube" op *The Official YouTube Blog* 23 januari 2012, p: <http://youtube-global.blogspot.nl/2012/01/holy-nyans-60-hours-per-minute-and-4.html>.

¹¹ SPOT *Alles over tijd: tijdsbestedingsonderzoek 2008* (SPOT, RAB en PBE, 2008): p: 27.

¹² Het percentage multitasking is alleen per afzonderlijk medium bekend in 2006 en 2008. Omdat in het onderzoek niet concreet genoeg naar voren komt welke media met elkaar gebruikt worden, is een totaal percentage niet te herleiden.

¹³ Ibidem, p: 27.

¹⁴ SPOT *Alles over tijd: tijdsbestedingsonderzoek 2012* (SPOT, 2012): p: 12.

¹⁵ Ibidem, p: 6.

¹⁶ Ibidem, p: 12.

¹⁷ Ibidem, p: 6.

¹⁸ Stichting KijkOnderzoek "Jaar top 100 inclusief sport" op www.kijkonderzoek.nl 2011, p: http://kijkonderzoek.nl/component/Itemid,45/option,com_kijkcijfers/file,j1-0-1-p.

afgelopen tien jaar stond in de Kijkcijfers Top Honderd van de Stichting KijkOnderzoek (SKO) geen enkel programma dat minder dan anderhalf miljoen kijkers trok.¹⁹ Dat zijn, ook in een land met 17 miljoen inwoners, nog steeds een heleboel mensen. Het feit blijft echter wel dat het (relatieve) bereik vroeger veel groter was. Het aantal mensen dat in 1975 de slotaflevering van *Swiebertje* niet gezien had, was bij wijze van spreken op één hand te tellen. Door deze afname in kijkersaantallen hebben veel commerciële televisiezenders in de afgelopen jaren hun reclame-inkomsten zien dalen. Hoe minder bereik, hoe minder de adverteerder bereid is te betalen. Bovendien neemt de vraag naar reclamezendtijd af. De marketingbudgetten van de adverteerders zijn weliswaar redelijk gelijk gebleven, maar een steeds groter deel daarvan wordt aan online advertenties besteedt. De verwachting is dat alleen al de uitgaven aan online video advertenties in de Verenigde Staten zullen stijgen van 1,5 miljard in 2010 naar 5,5 miljard dollar in 2014.²⁰ Dankzij internetbedrijven zoals Google kan men namelijk veel specifiekere doelgroepen definiëren en veel gericht adverteren dan dat bij televisie kan. Door indexering van het internet, cookies en het gebruik van slimme algoritmes verschijnt een advertentie op ontelbare websites en filmpjes op YouTube, mits de bezoeker van de site in het juiste profiel past. Handig, maar het maakt adverteren in andere media niet ineens overbodig. Als adverteerder moet je daar zijn waar je potentiële klanten zijn. Kijken die een bepaald televisieprogramma, dan heeft adverteren rondom die uitzending nog steeds zin.

Desalniettemin is de wereld anno 2013 een andere dan die waarin *Swiebertje* hoogtijdagen vierde, en wijkt zij zelfs nog veel meer af van die van onze schilderende paleolithische voorvaders: zelfs als men indertijd al een tablet met de app *Draw Something* voorhanden zou hebben gehad, dan had het gebrek aan 3G dekking of Wi-Fi hen alsnog parten gespeeld. Juist de app, maar ook de YouTube video, is zo typerend voor deze tijd. Dankzij de beschikbaarheid van goedkope, gebruiksvriendelijke technologieën kan vrijwel iedereen content gaan produceren en beschikbaar stellen aan een wereldwijd publiek. Het is nu mogelijk voor Jan met de pet om direct de competitie aan te gaan met de grote mediabedrijven van de wereld. Lang niet iedereen lukt dat natuurlijk, maar dat de kwaliteit van het door de amateur gemaakte product goed moet zijn, is in ieder geval geen vereiste voor succes. Zie daarvoor bijvoorbeeld het bedenkelijke succes van Zanger Rinus op YouTube.²¹ Dat succes en dat van vele anderen op het wereldwijde web staat in contrast met het verlies dat sommige professionele spelers moeten accepteren. Zoals kwaliteitskrant *De Pers* die sinds 2007 gratis verspreid werd in het Nederlandse openbaar vervoer. Op 30 maart 2012 viel voor dit dagblad het doek omdat de advertentie-inkomsten zodanig waren teruggelopen dat de kosten die met een kwaliteitskrant gepaard gaan niet meer te behapstukken waren.²² Natuurlijk is er af en toe een initiatief dat het niet haalt, of dat slechts een kort leven beschoren is, maar de terugloop in advertentie-inkomsten en de dalende oplagen vormen een probleem dat al een aantal jaren speelt binnen de gehele krantensector. Deels is dat wellicht te wijten aan de crisis die ons sinds 2008 in zijn greep houdt. Wat zeker ook niet helpt, is dat het medialandschap, dat altijd al een strijdtoneel was, nu bevolkt wordt door een immens aantal 'legertjes' dat op ontelbare locaties tegen elkaar om de aandacht van het publiek strijdt. Het innemen van goede posities op verschillende platformen en het aangaan van strategische samenwerkingen lijkt daardoor voor veel partijen een juiste overlevingsstrategie.

¹⁹ Ibidem.

²⁰ Break Media *Digital Video Advertising Trends: 2011* (Break Media, 2010): p:2.

²¹ Voor de filmpjes van Zanger Rinus zie zijn YouTube kanaal: <http://www.youtube.com/user/rinuszingt>.

²² Op 11 februari 2013 maakte *De Pers* een digitale doorstart in de vorm van een app genaamd *De Nieuwe Pers*. Het succes van die app zal moeten blijken. Bovendien neemt het niet weg dat ook het eveneens gratis dagblad *Dag* al in 2008 het veld moest ruimen.

Volgens Henry Jenkins, voormalig directeur van het Comparative Media Studies Program aan het Massachusetts Institute of Technology, leven we tegenwoordig dan ook in een *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*²³. Met convergence doelt hij op:

“the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behaviour of media audiences who will go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want. (...) This circulation of media content - across different media systems, competing media economies, and national borders - depends heavily on consumers’ active participation. (...) Convergence does not occur through media appliances, however sophisticated they may become. Convergence occurs within the brains of individual consumers and through their social interactions with others. Each of us constructs our own personal mythology from bits and fragments of information extracted from the media flow and transformed into resources through which we make sense of our everyday live.”²⁴

Convergence ontstaat dus niet alleen door mediabedrijven die hun producties steeds meer verspreid over verschillende platformen aanbieden om zo de kansen op inkomsten te vergroten. Ook de consument heeft een actieve rol in deze ontwikkeling door zich de nieuwe mediatechnologieën razendsnel eigen te maken en de controle over de constante stroom aan media in eigen handen te nemen. En vooral door zijn ervaringen met die media te delen met de mensen in zijn netwerk.²⁵ Door een overweldigend aanbod hebben we nu ook de noodzaak te kiezen welke verhalen we tot ons nemen. Daartoe maken we een voorselectie door bijvoorbeeld een betaald abonnement op een krant te nemen, of door dat juist niet te doen en meermaals per dag de gratis nieuwsberichten op *nu.nl* te lezen. Door af te stemmen op bepaalde televisiezenders, of door zich te abonneren op een interessant YouTube kanaal. De verhalen die we in die voorselectie aantreffen onderwerpen we vervolgens aan een vaak bikkelharde set van eisen. Is het verhaal naar onze smaak, dan willen we meer van dat. Mocht daarin nog niet voorzien zijn door de makers, dan zullen we het niet nalaten er via sociale media zoals Twitter om te vragen en onze eigen versies en aanvullingen, de zogenaamde fan fictie, op internet te publiceren. Bovendien delen we goede verhalen graag met onze familie, vrienden, collega’s en andere naasten én zelfs met andere fans aan de andere kant van de wereld die we leren kennen in online gemeenschappen. Als de inhoud ons echter niet bevalt, zijn we vaak meedogenloos. Toen bijvoorbeeld Andries Knevel, presentator van de Evangelische Omroep, op 3 februari 2009 in het programma *'t Zal je maar gebeuren*²⁶ een document ondertekende waarin hij verklaarde niet langer letterlijk in het scheppingsverhaal uit de *Bijbel* te geloven, haalde hij daarmee de woede van diverse EO-leden op de hals. De uitspraak dat Darwins evolutietheorie wellicht waar kan zijn, zorgde ervoor dat menig kijker meedogenloos wegzapte of zelfs overwoog zijn lidmaatschap op te zeggen. Niet iedereen hoeft natuurlijk het bestaan van onze paleolithische voorvaders te erkennen.

²³ Henry Jenkins *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. (Londen, New York: New York University Press, 2006)

²⁴ Ibidem, pp: 2-4.

²⁵ Ibidem, p: 18.

²⁶ Evangelische Omroep “Geloof in de Schepping?” uit *'t Zal je maar gebeuren* (Hilversum: EO, 03 februari 2009).

HOOFDSTUK 1

**CROSSMEDIA
DRAMATURGIE**

"Het probleem van het antwoord is de vraag."

Gerrit Komrij

HOOFDSTUK 1

CROSSMEDIA DRAMATURGIE

Deze scriptie beoogt een aantal zaken te doen. De eerste is om tot een duidelijke definitie te komen van crossmedia dramaturgie. Om daartoe te komen is in Hoofdstuk 1 enerzijds een literatuurstudie gedaan naar het gebruik en invulling van de termen crossmedia en transmedia. Dit is gebeurd in combinatie met een veldonderzoek (o.a. door het bijwonen van conferenties en symposia georganiseerd voor en door producenten en geïnteresseerden in crossmedia) om te zien hoe de beide termen in de praktijk gehanteerd worden. Anderzijds wordt teruggegrepen naar de basis van het vakgebied van de dramaturgie die reeds in de Griekse oudheid door filosoof Aristoteles gelegd is. De rest van de scriptie richt zich met name op de ontwikkeling van een nieuw theoretisch raamwerk voor de crossmedia dramaturgie waarbij de Aristotelische eenheid van tijd, plaats en handeling opnieuw geïntroduceerd wordt. Hierbij moet worden opgemerkt dat deze eenheid in het kader van crossmedia dramaturgie niet langer betrekking heeft op de plot van het verhaal, maar op die van de ontvanger ervan.

Alvorens in de hoofdstukken 3, 4 en 5 zal worden ingegaan op respectievelijk de eenheid van tijd, de eenheid van plaats en de eenheid van handeling, is het van belang een verhaal te begrijpen als een genetwerkte constructie met verschillende lagen van betekenis. Dit is belangrijk om enerzijds te beargumenteren dat een verhaal (ongeacht of het in een enkel medium of crossmediaal verteld wordt) nooit een vast begin, midden en einde heeft, maar constant aan verandering onderhevig is doordat het zich in een samenspel van vijf verschillende niveaus van de ene persoon naar de andere verplaatst: de verbinding (relaties en rollen), de contactvorm (mediumspecifieke communicatie en de schakels tussen verhaalonderdelen), de perceptie (interpretatie van de boodschap), de directheid (tot de oorspronkelijke feiten/fictie) en de context (de positie van het verhaal binnen het grotere netwerk van verhalen). In hoofdstuk 2 wordt eerst de theorie behandeld die ik hieromtrent eerder ontwikkelde in het artikel "The Networks of Stories"²⁷ en zal uitgebreid worden om ook de complexiteit van het crossmediale verhaal te omvatten. Deze theorie wordt gevormd op basis van het bestuderen van wetenschappelijke literatuur over roltheorie (Konijn, Goffman, Fine), netwerktheorie (Copier), semiotiek (De Saussure en Pierce) en crossmedia (Askwith, Russell en Dena). Daarnaast worden twee fragmenten van William Shakespeare en Annie M.G. Schmidt tekstueel geanalyseerd. Tevens is een tweetal bescheiden experimenten uitgevoerd naar de manier waarop een verhaal in een netwerk van mensen en media constant met betrekking tot betekenis en inhoud verandert. Deze experimenten dienen hier slechts ter illustratie, maar zouden uitgebouwd kunnen worden naar een opzichzelfstaand onderzoek. Een beschrijving van de opzet van deze experimenten wordt gegeven in de paragrafen 2.4 en 2.5. De data die verkregen is middels het opnemen van geluid in de onderzoeksruijme is uitgeschreven en als bijlagen A en B aan deze scriptie toegevoegd. In deze dialogen tussen de proefpersonen en de onderzoeker zijn in vet gedrukte delen aangegeven welke data gebruikt is om aan een tekstuele analyse te onderwerpen. Deze analyses zijn bijgevoegd als bijlagen C en D.

²⁷ Rutger Smoorenburg "The Networks of Stories" in *The Journal of Network Theory* (Utrecht: Universiteit Utrecht, 2006): pp: 30-48.

In de hoofdstukken 3, 4 en 5 zal met regelmaat verwezen worden naar verschillende aspecten uit hoofdstuk 2. Om het nieuwe raamwerk van de eenheid van tijd, plaats en handeling vorm te geven, wordt wederom wetenschappelijke literatuur bestudeerd o.a. met betrekking tot crossmedia (Askwith, Dena en Jenkins), economie (Anderson), active audience (Fiske) en psychologie (Glassman). Het model wordt echter ook gestaafd met een uitgebreid scala aan primaire en secundaire bronnen, zoals krantenberichten, internetberichten op o.a. nieuwssites, fora en reviewsites en filmpjes op Youtube. De onderbouwing van het raamwerk stoelt echter voor het grootste deel op drie case studies van crossmediale verhalen waarin onderzocht is hoe de eenheid van tijd, plaats en handeling van het publiek van invloed is op de mate en volgorde waarin een crossmediaal verhaal tot haar komt. ABC's *LOST*, *In Therapie* van de NCRV en *Raveleijn* van De Efteling en kinderboekenschrijver Paul van Loon zijn onderworpen aan een kritische analyse. Van deze drie crossmediale verhalen is gedeeltelijk in kaart gebracht welke media gebruikt worden, de volgorde waarin ze gepubliceerd worden, de periodes waarin zij beschikbaar zijn, en niet te vergeten de inhoud die de afzonderlijke media bevatten. Dit is slechts 'gedeeltelijk' gebeurd daar het bijvoorbeeld bij een casestudy als *LOST* met zes televisieseizoenen aan afleveringen, vele boeken, een aantal uiteenlopende spellen, vele marketinguitingen en een immense hoeveelheid fan fiction, gezien de beschikbare ruimte in deze scriptie, ondoenlijk is volledig te willen zijn. Ik beperk mij hier dan ook tot die media-uitingen waaruit door de analyse van hun samenspel in relatie tot de eenheid van tijd, plaats en handeling van het publiek een bepaalde crossmediale dramaturgische lering te trekken valt.

Zoals verderop in paragraaf 1.1 zal blijken, zijn het verhaal en de marketing beide onderdeel van hetzelfde fenomeen. Steker nog, zij zijn onlosmakelijk met elkaar verstrengeld. In zijn *Idola van de Cross-media* schets Van Vliet een aantal drivers achter crossmedia waarvan hij erkent dat vele daarvan een economisch karakter hebben.²⁸ Dat is verfrissend, want de financiële factoren die van invloed zijn op de manier waarop het verhaal verteld wordt, krijgen binnen de dramaturgie zelden de aandacht die ze verdienen, terwijl ze vaak wel zo bepalend zijn: televisieseries bouwen hun spanning op wanneer een reclameblok nadert, het beschikbare budget bepaalt hoeveel speciale effecten er in de speelfilm verwerkt kunnen worden, en de kijkcijfers bepalen uiteindelijk of een soapserie doorgang vindt of niet. In de hoofdstukken 3, 4 en 5 zal dit economische aspect binnen de dramaturgie een aantal keren bloot worden gelegd als bepalende en helaas meestal als beperkende factor in de totstandkoming van een crossmediaal verhaal en de kwalitatieve ervaring daarvan.

Onderzoek naar crossmedia storytelling is belangrijk, omdat, aldus Van Vliet, de complexiteit van het huidige medialandschap niet alleen vraagt om crossmedia strategieën voor mediaproducten, maar dat ook:

"de concrete uitwerking naar de implementatie van de crossmedia dienst of product [van belang is], en niet te vergeten de evaluatie en toetsing of de strategie c.q. de implementatie gewerkt heeft en of de onderliggende aannamen bewaarheid worden. Hier ligt een evidente taak voor toegepast onderzoek, die boven de casuïstiek probeert uit te stijgen en tot een verdere verfijning en aanpassing komt van modellen, methodieken en theorieën."²⁹

²⁸ Van Vliet, pp: 13-20.

²⁹ Ibidem, p: 24.

Mijn onderzoek draagt hieraan bij door met een onderbouwd voorstel voor een raamwerk te komen waartegen crossmediale verhalen getoetst kunnen worden. Volgens Jenkins is dat echter nog niet zo makkelijk:

“we do not yet have very good aesthetic criteria for evaluating works that play themselves out across multiple media. There have been far too few fully transmedia stories for media makers to act with any certainty about what would constitute the best uses of this new mode of storytelling, or for critics and consumers to know how to talk meaningfully about what works or doesn't work within such franchises.”³⁰

Jenkins schreef dit in 2006. Inmiddels is het zeven jaar later en zijn er al flink wat meer voorbeelden van crossmediale verhalen te vinden. Helaas zijn niet alle pogingen even succesvol. Om met Askwith te spreken:

“until recently, most narrative extensions were viewed primarily as commercial – and not creative – opportunities. As such, licensed extensions were often written without participation or direct input from the show's “official” creators and writers, a practice that could (and did) often result in narrative inconsistencies and contradictions (...) In many cases, consumers ultimately view extensions as creative failures, designed to exploit and profit from viewer investment, rather than as texts created to make important or meaningful contributions to the larger narrative “vision”.”³¹

Men kan leren van de analyse van elk experiment, van elke poging tot een crossmediaal verhaal en de fouten die daarbij gemaakt worden. Dankzij die lessen, die bij elkaar komen in het vakgebied van de crossmedia dramaturgie, kunnen makers betere producties maken en krijgen recensenten en publiek een beter kader om crossmediale verhalen te ervaren en te beoordelen. Met deze scriptie hoop ik daar een bijdrage aan te leveren.

1.1 CROSSMEDIA STORYTELLING

In zijn studie naar *Convergence Culture* constateert Jenkins een fenomeen dat hij transmedia storytelling noemt. Een transmediaal verhaal:

“unfolds across multiple media platforms, with each new text making a distinctive and valuable contribution to the whole. In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best – so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels, and comics; its world might be explored through game play or experienced as an amusement park attraction. Each franchise entry needs to be self-contained so you don't need to have seen the film to enjoy the game, and vice versa. Any given product is a point of entry into the franchise as a whole. Reading across the media sustains a depth of experience that motivates

³⁰ Jenkins, pp: 98-99.

³¹ Askwith, p: 62.

more consumption. Redundancy burns up fan interest and causes franchises to fail."³²

De oplettende lezer heeft waarschijnlijk in het bovenstaande geconstateerd dat ik in tegenstelling tot Jenkins die het woord transmedia gebruikt, de term crossmedia hanteer in de titel van deze scriptie en de titel van dit hoofdstuk. Hoewel Jenkins als grondlegger van het onderzoeksgebied gezien mag worden, geef ik er niet de voorkeur aan zijn naamgeving voor het fenomeen over te nemen. Dit komt in de eerste plaats doordat ik een gevoelsmatige, dus niet rationele, voorkeur voor de term crossmedia heb. Daarnaast zijn beide termen voor elkaar inwisselbaar. Niet iedereen is het daarin echter met mij eens.

Dat de termen nog al eens door elkaar gebruikt worden, blijkt uit de definities die verschillende wetenschappers hanteren. In hun artikel "Transmedia storytelling: de ontvanger als onderdeel van het verhaal"³³ stellen Şirin Dilli, communicatiewetenschapper aan de Sorbonne Universiteit, en zelfstandig content specialist Sjors Bos dat crossmedia en transmedia juist niet hetzelfde zijn:

"Hoewel beide vormen van storytelling gebruik maken van verschillende kanalen, verschillen ze fundamenteel van elkaar. In een crossmediaal verhaal wordt exact hetzelfde verhaal verteld via verschillende kanalen. De enige aanpassingen die zijn gedaan in het verhaal zijn deze die nodig zijn om aan de regels van het medium te voldoen. In een transmediaal verhaal daarentegen, vertelt elk kanaal zijn eigen unieke deel van het verhaal."³⁴

De onderzoekers Daphne Dijkerman en Indira Reynaert, schrijvers van het *Basisboek Crossmedia Concepting*, beschrijven twee vormen van het crossmediale concept:

"het transmediale (autonome) concept en het geïntegreerde (afhankelijke) concept."³⁵ (...) Hoewel de speerpunten (storytelling, mediums specificiteit, usability, relevantie en cocreatie) voor beide vormen gelden, verschillen de basisrelaties van de content wezenlijk van elkaar. Waar het accent van de contentrelaties binnen het transmediale concept vooral ligt op het symbolische (de verschillende adaptaties voegen afzonderlijk iets toe aan de totaalbeleving), daar wordt het geïntegreerde concept vooral gekenmerkt door indexicale relaties (er wordt van het ene medium naar het andere verwezen om tekortkomingen van het ene medium aan te vullen met specifieke kwaliteiten van het andere)."³⁶

In het bovenstaande valt een drietal zaken op. Ten eerste definiëren Dijkerman en Reynaert de term transmedia als een subcategorie van crossmedia, terwijl Dilli en Bos beide termen op eenzelfde niveau van elkaar onderscheiden. Ten tweede is wat Dijkerman en Reynaert beschrijven als het transmediale concept precies gelijk aan wat Dilli en Bos als crossmedia benoemen. Dat blijkt helemaal wanneer Dijkerman en Reynaert iets verderop in hun boek het transmediale concept verder uitwerken: "Hoewel de verschillende media-uitingen hetzelfde

³² Ibidem, pp: 97-98.

³³ Şirin Dilli en Sjors Bos "Transmedia storytelling: de ontvanger als onderdeel van het verhaal" op www.frankwatching.com 16 juli 2012, p: <http://www.frankwatching.com/archive/2012/07/16/transmedia-storytelling-de-ontvanger-als-onderdeel-van-het-verhaal/>.

³⁴ Ibidem.

³⁵ Daphne Dijkerman en Indira Reynaert *Basisboek Crossmedia Concepting* onder redactie van Nicoline Fokkema (Den Haag: Boom Onderwijs, 2009).

³⁶ Ibidem, pp: 82-83.

verhaal vertellen, worden de verhalen idealiter aangepast aan het gebruikte medium, (...) ze worden geremedieerd.³⁷ Ten derde maken Dijkerman en Reynaert hier gebruik van de term *remediation* van Jay David Bolter en Richard Grusin. Bolter en Grusin schreven samen het boek *Remediation: Understanding New Media*³⁸ waarin zij uitgebreid op het fenomeen ingaan. Onder remediation verstaan zij: "the remediation of one medium in another"³⁹. Om dat verder uit te leggen, raadplegen ze Marshall McLuhan's *Understanding Media: The Extensions of Man*⁴⁰:

"McLuhan remarked that "the content of any medium is always another medium. The content of writing is speech, just as the written word is the content of print, and print is the content of the telegraph"⁴¹ (...) McLuhan was not thinking of simple repurposing, but perhaps of a more complex kind of borrowing in which one medium is itself incorporated or represented in another medium. Dutch painters [i.e.] incorporated maps, globes, inscriptions, letters, and mirrors in their work."⁴²

Bolter en Grusin doelen met remediation op een combinatie van hypermediacy (ook wel begrepen als multimedia, het samensmelten van de eigenschappen van verschillende media in één medium) en immediacy (de drang om het medium zelf zo onzichtbaar mogelijk te maken, het zoveel mogelijk ontkennen van het proces dat iets gemedieerd wordt).⁴³ Het begrip remediation is dus veel complexer dan hetgeen Dijkerman en Reynaert bedoelen te omschrijven als het transmediale concept: het simpele herbestemmen van de inhoud van het ene medium in het andere medium. Maar bovendien geven zij, net als Dilli en Bos, een nieuwe naam aan een fenomeen dat geen nieuwe term behoeft. Dijkerman en Reynaert spreken in hun omschrijving namelijk zelf al van adaptaties; een prima woord dat de lading goed dekt. Het verhaal wordt los van het medium waarin het zich eerder manifesteerde gekopieerd en aangepast naar een ander platform.

De vraag is of adaptaties dan wel onderdeel zijn van transmedia storytelling dat door Jenkins wordt beschreven. Jenkins stelt namelijk dat redundantie de interesse van het publiek doet afnemen en het dus niet zal motiveren zich verder in die verhalenwereld te verdiepen. Als we adaptaties nu begrijpen als een vorm van redundantie (voor het verhaal hoeven we niet te kijken naar de verfilming van het boek dat we al eerder gelezen hebben) dan kan gesteld worden dat deze het liefst volledig gemeden moeten worden. Want het is een verhalenwereld zonder redundantie die Jenkins als de ideale situatie schets. Wellicht een mooi streven, maar zeker niet haalbaar. Het strookt namelijk niet met een andere eis die Jenkins aan het fenomeen stelt: dat elk medium een op zichzelf staande ervaring moet zijn: om van de videogame te genieten moet het niet noodzakelijk zijn eerst de film te hebben gezien.⁴⁴ Dat kan, maar niet zonder (gedeeltelijke) adaptatie. Om een onderscheidende en waardevolle bijdrage aan het geheel te

³⁷ Ibidem, p 83.

³⁸ Jay David Bolter en Richard Grusin *Remediation: Understanding New Media* (Cambridge: MIT Press, 1999).

³⁹ Ibidem, p: 45.

⁴⁰ Marshall McLuhan *Understanding Media: The Extensions of Men* (Bergenfield, New Jersey: New American Library, 1964).

⁴¹ Ibidem, pp: 23-24.

⁴² Bolter en Grusin, p: 45.

⁴³ Ibidem, pp: 21-50.

⁴⁴ Overigens hanteert Jenkins hier een wat te enge definitie door te stellen dat elk medium een op zichzelf staande, dus los van alle andere gebruikte media, plezierige ervaring op moet leveren. Dat zou betekenen dat Alternate Reality Games (ARG), waarvan *The Beast* verreweg het bekendste voorbeeld is, niet tot het fenomeen crossmedia storytelling gerekend kunnen worden. Een ARG is een interactief verhaal, meestal een mysterie, dat de echte wereld gebruikt als platform en zich presenteert aan het publiek via verschillende media zoals een boek, een blog, een account op een sociaal netwerk, een voice-mailbericht etc.. Enkel door het bij elkaar zoeken van deze verschillende uitingen kan het verhaal begrepen worden. Het voicemailbericht op zichzelf kan wellicht intrigerend zijn, maar is slechts een puzzelstukje van een groter geheel. Juist omdat het verhaal meerdere mediakanalen nodig heeft om zich te ontfouwen, zou het absoluut tot transmedia storytelling moeten behoren. Zeker gezien de definitie die Dilli en Bos van een transmediaal verhaal geven.

kunnen leveren, een andere eis die Jenkins in zijn definitie geeft, moet de inhoud van het specifieke medium zich wel tot de rest van die verhalenwereld kunnen verhouden. Dat betekent dat op zijn minst één element in de inhoud van dat medium, bijvoorbeeld een personage of een locatie, moet overeenkomen met hetgeen waaraan het bijdraagt. Kortom, (gedeeltelijke) adaptatie is een essentieel onderdeel van het transmediale/crossmediale verhaal.

We mogen echter niet zondermeer elke adaptatie van een bestaand verhaal rekenen tot de originele crossmediale verhalenwereld. De verfilming van *The Lord of the Rings* door regisseur Peter Jackson aan het begin van de eenentwintigste eeuw is weliswaar een adaptatie, maar is nooit door Tolkien, die de boekentrilogie schreef in de periode 1937-1949, voorzien als een onderdeel van een crossmediale vertelstructuur. Met andere woorden: een adaptatie kan ook slechts een kwestie zijn van het kopen van rechten om een bestaand verhaal in een ander medium en vorm te vertellen. Het is hier niet de plek om kwalitatieve uitspraken te doen over het beheer van zulke rechten, en het bewaken van de identiteit, eigenheid, sfeer en karakter van een verhalenwereld wanneer derden ermee aan de haal gaan. Feit is wel dat bij de oorspronkelijke creatie van deze fictieve wereld een filmadaptatie niet als integraal onderdeel was bedacht. In het kader van crossmedia storytelling kan een (gedeeltelijke) adaptatie alleen dan onderdeel van het geheel uitmaken, wanneer die in het productieproces van dat geheel reeds voorzien is en door dezelfde makers (in de breedst mogelijke zin) geproduceerd wordt. Deze grens is echter niet haarscherp te trekken, zo zal onder andere blijken uit paragraaf 5.4.

Crossmedia wordt ook op een ander vlak van transmedia onderscheiden. In de wereld van de marketing wordt de term crossmedia veelvuldig gebruikt voor het beschrijven van een reclametechniek waarbij dezelfde boodschap in verschillende media wordt geuit. Maar ook daar is de term niet eenduidig. Op de conferentie *Crossmedia Storytelling: International Media Conference on Cross-Medial Future Mechelen* dat op 23 en 24 november 2007 werd georganiseerd door de Katholieke Hogeschool Mechelen hanteerden vele sprekers inderdaad de term voor de hierboven genoemde adaptatietechniek. Toch was er ook plaats voor de VPRO om hun crossmediale documentaire reeks *In Europa* onder de aandacht brengen. *In Europa* werd gemaakt naar aanleiding van het gelijknamige boek van Geert Mak en bestond uit een 35-delige documentaire televisieserie en wekelijkse radio-uitzendingen. Daarnaast was er de website www.ineuropa.nl die als kern een aangepaste versie van Google Maps had waarop de verhalen uit de serie en de toevoegingen van kijkers terug te vinden waren. Zondermeer waren er delen die elkaar overlaptten, maar elk medium kende ook zijn eigen aanvullingen: de radio-uitzendingen waren zogezegd geen beeldloze herhalingen van de televisie-afleveringen. Nu moet gezegd worden dat deze benadering in de wereld van de marketing nog steeds een ondergeschoven kindje is, hoewel het langzaamaan wel aan terrein lijkt te winnen.

Waarom dan toch kiezen voor deze 'marketing' term boven de term van de grondlegger van het onderzoeksgebied? Degene die deze vraag stelt, gaat ervanuit dat het reclamewezen en het vertellen van verhalen separate werelden zijn. Terwijl het in feite twee kanten van dezelfde medaille zijn. Wie een product wil verkopen, moet een goed verhaal te vertellen hebben en wie een goed verhaal te vertellen heeft, moet dat aan de man weten te brengen. De twee kunnen niet zonder elkaar. Niet voor niets is het marketingbudget een van de grote posten op de begrotingen van veel blockbusters. Overigens erkennen Dijkerman en Reynaert dat ook in hun boek waarin zij stellen dat: "crossmediaconcepten vrijwel nooit volledig transmediaal zijn of volledig geïntegreerd."⁴⁵

⁴⁵ Dijkerman en Reynaert, p: 83.

Ivan D. Askwith, leerling van Jenkins aan het MIT, beschrijft in zijn masterscriptie "Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium"⁴⁶ hoe de televisietekst niet langer meer begrepen kan worden als enkel de uitzending op het toestel. Hij gebruikt daarbij John Fiske's⁴⁷:

"three distinct "levels" of television textuality: (1) *Primary* television texts, a term which refers to "the shows themselves"; (2) *Secondary* texts, a term which describes the various texts that proliferate "around" the show, including reviews, gossip, fan magazines, advertisements and promotional materials; and (3) *Tertiary* texts, a term that refers to viewer-generated discussion, or "the readings that people make of television, [as well as] the talk and gossip they produce." Building upon this framework, Fiske then proposed two "dimensions" of intertextuality: (1) horizontal intertextuality, which he described as the connection between "primary texts that are more or less explicitly linked, usually along the axes of genre, character or content," and (2) vertical intertextuality, which he used to describe the connection between a primary television text and the secondary and tertiary texts that proliferate around it."⁴⁸

Advertenties en promotiematerialen behoren dus volgens Askwith en Fiske tot de verticale intertextualiteit van televisie. Verderop beschrijft Askwith de hechte band tussen marketing en verhaal nog stelliger wanneer hij de zogenaamde touchpoints definieert: "any content, activity, or strategic offering that allows the media consumer to engage with a television 'brand' in any manner other than watching the core program content through real-time or time-shifted (...) viewing."⁴⁹ Om daar vervolgens aan toe te voegen: "All touchpoints can be considered promotional strategies, insofar as all (...) – both free and monetized – serve to build awareness for the show or franchise being extended."⁵⁰ Deze touchpoints als louter marketing wegzetten zou een misvatting zijn, omdat: "all of these extensions and strategies are at once product and promotion for all of the other components within their intertextual network."⁵¹

Overigens is het jammer, en zelfs wel een beetje vreemd voor een leerling van Jenkins, dat Askwith in plaats van de term crossmedia (hoewel transmedia hier gezien de begeleiding door Jenkins logischer zou zijn geweest) te gebruiken, het idee van een zich uitbreidende televisietekst blijft handhaven. Het is zo dat bij crossmediale verhalen vaak één medium een bepaalde kern van zowel de verhalenwereld als van het publiek vertegenwoordigt, en niet zelden betreft het dan een televisieprogramma. Door echter nadrukkelijk de term televisie centraal te stellen in zijn thesis sluit Askwith zijn theorie af voor het gebruik ervan bij andere vormen van crossmedia storytelling (waarbij bijvoorbeeld een film centraal staat en televisie een rol vervult op het secundaire niveau). Terwijl deze zich daar in wezen uitstekend voor leent. Dat zal blijken in het vervolg van deze scriptie waarin delen van zijn theorie terugkomen.

Op basis van het voorgaande is er geen goede grond om te stellen dat de termen crossmedia en transmedia verschillende fenomenen beschrijven. Dan blijft een persoonlijke

⁴⁶ Ivan D. Askwith "Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium" (Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, 2007).

⁴⁷ De volgende quote ontleent Askwith aan het werk van mediawetenschapper John Fiske: John Fiske *Television Culture* (New York & Londen: Methuen, 1987) pp: 17, 85 en 109.

⁴⁸ Ibidem, pp: 42-43. (Originele interpunctie, echter met toevoeging van: "(2)" en de originele voetnoten verzameld in voetnoot 42 van deze scriptie.)

⁴⁹ Ibidem, p: 53.

⁵⁰ Ibidem, p: 54.

⁵¹ Ibidem, op basis van Eileen R. Meehan "'Holy Commodity Fetish, Batman!': The Political Economy of a Commercial Intertext" in *The Many Lives of the Batman: Critical Approaches to a Superhero and his Media*. Onder redactie van Roberta E. Pearson en William Uricchio. (New York & Londen: Routledge, 1991): pp: 47-65.

voorkeur over voor het woord crossmedia dat de lading m.i. het beste dekt: het vertellen van een verhaal in elkaar kruisende media.

1.2 DRAMATURGIE

Het vertellen van verhalen is een belangrijk onderdeel in het bestaan van de mens dat reeds duizenden jaren geleden in onze natuur werd ingebakken. Als kind al leren we door de verhalen die ons verteld worden. Als mensheid groeien we (al dan niet in de goede richting) door wat de geschiedenis ons leert. Hoe we verhalen vertellen verandert echter met de tijd door de context waarin we leven, de technieken die voorhanden zijn en de eisen die we aan onze verhalen stellen. Een mooi voorbeeld gaf gepensioneerd presentator Koos Postema (79) in een interview in *NRC Weekend* van 11 augustus 2012:

“Twee van mijn kleindochters deden op het vwo een project over Vietnam. Vroegen ze: ‘Hé opa, daar ben jij toch ook geweest? Mogen we dat ‘ns zien?’ Ik naar Beeld en Geluid. Ik kwam terug met dertig minuten *Achter het nieuws*⁵² [uit de jaren zestig] over de ellende van de kinderen in Vietnam (...) Ik keek naar dat halve uur en dacht: mijn god. Inkorten tot hooguit negen minuten. En dan is echt de hele boodschap verteld.”⁵³

In pakweg 50 jaar tijd is de snelheid van het medium televisie klaarblijkelijk verdrievoudigd. Nu voelt de uitzending van 30 minuten misschien tergend traag aan, maar toentertijd, gehouden tegen de toen geldende maatstaven werd het waarschijnlijk als een zeer onderhoudende reportage beschouwd. Anno 2012 zouden verreweg de meeste mensen al ruim voor het einde hebben weggezapt.

Wie een verhaal vertelt, heeft een bepaald doel voor ogen: hij wil een boodschap overdragen, een (gevoelige) snaar raken, of vermaak bieden aan de ontvangers van dat verhaal. Afhankelijk van het gekozen medium, het doel en zijn publiek kan de verteller verschillende technieken en strategieën toepassen om zijn verhaal zo goed mogelijk te vertellen, opdat zijn publiek niet halverwege afhaakt of zijn boodschap verkeerd begrijpt. Dramaturgie is de studie naar deze technieken en strategieën.

Grondlegger van de dramaturgie is de Griekse filosoof Aristoteles die leefde van 384 tot 322 voor Christus en in Athene studeerde aan de Academie van Plato.⁵⁴ Wanneer hij de *Poëtica* schreef is niet precies bekend, maar zeker is wel dat dit werk het oudste geschrift is over poëzie, drama en theater dat aan ons is overgeleverd, zij het helaas gedeeltelijk.⁵⁵ In het deel dat ons bekend is, geeft Aristoteles als het ware college over de tragedie en het epos, die hij beide beschouwt als onderdeel van de poëzie.⁵⁶ Niet zelden spreekt Aristoteles een waardeoordeel uit over het werk van tijdgenoten die volgens hem niet het juiste effect bij de lezer danwel toeschouwer weten te bereiken. Op basis van zijn analyses van vele voorstellingen en dichtwerken presenteert hij dan ook aan de lezer de elementen waaruit de tragedie en het epos

⁵² *Achter het nieuws* was een actualiteitenprogramma van de VARA dat van 1960 tot 1992 op televisie te zien was.

⁵³ Coen Verbraak “Paul Witteman is een bange poeperd” in *NRC Weekend* 11 augustus 2012, pp: 18-19.

⁵⁴ Aristoteles. *Poëtica* vertaald door N. van der Ben en J. M. Bremer. (Amsterdam: Athenaeum- Polak & Van Gennep, 1999) p: 9.

⁵⁵ Wil Hildebrand “De Poëtica van Aristoteles” in *Syllabus Verbeeldingsprincipes 1* (Utrecht: Universiteit Utrecht, 2003) pp: 79-80.

⁵⁶ Belangrijk is op te merken dat Aristoteles een andere invulling aan de term poëzie geeft dan wij hem heden ten dage. Aristoteles schrijft hier m.b.t. de poëzie over het epos en de tragedie die beide van bepaalde schema's en ritmes uitgaan, en niet zozeer over de gedichten in velerlei vormen zoals we die nu kennen.

bestaan en hoe die zich tot elkaar moeten verhouden. Voor de tragedie zijn dat de volgende zes: "plot, karakters, taal, denken, schouwspel en lied"⁵⁷. Daarvan is de plot, de samenstelling van de gebeurtenissen, verreweg de belangrijkste, want: "de tragedie is een uitbeelding niet van mensen maar van handelingen en leven, en daarmee van geluk [en ongeluk. Geluk] en ongeluk komen tot stand door handelen."⁵⁸

Het is hier niet de plek om de theorie van Aristoteles in zijn geheel, dat wil zeggen voor zover hij is overgeleverd, uitgebreid te behandelen. Daarvoor verwijs ik naar het werk van Wil Hildebrand en naar de vertaling van de *Poëtica* door N. van der Ben en J.M. Bremer. Zeker deze laatste bieden een gedegen studie naar het gedachtengoed van Aristoteles door de toevoegingen van hun aantekeningen, een viertal thematische essays en een vertaling van Richard Janko's hypothetische reconstructie van het verloren gedeelte dat handelde over de komedie.

Wat wel van belang is hier te noemen zijn de drie Aristotelische principes zoals die (later) uit de *Poëtica* zijn begrepen: de eenheden van tijd, plaats en handeling. Deze wetten zijn lange tijd concrete voorschriften geweest voor hen die tragedies schreven en/of ten tonele brachten. Inmiddels is, zowel in het theater als in de media die daarna ontstonden, allang gebroken met deze wetten. Toch is het belangrijk deze toe te lichten, omdat zij, weliswaar in een andere hoedanigheid, weer hun intrede in het vakgebied van de dramaturgie hebben gemaakt. Althans, dat is hetgeen ik met deze scriptie beoog te doen.

Over de tijdspanne waarin de handeling zich af moet spelen, stelt Aristoteles het volgende: "[de handeling van] de tragedie streeft ernaar zoveel mogelijk binnen één etmaal te blijven of daarvan slechts weinig af te wijken, terwijl [de handeling van] het epos onbepert is in [de lengte] van zijn tijd."⁵⁹ Iets verderop schrijft hij: "de plot wordt altijd mooier naarmate zij langer is zolang zij nog in haar geheel te bevatten is."⁶⁰ Voor de tragedie is dat klaarblijkelijk de omvang van één dag. Van der Ben en Bremer merken terecht op dat er hier een zeker spanningsveld bestaat tussen de feitelijke duur van de toneelvoorstelling (de speeltijd/verteltijd) en de lengte van de fictieve handeling (gespeelde tijd/vertelde tijd).⁶¹ De wet wordt daarom algemeen zo begrepen dat de vertelde tijd een tijdspanne van één dag kent waarvan de handelingen die ertoe doen (zo zal blijken wanneer Aristoteles de eenheid van handeling toelicht) zich in chronologische volgorde voordoen in een aaneengesloten verteltijd van een paar uur. Zoals J.C. Kamerbeek beargumenteert zijn de verteltijd en vertelde tijd inderdaad niet een op een aan elkaar gelijk: "Een opvoering van zelfs de langste Griekse tragedie vergt niet meer tijd dan enkele uren; het is absurd om te veronderstellen, dat Aristoteles een dergelijke tijdsduur [d.w.z. de opvoeringsduur van een hele dag] zou hebben aangegeven."⁶²

Met betrekking tot de plaats van het verhaal zegt Aristoteles het volgende wanneer hij de tragedie met het epos vergelijkt:

"terwijl het in de tragedie niet mogelijk is vele delen van de handeling die tegelijkertijd plaats vinden uit te beelden (men moet zich beperken tot dat gedeelte dat op het toneel gebeurt en aan de acteurs is gegeven), is het in het epos doordat

⁵⁷ Aristoteles, p: 38.

⁵⁸ Ibidem. (Originele interpunctie)

⁵⁹ Ibidem, p: 36. (Originele interpunctie)

⁶⁰ Ibidem, p: 42.

⁶¹ Ibidem, p: 111.

⁶² J.C. Kamerbeek "Aspecten van de Tijd in de Griekse Tragedie (speciaal bij Aeschylus)" in *Mededelingen der Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, Afd. Letterkunde* (Jaargang 26, Nummer 4) (Amsterdam: N.V. Noord-Hollandsche Uitgevers Maatschappij, 1963) p: 147.

het een vertelling is wèl mogelijk vele delen op te nemen die zich gelijktijdig afspelen.”⁶³

Dit is volgens Van der Ben en Bremer de enige passage waaruit zou blijken dat Aristoteles hier de eenheid van plaats voor zou schrijven zoals die later in de Italiaanse en Franse renaissance zou worden gehanteerd. Wel is het waar dat in de Griekse tragedie de plaats van de gespeelde handeling zelden tot nooit wisselde.⁶⁴

“De Griekse tragedie (...) is gebonden aan de plaats die het publiek ziet en waar de handeling verondersteld wordt te gebeuren. Als de tragediedichter een gebeurtenis van elders wil betrekken in zijn handeling, laat hij die gebeurtenis door middel van een bodeverhaal 'binnenbrengen.’”⁶⁵

Wanneer Aristoteles het heeft over de samenstelling van het handelingsverloop schrijft hij het volgende: “We hebben reeds vastgesteld dat de tragedie een uitbeelding is van een handeling die volledig is en een geheel is, en die een bepaalde omvang heeft (...) Een geheel is datgene wat een begin, een midden en een einde heeft.”⁶⁶ Om verderop te vervolgen: “een adequate grens van de omvang is die waarbinnen het gelukt om in een keten van handelingen die elkaar volgens de waarschijnlijkheid of noodzakelijkheid opvolgen, een omslag [in het lot van de held] te bewerkstelligen van ongeluk naar geluk of omgekeerd.”⁶⁷ Aristoteles is van menig dat de plot niet betrekking kan hebben op een persoon omdat alle dingen die een individu afzonderlijk overkomen vaak geen verband met elkaar houden en in veel gevallen geen voltooiing kennen. Hij geeft daarbij Homerus als voorbeeld die bij het schrijven van de *Odyssee* niet alles wat Odysseus overkwam beschreef, maar die het verhaal opbouwde rondom één handeling, namelijk diens poging terug te keren naar huis, en daarmee de plot tot een eenheid wist te smeden. Elke gebeurtenis die niet noodzakelijk of waarschijnlijk leidde tot een andere liet hij daarmee buiten beschouwing.⁶⁸ Vervolgens geeft Aristoteles de volgende regel voor de eenheid van handeling:

“Zoals in alle kunsten die uitbeelden er sprake is van één uitbeelding als die één onderwerp uitbeeldt, zo moet ook de plot aangezien zij uitbeelding van handelen is, één enkele handeling tot onderwerp hebben, en moet die handeling een geheel vormen, d.w.z. moeten de delen van de handeling in een zó nauwe samenhang zijn gebracht dat bij verplaatsing of verwijdering van een deel het geheel zijn verband verliest en in beweging komt. Wanneer de aanwezigheid of afwezigheid van iets voor het geheel geen merkbaar verschil maakt, is het er geen deel van.”⁶⁹

Op basis van deze stelling is nu ook te begrijpen dat de vertelde tijd van één dag, met weglating van alle niet noodzakelijke of waarschijnlijke gebeurtenissen en handelingen, in een aantal uren verteltijd over het voetlicht gebracht kan worden.

Er is in de loop der jaren veel geschreven over de eenheid van tijd, plaats en handeling, er bestaan vele interpretaties en er zijn vele discussies over geweest. De wetten zijn door sommigen in acht genomen, en anderen hebben er in alle opzichten mee gebroken. Genres,

⁶³ Aristoteles, p: 77.

⁶⁴ Ibidem, pp: 160-161. (Hier zijn de vertalers N. van der Ben en J.M. Bremer zelf aan het woord.)

⁶⁵ Ibidem.

⁶⁶ Ibidem, p: 41.

⁶⁷ Ibidem, p: 42. (Originele interpunctie.)

⁶⁸ Ibidem, p: 43.

⁶⁹ Ibidem.

stijlen en vormen van het theater veranderden en daardoor ontwikkelde zich ook de dramaturgie, zowel in het theater als in andere media die later zouden volgen. Wanneer men nu een tragedie zou schrijven volgens de voorschriften van Aristoteles, zou dat nog steeds een goed werkend dramatisch mechanisme als resultaat hebben, maar er zijn net zo goed andere constructies mogelijk die eveneens het gewenste effect op het publiek weten te bereiken. Binnen het nieuwe terrein van de crossmedia dramaturgie komen de Aristotelische wetten dan ook niet één op één terug, maar kennen zij een andere, nieuwe hoedanigheid.

1.3 CROSSMEDIA DRAMATURGIE

Crossmedia dramaturgie bestudeert de werking van crossmedia storytelling en heeft expliciet niet als onderwerp hoe men een goede theatervoorstelling of een goede film maakt. Elk afzonderlijk medium heeft wat dramaturgie betreft reeds zijn eigen onderzoeksterrein, zoals de film- en televisiedramaturgie. Of zou, indien zij nog vrij nieuw is, er één verdienen. Niet dat nieuwe media overigens om onderzoek verleggen zitten: wie bijvoorbeeld wat wil weten over de werking van het sociale medium Twitter dat in 2006 ontstond, heeft nu al de beschikking over ontelbare onderzoeken. Crossmedia dramaturgie heeft echter niet de werking van een afzonderlijk medium als object van studie, maar de optimalisering van de verdeling van het verhaal over de verschillende te kiezen mediakanalen.

Er is nog maar net begonnen met het ontginnen van het terrein van de crossmedia dramaturgie. Waar de Amerikaan Henry Jenkins in *Convergence Culture* vooral een beschrijvende benadering heeft, trachten in Nederland Dijkerman en Reynaert met hun *Basisboek Crossmedia Concepting* volgens de flaptekst "een eerste aanzet tot crossmediale theorievorming"⁷⁰ te geven. Trachten, want de eerste druk van het boek is een onsamenhangend geheel dat zichzelf niet zelden tegenspreekt. Verschillende termen worden zonder toelichting en definitie door elkaar gebruikt waardoor geregeld verwarring ontstaat. Soms doet het aan als een handboek maar de zogenaamde actielijstjes lijken slechts gebaseerd te zijn op het fingerspitzengefühl van de auteurs. Onduidelijk is in ieder geval wat de basis en bronnen voor deze lijstjes zijn geweest. Er zijn wel casestudies gedaan, maar deze geven vaak enkel een beschrijving van de casus in plaats van te onderzoeken hoe en waarom bepaalde effecten optreden en ervaren worden. Door de ambitie alles wat met het fenomeen te maken heeft te willen benoemen, gaan zij tevens nooit echt de diepte in en dragen zij nergens nieuwe theorie aan. Deze kritiek op dit basisboek zou op zichzelf in een aparte boekrecensie uitgewerkt kunnen worden, waarbij de conclusie niet zozeer is dat het boek een eerste aanzet tot theorievorming presenteert, maar in ieder geval wel een zodanige hoeveelheid vragen oproept dat het vakgebied voorlopig nog niet stil hoeft te zitten.

In zijn *Idola van de Cross-Media*⁷¹ heeft Harry van Vliet, lector Crossmedia Business aan de Hogeschool Utrecht al een meer gestructureerde aanpak die wel tot enige onderbouwde inzichten leidt: zo beschrijft hij de aard van crossmedia aan de hand van drie basisrelaties tussen de content in de verschillende kanalen die hij ontleent aan de tekenleer: de iconische (zeer grote gelijkenis tussen de content in de verschillende media), de indexicale (het televisieprogramma dat verwijst naar de website) en de symbolische (de inhoud verwijst niet alleen naar elkaar maar appelleert aan een waarde die boven de individuele uitingen uitstijgt).⁷² Daarnaast gaat hij in op de verschillende eigenschappen (qualita) van de kanalen die er voor zorgen dat de ene uiting

⁷⁰ Dijkerman en Reynaert, flaptekst.

⁷¹ Harry van Vliet *Idola van de Cross-Media* (Utrecht: Hogeschool Utrecht, 2008).

⁷² Ibidem, p: 6.

beter past in het ene medium dan in het andere.⁷³ Dat sluit aan op het vergelijkend perspectief waarmee binnen de opleiding Theater-, Film- en Televisiewetenschappen van de Universiteit Utrecht onderzoek gedaan wordt.⁷⁴ Daarbinnen bestaat een discours waarbij de verschillende media op basis van hun verbeeldingsprincipes (de manieren waarop een medium tijd, plaats en handeling representeert ten opzichte van de ontvanger) met elkaar vergeleken worden. Zo vindt het theater plaats in het hier en nu (het bestaat bij de gratie van de gelijktijdige aanwezigheid van spelers en publiek) en de film in het daar en toen (de film is ergens anders eerder opgenomen). Deze mediums specifieke eigenschappen bepalen hoe de ontvanger het verhaal tot zich neemt. Zo is de theaterbezoeker vaak beperkt tot een vaste positie in de zaal ten opzichte van het toneel, maar is hij wel in staat om vanaf die plek zelf te bepalen waar hij op welk moment naar kijkt. In de film wisselt de positie van de toeschouwer ten opzichte van de scène zich constant doordat de camera de gebeurtenissen telkens vanuit een andere hoek registreert. De kijker is echter niet vrij zelf te kiezen naar welk shot hij kijkt.

Dit kader is ook nuttig voor de crossmedia dramaturgie omdat het de ontvanger van het crossmediale verhaal is die constant actief dient te schakelen tussen verschillende media en zich constant (door verandering van het medium waarin het verhaal zich ontvouwt) op een andere manier tot het verhaal verhoudt. Nog meer dan bij een enkel medium zijn de tijd, plaats en handeling van de ontvanger daarom van wezenlijk belang. Wáár de ontvanger zich op wélk moment bevindt, is bepalend voor welke media hij tot zijn beschikking heeft. Het is die context die zijn handelen (hier begrepen als het gebruiken van media) sturing geeft. Wie zich op zijn werk bevindt, kan zich wellicht drie minuten vermaak permitteren door met collega's de nieuwste hit van zanger Rinus op YouTube te bekijken, maar wie daar uitgebreid de krant gaat lezen of een illegaal gedownloade aflevering van *The Office* bekijkt, zal in de meeste gevallen toch op het matje bij de baas moeten komen. Tenzij die baas lijkt op manager David Brent van *The Office*, het eigenaardige personage van Ricky Gervais, dan heb je natuurlijk heel andere problemen.

Dit onderzoek poogt een bijdrage te leveren aan de crossmedia dramaturgie door een nieuw theoretisch raamwerk voor te stellen. Dat raamwerk betreft de aloude eenheid van tijd, plaats en handeling van Aristoteles, maar dan met een andere invulling. De eenheid van tijd, plaats en handeling heeft bij crossmedia dramaturgie namelijk niet betrekking tot de plot, maar tot de ontvanger van het verhaal.

De mens, kent door het feit dat hij eenmaal geboren wordt en enige tijd daarna ook eenmaal zal sterven een eenheid van tijd. Die (dat is althans te hopen) heeft niet zoals bij Aristoteles een tijdsspanne van één etmaal, maar van een heel mensenleven dat zich chronologisch ontwikkelt: gisteren is voorbij en bestaat alleen nog in de herinnering, wat morgen komt is te bedenken maar blijft onzeker tot het moment daar is.

Ook kent de mens een eenheid van plaats. Het is zo dat de mens gedurende zijn leven op meerdere plaatsen komt, maar nooit is hij fysiek op twee plaatsen tegelijk. Natuurlijk kan zijn stem door een telefoongesprek aan de andere kant van de wereld te horen zijn, maar dat is een gemedieerde representatie op basis van technologie die aanwezig is op de fysieke locatie waar hij zich bevindt. Toch kan men ook hier spreken van een eenheid van plaats, daar de mens tijdens zijn levensweg wel verschillende plekken aandoet maar dat altijd doet door aaneengesloten verplaatsingen van het ene punt naar het andere.

Tijd en plaats zijn bepalend voor de handelingen die een mens verricht, waarbij gesteld moet worden dat hij altijd de keus uit meerdere handelingen heeft maar dat die keus in principe beperkt wordt door het moment en de locatie waarin hij zich bevindt. Aristoteles stelt verder dat

⁷³ Ibidem, pp: 7-12.

⁷⁴ Naast een vergelijkend perspectief kent de opleiding ook een historisch en analytisch perspectief.

de plot nooit betrekking kan hebben op het individu omdat alles wat hij meemaakt een onsamenhangend geheel vormt en voor een groot deel bestaat uit gebeurtenissen en handelingen die niet tot een volgende handeling leiden. Dat mag misschien gelden voor de plot van de tragedie, maar voor de mens zelf is dat toch een ander verhaal. Een individu voelt het zelf misschien niet zo als een eenheid en schrijft zijn verschillende handelingen toe aan separate aspecten van zijn leven. Toch brengt hij uiteindelijk, bewust of onbewust, alles wat hij doet en meemaakt in mindere of meerdere mate in verband met elkaar: het zijn ervaringen die hij stuk voor stuk met zich meeneemt en op basis waarvan hij in een cognitief proces zijn geleerde lessen, zijn wereldbeeld, zijn concepten en ideeën van zaken in die wereld en zijn gevoelens telkens toetst en zo nodig aanpast. In deze scriptie richt ik mij met name op de eenheid van handelen met betrekking tot het gebruik van media. Die eenheid bestaat uit het geheel van handelingen die gerelateerd zijn aan het gebruik van de mediakanalen die in het crossmediale verhaal ingezet worden. Het gaat dan zowel om de handelingen die nodig zijn om een specifiek medium tot zich te nemen (bij televisie is dat bijvoorbeeld kijken en luisteren) en om de handelingen die vereist zijn om actief te kunnen schakelen tussen de verschillende platformen.

HOOFDSTUK 2

HET NETWERK VAN HET CROSSMEDIALE VERHAAL

*"Het geheugen is kieskeurig,
alles wordt ingeschreven maar veel vervaagt."*

Adriaan van Dis

HOOFDSTUK 2

HET NETWERK VAN HET CROSSMEDIALE VERHAAL

Het verhaal is een bepaalde vorm van informatieoverdracht tussen mensen die met elkaar in verbinding staan via sociale netwerken. Het verhaal als fenomeen kent verschillende vormen en kan op verschillende wijzen worden verteld. In de meest traditionele benaderingen kent het verhaal een begin, een midden en een einde die samen een afgebakend geheel vormen. Een dergelijke benadering van het verhaal is echter niet langer houdbaar. In dit hoofdstuk zal met behulp van een aantal bestaande verhalen (een monoloog uit het toneelstuk *As You Like It*, de online role-playing game *World of Warcraft*, de Bijbel en het gedicht "Hendrik Haan") blijken dat verhalen genetwerkte constructies zijn die zijn opgebouwd uit de volgende lagen van betekenis: de verbinding (de relaties en de rollen), de contactvorm (mediumspecifieke communicatie), de perceptie (de boodschap vs. de interpretatie), de directheid (de werkelijkheid vs. de waarachtigheid) en de context (de positie van het verhaal binnen het grotere netwerk van verhalen). Dit hoofdstuk is voor een groot deel gebaseerd op de theorie die ik eerder heb ontwikkeld en toegelicht in het artikel "The Networks of Stories"⁷⁵. Delen daaruit zijn hier integraal overgenomen. Ik heb de theorie echter op een aantal punten aangepast en flink uitgebreid om te kunnen beschrijven dat de genetwerkte constructie van het crossmediale verhaal, door het gebruik van meerdere media-uitingen, een nog complexere vorm kent dan het verhaal verteld in een enkel medium.

2.1 DE EERSTE BETEKENISLAAG: DE VERBINDING

De eerste betekenislaag van het verhaal als genetwerkte constructie is de verbinding. Verhalen bestaan doordat ze van mens op mens worden doorgegeven. Mensen staan met elkaar in verbinding via een sociaal netwerk van verschillende relaties die men gedurende het leven met elkaar heeft: familie, vrienden, collega's, burens, maar ook medereizigers in de trein, schrijvers van boeken en programmamakers. De verbinding tussen twee personen in zo'n sociaal netwerk bestaat altijd uit één of meerdere soorten relaties. Die relaties zijn zelden exact gelijk en zijn bovendien niet vast gedefinieerd: ze zijn aan verandering onderhevig. Een bepaald persoon heeft een andere betekenis voor zijn broer, dan voor zijn werkgever en belichaamt daardoor een aantal verschillende rollen. Een goed voorbeeld hiervan is te vinden in de veel geciteerde monoloog uit William Shakespeare's toneelstuk *As You Like It* (zie Fragment 1 op de volgende pagina).

In dit fragment zien we een verscheidenheid aan rollen die een man in zijn leven speelt: kind, leerling, geliefde, soldaat, rechter, gepensioneerde en tot slot een afhankelijke, net zoals hij dat als kind ook geweest is. De rol die je als persoon hebt, staat altijd in relatie tot de rol van de andere persoon: de leerling in relatie tot de meester en de geliefde in relatie tot degene die hij liefheeft.

⁷⁵ Smoorenburg "The Networks of Stories".

All the world's a stage,
And all the men and women merely players:
They have their exits and their entrances;
And one man in his time plays many parts,
His acts being seven ages. At first the infant,
Mewling and puking in the nurse's arms.
And then the whining school-boy, with his satchel
And shining morning face, creeping like snail
Unwillingly to school. And then the lover,
Sighing like furnace, with a woeful ballad
Made to his mistress' eyebrow. Then a soldier,
Full of strange oaths and bearded like the pard,
Jealous in honour, sudden and quick in quarrel,
Seeking the bubble reputation
Even in the cannon's mouth. And then the justice,
In fair round belly with good capon lined,
With eyes severe and beard of formal cut,
Full of wise saws and modern instances;
And so he plays his part. The sixth age shifts
Into the lean and slipper'd pantaloon,
With spectacles on nose and pouch on side,
His youthful hose, well saved, a world too wide
For his shrunk shank; and his big manly voice,
Turning again toward childish treble, pipes
And whistles in his sound. Last scene of all,
That ends this strange eventful history,
Is second childishness and mere oblivion,
Sans teeth, sans eyes, sans taste, sans everything.

Fragment 1: William Shakespeare As You Like It, fragment uit scène 7, Acte 2⁷⁶

We zien dat elke rol betekenis krijgt doordat Shakespeare er bepaalde soorten gedrag aan toekent, zoals de zuigeling die jankt en braakt in de armen van de voedster, waarschijnlijk door haar getroost wordt. Ook krijgen de rollen betekenis door de uiterlijke kenmerken zoals de strenge ogen en plechtige baard van de rechter die autoriteit uitstralen en daardoor de informatie die overgebracht wordt een bepaalde lading meegegeven.

Wat in deze monoloog niet naar voren komt, is de mogelijkheid dat verschillende rollen tegelijkertijd naast elkaar kunnen bestaan. Shakespeare schets zeven stadia in een mensenleven waaraan hij verschillende rollen koppelt die elkaar opvolgen. De Nederlandse psychologe Elly A. Konijn stelt in haar kandidaatsscriptie *Welke rol speelt u vandaag?*⁷⁷ echter dat:

⁷⁶ William Shakespeare *As You Like It* (Shakespeare Literature, 2003 (origineel rond 1600)): p: http://www.shakespeare-literature.com/As_You_Like_It/10.html.

⁷⁷ Elly A. Konijn *Welke rol speelt u vandaag?* (Amsterdam: Universiteit van Amsterdam, 1985).

“eenzelfde persoon (...) meerdere rollen tegelijkertijd [kan] vervullen. Iemand is bijvoorbeeld dokter, vader en vriend tegelijk, al zal in de ene situatie de uitvoering van de ene rol relevanter zijn dan in de andere situatie. In de sociale realiteit houdt een dokter niet op vader en vriend te zijn als hij zijn rol van dokter uitvoert.”⁷⁸

Konijn baseert zich hier op de Canadese socioloog Erving Goffman die in zijn boek *The Presentation of Self in Everyday Life*⁷⁹ de symbolisch interactionistische roltheorie presenteert. Het symbolisch interactionisme, bedacht door de Amerikaanse socioloog Herbert Blumer, kent drie basisprincipes: 1) mensen reageren op dingen en omstandigheden op basis van de betekenis die ze er aan toekennen, 2) deze betekenis is afgeleid van of komt voort uit de sociale interactie met andere mensen, en 3) personen die in aanraking komen met dingen en omstandigheden hanteren en veranderen deze betekenis met behulp van een interpretatieproces.⁸⁰ Goffman voegt daaraan toe dat de rollen die een persoon heeft in een netwerk dus een sterke invloed uitoefenen op de betekenis die hij aan de dingen om hem heen geeft. Dezelfde overdracht van informatie tussen een willekeurig persoon met hartproblemen die bij de chirurg onder het mes moet, zal een andere betekenis krijgen wanneer diezelfde arts zijn zoon moet opereren.

De Nederlandse wetenschapper Marinka Copier heeft in haar proefschrift *Beyond the Magic Circle*⁸¹ het spelen van de Massively Multiplayer Online Role-Playing Game *World of Warcraft* vanuit een netwerkperspectief onderzocht. Zij volgt Goffman die stelt dat de mens continu bezig is met het aanpassen van onze rollen om zodoende een coherente sociale interactie te kunnen bewerkstelligen. Dit aanpassen gebeurt op basis van wat Goffman “framing” noemt. Hij beschrijft frames als “cognitive structures or interpretation schemes that guide perception and representation of activities.”⁸² Het zijn deze frames die Copier inzet om het schakelen tussen de verschillende rollen in role-play te kunnen begrijpen. Ze gebruikt daarbij de categorisering van Gary Alan Fine⁸³ die drie soorten onderscheidt:

“the primary framework (the common sense understanding that people have of the real world), the game framework (referring to the conventions of the game), and the character framework (in which the players are not manipulating their characters but in which they are their characters).”⁸⁴

Op basis van deze drie frameworks schakelt een individu dat *World of Warcraft* speelt voortdurend tussen de persoon die hij in het echte leven is (een combinatie van een aantal rollen), de speler (die het spel speelt) en het karakter (het personage dat hij speelt) en heeft daartoe in en buiten het spel verschillende kanalen tot zijn beschikking. Een individu kan zowel communiceren als zijnde de persoon, de speler en het karakter en kan dat doen via voor iedereen zichtbare ‘tekstballonnen’ en chatkanalen in het spel, het versturen van privé-berichten, het posten op fora en het communiceren via Skype of MSN.

Bovendien heeft elke rol zijn eigen functie. Zo richt de speler zich op de regels zoals die in de code van het spel zijn opgelegd, terwijl het karakter gebonden is aan de metaregels. Dit zijn regels die niet door de makers van het spel zijn voorgeschreven, maar die door een groep role-

⁷⁸ Ibidem, p: 19.

⁷⁹ Erving Goffman *The Presentation of Self in Everyday Life* (Edinburgh: University of Edinburgh, 1959).

⁸⁰ Herbert Blumer *Symbolic Interactionism: Perspective and Method* (Berkeley: University of California Press, 1969).

⁸¹ Marinka Copier *Beyond the Magic Circle: A Network Perspective on Role-Play in Online Games* (Utrecht: Universiteit Utrecht, 2007).

⁸² Ibidem, p: 130.

⁸³ Gary Alan Fine *Shared Fantasy: Role-Playing Games as Social Worlds* (Chicago: University of Chicago Press, 1983).

⁸⁴ Ibidem, p: 186.

players onderling door een continu proces van conflict en onderhandeling tot stand worden gebracht en die leidt tot een gedeelde fantasie.⁸⁵ Copier beschouwt een dergelijke manier van spelen niet zozeer als een vorm van 'interactive storytelling', maar eerder als een resultaat van een genetwerkte onderhandeling tussen personen en de verschillende rollen die de personen in zich dragen.

Als we *World of Warcraft* begrijpen als een verhalenwereld die zich in één medium manifesteert, zien we dat het individu al meer dan één relatie tot dat verhaal heeft. Strikt genomen maakt *World of Warcraft* echter van meerdere media gebruik. Dat blijkt uit het feit dat Copier ook verschillende kanalen noemt waarmee het individu zijn verschillende rollen kan bedienen. Enkele daarvan zijn geremedieerd in het spel, zoals de tekstballonnen en chatkanalen, andere bevinden zich daarbuiten, zoals de fora en de Skype en MSN gesprekken. Beperkt men zich enkel tot het gameplatform (inclusief de daarin toegankelijke media) dan blijven de drie genoemde rollen nog steeds bestaan. Ook als het individu ze niet te allen tijde binnen de game kan uiten, zijn alle drie de rollen nog altijd met elkaar in een innerlijke onderhandeling.

Kijken we nu naar een crossmediaal verhaal dan zien we dat het aantal relaties dat het individu met de verhalenwereld heeft alleen maar toeneemt. Askwith schrijft daarover wanneer hij de sociale interactie behandelt die gepaard gaat met de uitbreidende televisietekst. Hij begint door het begrip 'connectedness' van Cristel Antonia Russell et. al⁸⁶ toe te lichten, die:

"three distinct 'types' of relationships related to television consumption [proposes]: vertical connections, describing the relationship between a viewer and a program; horizontal connections, describing the social relationship between viewers; and vertizontal connections, combining aspects of both, describing the imagined relationships between viewers and television characters."⁸⁷

Askwith past deze indeling aan naar een verticale relatie tussen de kijker en beroemdheden (iedere persoon die in de ogen van de kijker een formele betrokkenheid heeft met het programma), een horizontale relatie tussen de kijker en de rest van het publiek, en een diagonale relatie tussen de kijker en de karakters uit het programma. De horizontale relatie kenmerkt Askwith als sociaal, terwijl hij de verticale relatie als bevoorrecht betitelt. Beide bestaan buiten de verhalenwereld (non-diëgetisch), terwijl de diagonale relatie volgens Askwith zich binnen de verhalenwereld (diëgetisch) afspeelt.⁸⁸ We raken hier een belangrijk punt, want het klopt dat niet alle media-uitingen in een crossmediale constructie tot de innerlijke verhalenwereld behoren; er zijn er ook die er op reflecteren, zoals dat het geval is bij een interview met de cast en crew in een praatprogramma waar over de personages en het maakproces gesproken wordt. De acteurs stappen hierbij dus ook uit hun rol waardoor de relatie met het publiek een andere wordt.

De Australische mediawetenschapster Christy Dena maakt daarom onderscheid in drie soorten van kanalen: 1) story channels, de primaire bron van consistente informatie over karakters, setting en plot, 2) storyworld channels, de secundaire bron van verdiepende informatie over karakters, setting en plot die echter nooit van cruciaal belang zijn voor de ontwikkeling en het begrip van het verhaal en 3) commodity channels, materialen die niet als zodanig in de verhalenwereld bestaan maar die bedoeld zijn om de consument te verwijzen naar de andere

⁸⁵ Copier, p: 141.

⁸⁶ Cristel Antonia Russell, Andrew T. Norman en Susan E. Heckler "People and "Their" Television Shows: An Overview of Television Connectedness" in *The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion* onder redactie van L.J. Shrun (Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2004): pp: 275-290.

⁸⁷ Askwith, p: 83.

⁸⁸ Ibidem, pp: 83-88.

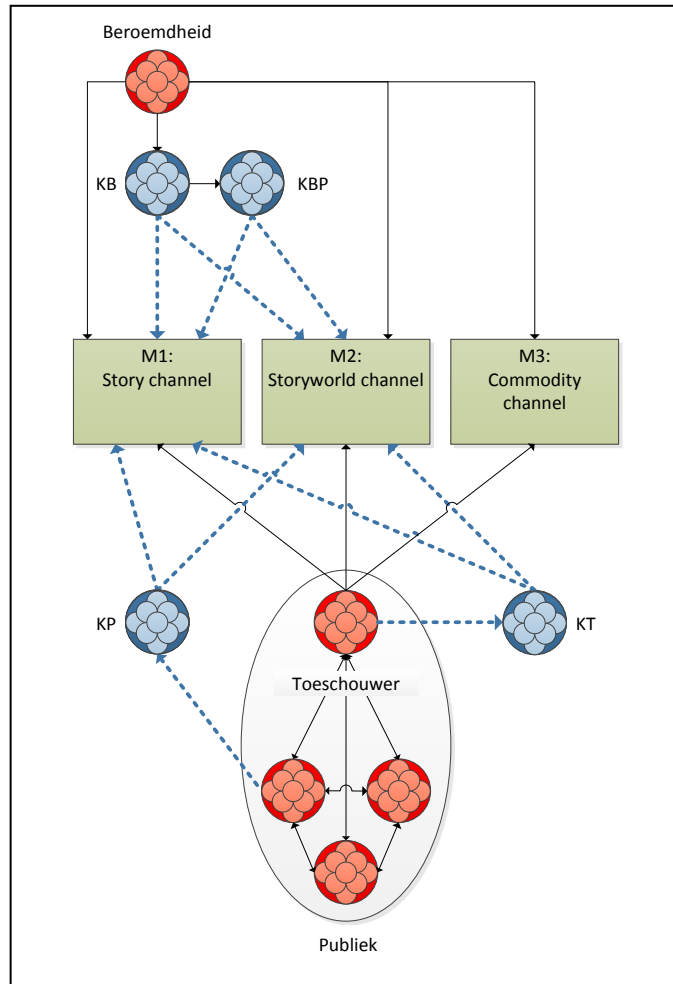
twee soorten kanalen. De eerste twee kanalen bevinden zich duidelijk wel in de verhalenwereld en zijn dus diëgetisch van aard. Het laatste kanaal is echter non-diëgetisch, omdat dat in zijn geheel niet bijdraagt aan de uitbreiding van de innerlijke verhalenwereld en er zelfs inconsistent mee kan zijn. Of het interview met de cast en crew hier nu ook toe zou behoren, is echter niet helemaal duidelijk, omdat Dena met name ingaat op de zogenaamde merchandise, waaronder actiepoppen die naar het evenbeeld van de personages zijn gemaakt.⁸⁹

De relatie tussen de kijker en de personages noemt Askwith diëgetisch, maar die hoeft dat niet altijd te zijn. Die wordt namelijk pas diëgetisch wanneer een kijker 'direct' contact legt met het personage en daardoor dus zelf als 'personage' de verhalenwereld binnentreedt. Iemand die trouw elke aflevering van een soapserie kijkt, voelt misschien een hechte band met de personages (die onderling natuurlijk wel een diëgetische relatie hebben) maar de fan staat daar nog steeds buiten. Hij is als het ware slechts een voyeur. Pas wanneer het mogelijk is met deze personages te interacteren (bijvoorbeeld door met ze te kunnen chatten, ook al wordt dat meestal niet door de acteur gedaan maar door "authorized proxies assuming the role of those characters"⁹⁰) betreden zij zelf ook de verhalenwereld en wordt de relatie diëgetisch en tevens sociaal. Doordat Askwith alleen de horizontale relatie sociaal noemt, gaat hij bovendien voorbij aan het feit dat ook de non-diëgetische relaties met de beroemdheden (voor zover dat daadwerkelijke en dus zogenaamde bevoorrechtte interactie betreft) sociaal zijn. Met betrekking tot de relatie tussen de kijker en de rest van het publiek speelt er ook nog iets interessants: deze is namelijk niet altijd louter sociaal, maar kan, zo blijkt uit het onderzoek van Copier, tegelijkertijd ook diëgetisch zijn. In een online wereld zoals *World of Warcraft* zijn 'de kijker' en de rest van het publiek tegelijk ook (de vertolkers van) de personages in het verhaal.

Combineren we bovenstaande indelingen van Konijn, Fine, Askwith en Dena dan krijgen we het volgende model van de soorten relaties die bij een crossmediaal verhaal van toepassing kunnen zijn (zie Figuur 1 op de volgende bladzijde). De toeschouwer, de beroemdheden en de leden van het publiek zijn allen samengesteld uit een verzameling van verschillende rollen die zij als individuen in het dagelijks leven hebben, dit representeert het primary framework van Fine. Fine noemt als tweede het game framework. Een soortgelijk framework is echter ook mogelijk voor ieder ander medium, want ook die hebben zo hun eigen regels en bijbehorende rollen. Ik stel daarom voor om Fine's game framework te vervangen door het medium framework. In figuur 1 zijn de media-uitingen M1, M2 en M3 groen gekleurd om dit medium framework aan te geven. M1, M2 en M3 representeren tevens de verschillende kanalen van Dena. De eerste twee zijn zoals eerder gesteld diëgetisch van aard. De toeschouwer kan zich tot zulke kanalen op twee manieren verhouden: als zichzelf (een combinatie van verschillende rollen) of als een karakter (weergegeven door KT: Karakter Toeschouwer) dat hij zelf speelt. Een karakter is op zichzelf ook (vaak) een samenstelling van verschillende rollen. Wanneer de toeschouwer een karakter speelt (en m.i. is dat al het geval wanneer hij de voicemail van een personage afluistert, zie paragraaf 3.3 voor een voorbeeld hiervan) heeft hij een diëgetische relatie tot het verhaal en het personage. Deze relaties zijn met blauwe stippellijnen aangegeven. Ook de beroemdheden (begrepen als iedereen die met de productie van het verhaal te maken heeft) hebben verschillende relaties tot de kanalen. Dat wil zeggen: tot het story channel en de storyworld channel hebben zij een diëgetische relatie daar zij een karakter spelen (aangegeven met KB, Karakter Beroemdheid, of KBP, Karakter Beroemdheid Proxy) en tot het commodity channel een non-diëgetische. De term beroemdheid is hier enigszins diffuus. Niet elke bij de productie van het crossmediale verhaal betrokken persoon zal ook een karakter vertolken in het verhaal.

⁸⁹ Christy Dena "Towards a Poetics of Multi-Channel Storytelling" (Melbourne: University of Melbourne, 2004): pp: 3-6.

⁹⁰ Askwith, p: 86.



Figuur 1: De relaties tussen toeschouwer, publiek en beroemdheden in een crossmediaal verhaal.

Een regisseur heeft enkel een directe relatie tot de toeschouwer via het kanaal M3 omdat hij daar zichtbaar in naar voren treedt. Een voorbeeld daarvan is het eerder genoemde interview. Toch heeft hij ook een relatie tot M1 en M2, zoals iedereen die achter de schermen aan de productie werkt. Juist omdat zij achter de schermen werken, is dat echter niet direct zichtbaar, maar moet dat blijken uit het geproduceerde artefact: zoals de schrijver tot de lezer indirect kan spreken door zijn herkenbare stijl van schrijven. Askwith benoemt enkele relaties specifiek sociaal, terwijl dat in feite voor alle relaties geldt. Bovendien moeten de relaties tussen de leden van het publiek onderling niet begrepen worden als ongemedieerd. Elk contact tussen mensen, zo blijkt uit de volgende betekenislaag, is namelijk gemedieerd. In afbeelding 1 moet men tussen de personen van het publiek dan ook groene vlakken denken die gelijk kunnen zijn aan M1, M2 en M3 of een ander kanaal dat buiten het crossmediale verhaal valt, maar waarmee leden van het publiek wel onderling communiceren over het verhaal. De relaties onderling kunnen eveneens diëgetisch zijn, wanneer ook het publiek karakters aanneemt (weergegeven door KP, Karakters Publiek), of niet diëgetisch.

De crossmediale producer heeft invloed op een flink aantal relaties binnen deze context, maar heeft geen controle over de rollen die zijn publiek in het echte leven heeft. Belangrijk is wel om van zijn beoogde doelgroep tot op bepaalde hoogte in kaart te brengen welke relaties (zowel diëgetisch als non-diëgetisch) zij interessant vindt om met de

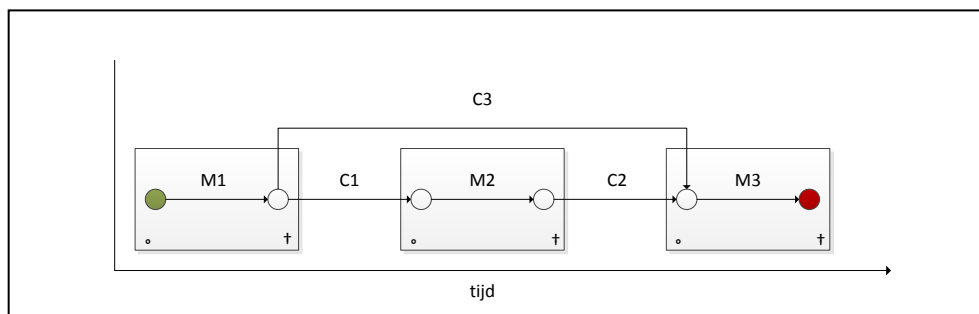
verhalenwereld aan te willen gaan. In de volgende laag van betekenis zullen we zien dat de soort relatie ook bepalend is voor de contactvorm waarin de relatie tot stand komt: het medium.

2.2 DE TWEDE BETEKENISLAAG: DE CONTACTVORM

Het contact tussen twee of meerdere personen kan op verschillende manieren gelegd worden, maar is altijd gemedieerd. Want zelfs wanneer twee mensen die fysiek in dezelfde ruimte zijn met elkaar spreken, maken zij gebruik van een medium: namelijk verbale communicatie, non-verbale communicatie of een combinatie van die twee. De contactvorm, het medium, is dan ook de tweede laag van betekenis in de genetwerkte constructie van het verhaal.

We gebruiken verschillende soorten media voor verschillende doeleinden. We sturen een SMS naar een collega wanneer we willen mededelen dat we te laat voor de vergadering zijn of we bellen met een goede vriend om uitgebreid bij te kletsen. Soms wordt bepaald gemedieerd contact als onwenselijk bestempeld, bijvoorbeeld wanneer het plaatsvindt in de nabijheid van derden die buiten de communicatie gesloten worden. Hierbij valt te denken aan de puber die thuis aan de pc gekluisterd via Facebook met zijn vrienden communiceert, terwijl zijn moeder verwoede pogingen doet een antwoord op de aan hem gestelde vraag te krijgen. Of de communicatie zorgt voor hinder bij een ander, zoals in de bioscoop waar iemand tijdens de film hardop zit te bellen. Hieruit kunnen we concluderen dat niet alleen de soort contactvorm van belang is, maar dat het niet kunnen maken of krijgen van contact, een (tijdelijke) disconnectie, en het verstoren van contact ook een bepaalde waarde heeft. Kortom, welke media we gebruiken is afhankelijk van de tijd en plaats waar we ons, al dan niet met anderen, in bevinden.

Crossmedia storytelling maakt gebruik van verschillende media die door hun specifieke eigenschappen (de manier waarop ze tijd, plaats en handeling representeren) inzetbaar zijn om de verschillende relaties tussen het individu en de verhalenwereld te bewerkstelligen. En daarmee ook om verschillende soorten informatie en delen van het verhaal tot hem te brengen. Deze verschillende media staan met elkaar in verbinding. Figuur 2 toont hoe zij zich tot elkaar verhouden.



Figuur 2: Schematische weergave van een voorbeeld van een basaal crossmediaal verhaal.

Figuur 2 is een schematische weergave van een voorbeeld van een vrij basale vorm van crossmedia storytelling. M1, M2 en M3 stellen afzonderlijke media-uitingen voor die elk een van drie delen van de gehele verhalenwereld bevatten. In tegenstelling tot de vorige figuur refereren zij hier niet per se aan de drie soorten kanalen van Dena. De horizontale as representeert het verloop van de tijd en dus de volgorde waarin de verschillende media gepubliceerd worden. Het moment van publiceren wordt met het °-teken in de hoek linksonder van het vak aangegeven. Met het †-teken wordt aangegeven wanneer het specifieke verhaalonderdeel niet meer bereikbaar

is voor het publiek. In Hoofdstuk 3 zal blijken dat in plaats van het †-teken ook het ∞-teken kan staan. De breedte van de rechthoek heeft dus niet betrekking op de verteltijd of vertelde tijd van het verhaaldeel, maar op de tijdspanne waarin het beschikbaar is voor het publiek. De twee bollen binnen een rechthoek geven wel het beginpunt en eindpunt van de verteltijd weer, maar hun posities moeten niet beschouwd worden in relatie tot de horizontale as. De groene bol links in het vak van M1 representeert een zogenaamd entry-point: het punt waarop het publiek voor het eerst de verhalenwereld binnenstapt. De rode bol rechts in het vak van M3 representeert het einde: het punt waarop vanuit het oogpunt van de maker het verhaal geen vervolg of verdieping meer heeft. Beide punten tonen echter de ideale situatie. In de komende hoofdstukken zal blijken dat het publiek soms later 'invalt', eerder afhaakt of een bepaald deel van het verhaal niet (meer) kan bereiken. M1, M2 en M3 zijn met elkaar verbonden via zogenaamde connectoren: de witte bollen. In haar artikel "Patterns in Cross-Media Interaction Design: It's much more than a URL..."⁹¹ geeft Christy Dena een kader om de connector, die zij Call to Action (CTA) noemt, te begrijpen: "I propose a three phase process of a 'Call to Action' (...): 1) Primer: prepare and motivate the audience to act; 2) referral: provide the means and instructions on how and when to act; 3) Reward: acknowledge and reward action."⁹² Deel 1 en 2 van de CTA bevinden zich in de uitgaande connector (die zich binnen het vak overal kan bevinden behalve uiterst links), het derde deel bevindt zich in de ontvangende connector in het medium waarnaar overgestapt moet worden. In dit voorbeeld heeft M1 een uitgaande connector die de consument de mogelijkheid geeft te kiezen om of naar M2 te gaan of direct naar M3 en daarmee M2 over te slaan.

Eerder zagen we dat Van Vliet drie basisrelaties tussen de content in verschillende kanalen erkent: de iconische, de indexicale en de symbolische. De connectoren representeren met name de indexicale relaties. Die kunnen heel nadrukkelijk zijn, zoals het noemen van een website aan het einde van een televisieprogramma. Maar ze kunnen ook verstopt zitten, zoals een opvallende naam in de aftiteling van een film die, wanneer de kijker zelf bedenkt op die naam te googlen, een ingang tot een extra verhaallijn blijkt te zijn. De iconische en symbolische relaties zijn minder met de connectoren verbonden. In de definitie van Van Vliet moet de iconische relatie namelijk begrepen worden in het kader van de adaptatie, de gelijkenis in content, en de symbolische relatie als een referentie naar een waarde die boven de individuele uitingen uitstijgt. Beide relaties verbinden de verschillende media-uitingen dus wel met elkaar, maar niet via een CTA. Deze verbindingen, die door de crossmedia producent van te voren wel zijn gelegd, worden idealiter gaandeweg ook in het hoofd van de toeschouwer gemaakt.

Voor de crossmedia producent is het goed zijn crossmediale verhaal schematisch uit te tekenen, omdat op die manier de verschillende routes zichtbaar worden die het publiek door de verhalenwereld wel en niet kan nemen. In bovenstaand voorbeeld zijn 2 routes mogelijk: 1) die van M1 via C1 naar M2 en via C2 naar M3, én 2) die van M1 via C3 naar M3. Terug van M3 naar M2 gaat niet omdat op het moment dat M3 gepubliceerd wordt, M2 (en ook M1) niet meer bereikbaar zijn voor het publiek. In de volgende hoofdstukken zullen meer van deze overzichten getoond worden om aan te tonen hoe de eenheid van tijd, plaats en handeling van het publiek bepaalt in welke mate en volgorde de verschillende verhaaldelen tot het publiek komen.

⁹¹ Christy Dena "Patterns in Cross-Media Interaction Design: It's much more than a URL..." (Sydney: University of Sydney, 2007).

⁹² Ibidem, p: 5.

2.3 DE DERDE BETEKENISLAAG: DE PERCEPTIE

De derde betekenislaag wordt gevormd door de inhoud van de informatie. Daarbij moeten we een onderscheid maken tussen de betekenis die de verzender geeft aan de inhoud, de boodschap, en de betekenis die de ontvanger daaraan geeft, de interpretatie van de boodschap. Met behulp van de semiotiek van de Zwitserse linguïst Ferdinand de Saussure en de Amerikaanse wetenschapper Charles Saunders Pierce kunnen we de communicatie tussen personen begrijpen op het niveau van 'signs'. Wat een sign is bespreekt de Noorse wetenschapper Jostein Gripsrud die in zijn boek *Understanding Media Culture*⁹³ de theorie van De Saussure behandelt:

"[A] sign is a whole consisting of a material signifier and an immaterial signified. The signifier can thus be dots, lines, shapes, sound waves or whatever physical, concrete entity that we link to, or associate with some idea or notion. We hardly ever stop to think about such associative connections, since they are established in accordance with a rule or code that we learned long ago. These rules (...) are conventions, that is to say 'agreements' established by way of habit in a community of users of the same language, the same sort of pictures, music and so on."⁹⁴

De betekenis die wij toekennen aan de informatie die wij aan elkaar doorgeven is dus het gevolg van afspraken die wij onderling met elkaar in een gemeenschap maken. En is dan ook een proces van constante onderhandeling met elkaar. De wiskundige, natuurkundige en filosoof Charles Saunders Pierce ontwikkelde onafhankelijk van De Saussure eenzelfde soort theorie, maar hanteert een andere definitie van signs: "anything that in some way or other stands for something else in some respect or capacity."⁹⁵ Pierce stelt dat de betekenis die signs hebben afhankelijk is van de situatie waarin de ontvanger van de signs zich bevindt.⁹⁶ In sociale netwerken die bestaan bij de gratie van sociaal contact, en waarin dus informatie van de ene persoon naar de andere wordt overgebracht, betekent dezelfde informatie, als een verzameling van signs, voor de zender zeer waarschijnlijk iets anders dan voor de ontvanger. Dit komt doordat iedere persoon zich altijd in een andere positie bevindt. Die positie wordt bepaald door zijn plaats in het netwerk en zijn levensgeschiedenis die beide het resultaat zijn van zijn sociaal culturele achtergrond: een combinatie van onder andere geslacht, leeftijd, religie, etniciteit, seksuele voorkeur, intelligentie, genoten onderwijs en economische status.

De interpretatie van informatie wordt dus bepaald door de positie van de ontvanger in het sociale netwerk. Daarmee kunnen we stellen dat aan gefixeerde verhalen (zoals een roman) door verschillende personen andere lezingen gegeven kunnen worden. Ondanks dat de ontvanger niets kan veranderen in de gefixeerde ordening van het verhaal door de auteur. Als we verhalen beschouwen in de context van een sociaal netwerk blijkt echter dat die gefixeerde ordening slechts een tijdelijke manifestatie betreft. Hoewel niet iedereen het daar gevoelsmatig of geloofsmatig met mij over eens zal zijn, is ook *de Bijbel* slechts een tijdelijke manifestatie.

Om te beginnen bestaat *de Bijbel* onder andere uit het Nieuwe Testament: een verzameling verslagen van veronderstelde ooggetuigen die (de figuur van) Jezus Christus tijdens zijn leven van dichtbij zouden hebben meegemaakt. *De Bijbel* is daarmee als heilig boek o.a. een verzameling van verhalen die elk een ander blik werpen op het leven van Jezus Christus.

⁹³ Jostein Gripsrud *Understanding Media Culture* (Londen: Arnold, 2002).

⁹⁴ Ibidem, p: 101.

⁹⁵ Ibidem, p: 108.

⁹⁶ Ibidem, p: 109.

Gebeurtenissen in een vaste volgorde die we op zichzelf kunnen begrijpen als ontwikkelingen in tijd, plaats en handeling maar die in hun oorspronkelijke manifestatie voor ons onbereikbaar zijn.

De Bijbel, als boek, is echter ook geen gefixeerd geordend verhaal. Er bestaan namelijk verschillende versies van. Hij is verschenen in verschillende talen, en per taal in verschillende vertalingen en versies voor verschillende doelgroepen (denk bijvoorbeeld aan de kinderbijbel). Bovendien komen veel van de verhalen uit *de Bijbel*, zij het met enkele verschillen, ook voor in een ander heilig boek: *de Koran*. Filosofe Marlies ter Borg bestudeerde beide boeken en presenteerde het resultaat in haar boek *Koran en Bijbel in verhalen*⁹⁷: een overzicht van de gedeelde verhalen (o.a. Adam en Eva, Noach/Noeh, Mozes/Moesa en Jezus/'Isa) die ze naast elkaar afdruckte zodat de overeenkomsten en verschillen duidelijk zichtbaar worden. Eén enkel exemplaar van het heilige geschrift bevat in ieder geval wel een gefixeerd geordend verhaal, waar geen verandering aan mogelijk is. Hoewel... men kan besluiten er een passages uit te scheuren, zoals de Nederlandse politicus Geert Wilders in 2008 in zijn film *Fitna* met *de Koran* suggereerde te doen.⁹⁸ Maar gesteld dat er slechts één druk van *de Bijbel* zou zijn waar niemand een wijziging in aanbracht, dan nog zou in kerken tijdens diensten of in gesprekken over het geloof een verscheidenheid aan interpretaties van de verhalen uit het heilige boek worden gepresenteerd. En zullen er zelfs mensen zijn die een oordeel hebben over dat geschrift waarvan zij delen kunnen 'reproduceren' zonder het zelf daadwerkelijk ooit gelezen te hebben.

2.4 DE VIERDE BETEKENISLAAG: DE DIRECTHEID

Verhalen werden al in het orale tijdperk van persoon tot persoon doorverteld. Soms gebeurde dat ook op een theatrale manier, bijvoorbeeld door de uitoefening van rituelen in de prehistorie of later door theatergezelschappen die in de middeleeuwen kermessen afreisden en hun verhalen vanaf platte wagens aan het publiek toonden. Het theater is, net zoals de live gesproken taal, een medium dat zich in het hier en nu bevindt. De 'nadelige' consequentie van het vertellen van verhalen in het hier en nu is het feit dat die verhalen geen vaste vorm aannemen. Ze verschillen doordat ze door andere personen verteld worden. Ook wanneer dezelfde persoon het verhaal een tweede of een derde keer verteld, zal het niet exact hetzelfde zijn. Woorden of zinnen worden vergeten of anders geformuleerd en soms worden naar gelang de situatie zelfs de namen van personages veranderd. De vierde laag van betekenis is dan ook die van de directheid: de afstand tot het oorspronkelijke verhaal. Het gedicht "Hendrik Haan" van de Nederlandse schrijfster Annie M.G. Schmidt (zie Fragment 2 op de volgende pagina) dat zij schreef voor de televisieserie *Ja Zuster, Nee Zuster* maakt duidelijk wat hiermee bedoeld wordt.

Het verhaal van de lekkende kraan wordt in elke strofe steeds verder overdreven tot uiteindelijk een volstrekt absurd verhaal ontstaat. In het gedicht wordt niet expliciet duidelijk gemaakt wie aan wie het verhaal verteld, maar omdat de tijdsduur van het openstaan van de kraan oploopt en ook de gevolgen daarvan per strofe omvangrijker worden, kunnen we veronderstellen dat mevrouw van Voort het verhaal aan mevrouw Van Doren vertelt, die op haar beurt weer spreekt met mevrouw Van Wal. Het lijkt in ieder geval onwaarschijnlijk dat mevrouw van Voort het verhaal aan mevrouw Verkamp vertelt op de manier zoals dat in het gedicht gebeurt.

⁹⁷ Marlies ter Borg *Koran en Bijbel in verhalen* (Amsterdam: Van Holkema & Warendorf, 2007).

⁹⁸ Het is hier geenszins mijn doel een waardeoordeel uit te spreken over het al dan niet uitscheuren van delen van een heilig boek of over de inhoud van de film *Fitna*. Ik noem hier dit voorbeeld slechts ter illustratie van de mogelijkheid in een gefixeerde volgorde en structuur van een verhaal alsnog een aanpassing te doen.

HENDRIK HAAN

Dag mevrouw van Voort, heeft u 't al gehoord
Hendrik Haan uit Koog aan de Zaan
Heeft de kraan open laten staan
Uren, uren stond ie open
Heel de keuken is ondergelopen
Denkt u toch eens even, en 't zeil was net gewreven, tsss

Dag mevrouw van Doren, moet u toch eens horen
Hendrik Haan uit Koog aan de Zaan
Heeft de kraan open laten staan
Zeven dagen stond ie open
Heel het huis is onder gelopen
Denkt u toch eens even, alle meubels dreven

Dag mevrouw van Wal, weet u 't nieuwtje al
Hendrik Haan uit Koog aan de Zaan
Heeft de kraan open laten staan
Zeven weken stond ie open
Heel de straat is ondergelopen
Denkt u toch eens even, alle auto's dreven

Dag mevrouw Verkamp, weet u 't van de ramp
Hendrik Haan uit Koog aan de Zaan
Heeft de kraan open laten staan
Zeven maanden stond ie open
Heel de stad is ondergelopen
Denkt u toch eens even, niemand meer in leven,
Allemaal verzopen

Kijk, wie komt daar aan?
Hendrik Haan uit Koog aan de Zaan
Hendrik, hoe is 't gegaan?
Had je de kraan open laten staan?

O, zei Hendrik, 't was maar even
Heel het verhaal is zo overdreven
De keukenmat een tikkie nat, onverwijld opgedweild
Zo gebeurd, zo gedaan, ha ha ha ha, zei Hendrik Haan

Alle dames gingen vlug teleurgesteld naar huis terug

Fragment 2: Annie M.G. Schmidt "Hendrik Haan" uit Ja Zuster, Nee Zuster⁹⁹

⁹⁹ Annie M.G. Schmidt "Hendrik Haan" uit *Ja Zuster, Nee Zuster* (VARA, 1966-1968).

We mogen de oorspronkelijke bron niet verwarren met het verhaal van Hendrik Haan zelf. Waarschijnlijk zal hij de gebeurtenis iets minder ernstig maken dan het wellicht daadwerkelijk was. De waarheid¹⁰⁰ heeft niemand in pacht en ligt dus buiten de personen uit het gedicht. Hendrik Haan staat in dit geval wel het dichtste tot de (fictieve) werkelijkheid, daar waar mevrouw Verkamp er het verste vanaf staat. Het oorspronkelijke verhaal bereikt haar via een heleboel personen en bijbehorende interpretaties (en dus veranderingen). De afstand tot die werkelijkheid beïnvloedt echter niet zozeer het interpretatieproces van mevrouw Verkamp, maar wel de informatie die zij tot zich krijgt. Een persoon in een sociaal netwerk heeft echter niet één afstand tot een bepaald verhaal, of oorspronkelijke informatiebron, maar meerdere. Mevrouw Verkamp ontmoet aan het einde van het gedicht, net als de andere vrouwen, Hendrik Haan die het verhaal van de openstaande kraan nuanceert. Niemand zal de daadwerkelijke waarheid uiteindelijk precies kennen, maar hoe meer en hoe kleiner (directer) de verschillende afstanden zijn die je tot het oorspronkelijke verhaal hebt, hoe beter het beeld klopt dat je van de situatie vormt en de betekenis die je er aan toe kent.

Dit liedje van Annie M.G. Schmidt doet sterk denken aan het spelletje waarin mensen in een cirkel een zin aan elkaar moeten doorfluisteren. De zin die door de laatste persoon hardop wordt uitgesproken is vaak een hele andere dan de zin waarmee het spelletje begonnen was. Hoewel menigeen zich dit Chinese fluisterspel nog uit zijn kindertijd zal weten te herinneren, is er weinig bekend over hoe de zin gaandeweg verandert. Om daarvan een eerste indicatie te krijgen, heb ik een klein experiment uitgevoerd waarbij er acht mensen een zin mondeling aan elkaar door moesten geven. Omdat elke zin ook exact vastgelegd moest worden, is de traditionele cirkel vervangen door drie opeenvolgende ruimtes die met deuren van elkaar gescheiden zijn. Aan het begin van het experiment bevonden alle acht personen zich in ruimte 1. Gedurende het onderzoek betraden zij één voor één de tweede ruimte. De eerste persoon die ruimte 2 binnenkwam kreeg de originele zin te horen en kreeg daarna de instructie deze zin zo goed mogelijk door te vertellen aan de volgende persoon. Na die instructie werd de volgende persoon in de tweede ruimte binnengelaten. Nadat de zin aan hem was doorgegeven vertrok de eerste persoon naar de derde ruimte en kreeg de tweede persoon de opdracht de zojuist gehoorde zin aan de volgende persoon door te vertellen. Dit herhaalde zich tot de achtste persoon. Deze laatste persoon rondde het experiment af door de gehoorde zin aan de onderzoeker te vertellen. Het gehele experiment werd met een voicerecorder opgenomen. Het transcript ervan is als Bijlage A aan deze scriptie toegevoegd. In Tabel 2 op de volgende pagina is het resultaat van dit experiment weergegeven. De blauw gearceerde delen van de zin vallen weg wanneer de zin aan de volgende persoon wordt doorgegeven. De gele delen geven aan dat dit gedeelte niet verdwijnt, maar wel verandert. Waarin die gele gedeelten veranderen is met groene arcering in de volgende zin aangegeven. Grijs markeren dient om zinsdelen aan te duiden die in de nieuwe zin worden toegevoegd.

In het resultaat van dit experiment vallen een aantal zaken op. Zo blijft het eerste gedeelte van de zin ("Van de 112 Passagiers") onveranderd. Datzelfde geldt nagenoeg ook voor het laatste gedeelte ("terugggevonden op een tropisch eiland").

In het middengedeelte verandert er echter veel. Twee keer vallen er een aantal details weg. In zin 2 verdwijnt bijvoorbeeld de informatie over de locatie waar het vliegtuig neerstortte ("in zee"). Dat lijkt misschien geen noodzakelijke informatie, omdat de ontvanger van de zin dat uit de overige context ("op een tropisch eiland") logischerwijs wel zou kunnen opmaken. Dat gaat echter voorbij aan het feit dat uit de informatie in deze zin, net zo goed geconcludeerd zou

¹⁰⁰ De waarheid moet hier begrepen worden als werkelijkheid. In het geval van dit gedicht gaat het daarbij om een fictieve werkelijkheid. Annie M.G. Schmidt heeft voor dit verzonden versje waarschijnlijk wel inspiratie uit het echte leven gehaald, waar eenzelfde soort mechanisme optreedt.

kunnen worden dat het vliegtuig in plaats van in zee, op het eiland neergestort is. Sterker nog, omdat ook het woord "neerstortte" verdwenen is, is helemaal niet meer vast te stellen hoe en waarom de passagiers op een tropisch eiland werden teruggevonden. Zijn ze uit het vliegtuig gesprongen, geduwd, of zijn ze vergeten na een tussenstop? De nieuwe zin laat al deze opties open. Ook het gedeelte "na 3 maanden zoeken" verdwijnt. Een element dat aan het verhaal een extra dramatische lading geeft, omdat naast van de passagiers 3 maanden lang in onzekerheid hebben geleefd. Het woord "teruggevonden" geeft aan dat er een periode geen contact met de passagiers en het vliegtuig is geweest. Ook het feit dat de passagiers "levend" zijn teruggevonden, toch geen onbelangrijk detail, verdwijnt in de nieuwe zin. Toegegeven, aangezien de meeste mensen uit zullen gaan van het goede, zullen zij er vanuit gaan dat de gevonden personen nog leven. Maar, dat is puur een aanname die de ontvanger van de zin met enige waarschijnlijkheid zal doen. Zeker is dat niet; het kan natuurlijk ook om gevonden dode lichamen gaan. Slechts eenmaal wordt er een klein woord aan de zin toegevoegd. Maar dat gebeurt alleen om de zin grammaticaal kloppend te houden en voegt inhoudelijk niets aan het verhaal toe.

| Zin (Z) | Verteller (V) | Ontvanger (O) | Vertelde zin |
|---------|---------------|---------------|--|
| 1 | Onderzoeker | Persoon 1 | Van de 112 passagiers aan boord van het vliegtuig dat vorig jaar in zee neerstortte , werden na 3 maanden zoeken 13 personen levend teruggevonden op een tropisch eiland. |
| 2 | Persoon 1 | Persoon 2 | Van de 112 passagiers in het vliegtuig werden er 12 teruggevonden op een tropisch eiland. |
| 3 | Persoon 2 | Persoon 3 | Van de 112 passagiers van het vliegtuig zijn er 12 teruggevonden op een tropisch eiland. |
| 4 | Persoon 3 | Persoon 4 | Van de 112 passagiers in het vliegtuig zijn er 12 teruggevonden op een tropisch eiland. |
| 5 | Persoon 4 | Persoon 5 | Van de 112 passagiers in het vliegtuig zijn er 12 teruggevonden op het tropisch eiland. |
| 6 | Persoon 5 | Persoon 6 | Van de 112 passagiers in het vliegtuig zijn er 80 teruggevonden op een tropisch eiland. |
| 7 | Persoon 6 | Persoon 7 | Van de 112 passagiers van een vliegtuig zijn er 80 teruggevonden op het tropisch eiland. |
| 8 | Persoon 7 | Persoon 8 | Van de 112 passagiers van een vliegtuig zijn er 80 teruggevonden op het tropisch eiland. |
| 9 | Persoon 8 | Onderzoeker | Van de 112 passagiers zijn er 80 teruggevonden op een tropisch eiland. |

Tabel 2: De negen zinnen zoals ze in het uitgevoerde experiment werden doorgegeven. De oorspronkelijke zin is geïnspireerd op het overkoepelende verhaal van de ABC serie LOST.

Met betrekking tot de elementen van de zin die veranderen, zijn er weinig met echt inhoudelijke consequenties. Ze hebben betrekking op lidwoorden en op tijdsbepalingen van de werkwoordsvormen ("werden" in zin 2 wordt "zijn" in zin 3). Er is één verandering die er echt uitspringt en die betreft het aantal gevonden passagiers dat in zin 6 ineens stijgt van "12" naar "80". Aannemelijk is dat de persoon in kwestie het originele aantal teruggevonden passagiers zich niet meer kon herinneren en hier een ander aantal voor heeft ingevuld. Vreemd is echter dat hij behoorlijk afwijkt van het originele aantal. Dit veronderstelt dat Persoon 5 niet alleen het exacte aantal niet heeft onthouden, maar dat ook het kleine aantal teruggevonden personen in verhouding tot het aantal passagiers hem niet bij is gebleven. Door het aantal van 80 gevonden passagiers te noemen, maakt hij de uitkomst van het verhaal een heel stuk positiever. In plaats van het terugvinden van 10% van de passagiers, wordt nu ruim 70% teruggevonden.

Op basis van dit ene experiment kunnen natuurlijk geen conclusies getrokken worden over de mechanismen die schuilgaan achter de veranderingen in verhalen wanneer die door personen aan elkaar worden doorverteld. Het resultaat geeft echter wel een eerste indicatie naar twee mogelijke oorzaken: 1) men vergeet bepaalde informatie en laat deze weg of probeert ze zo adequaat mogelijk in te vullen, en 2) men maakt zich het verhaal eigen door het op een zelf gekozen, doch vaak soortgelijke, manier te formuleren.

2.5 DE VIJFDE BETEKENISLAAG: DE CONTEXT

Tot zover hebben we enkel gekeken naar de genetwerkte constructie van het verhaal an sich. Als we echter buiten de grenzen van het verhaal kijken, zien we dat een verhaal zich nooit alleen manifesteert, maar een positie heeft in een heel netwerk aan de meest uiteenlopende verhalen. De vijfde en tevens laatste betekenislaag is daarom die van de context waarin het verhaal zich bevindt.

Om te beginnen kan een verhaal intrinsieke verwijzingen naar andere verhalen bevatten. Die kunnen expliciet zijn, zoals in de kerstspecial van de Britse comedyserie *Absolutely Fabulous*¹⁰¹ waarin Edina Monsoon, een personage van Jennifer Saunders, zo verslaafd is aan de Deense televisiethriller *The Killing* dat inspecteur Sarah Lund in een droom aan haar verschijnt. Maar een verwijzing kan ook impliciet zijn door bewust of onbewust een ander verhaal te citeren zonder daar duidelijk een bron bij te vermelden. Zo vertelt regisseur Paul Verhoeven in de documentaire *Dick Bos weer in actie*¹⁰² hoe hij onbewust een scène uit één van de avonturen van Alfred Masurel's stripheld *Dick Bos* vrijwel één op één gekopieerd heeft in zijn film *Basic Instinct*.

Een verhaal bevindt zich ook letterlijk tussen andere verhalen. Zo wordt een verhaal in een boek niet alleen omsloten door bijvoorbeeld andere boeken die men ervoor gelezen heeft en erna lezen zal, maar kan het er zelfs door onderbroken worden. Denk hierbij aan iemand die elke avond één hoofdstuk van een roman leest. In de tijd die het duurt voordat hij met een nieuw hoofdstuk begint te lezen, heeft die persoon allerlei andere verhalen tot zich genomen uit de krant, de televisie en van collega's, vrienden en familie. Die context kan soms tot grappige gevolgen leiden, zoals in 2012 bij de uitzending van de film *Knowing* op de Nederlandse televisie waarbij net na een imposante vliegtuigcrash de film onderbroken wordt voor een reclame van de vliegmaatschappij Arkefly.

Crossmediale verhalen ondervinden hiervan wellicht nog meer hinder dan enkelvoudige verhalen, omdat de connecties tussen de verschillende kanalen in tijd vaak niet naadloos op elkaar aansluiten, waardoor meer ruimte ontstaat voor andere verhalen om zich er tussen te

¹⁰¹ BBC "Identity" uit *Absolutely Fabulous* (Londen: BBC, 25 december 2011).

¹⁰² Jan Bosdriesz *Dick Bos weer in actie* (Cinevista en de AVRO: 2004).

voegen. In eerste instantie lijkt dit niet per se erg, omdat de mens prima in staat schijnt te zijn de verschillende verhalen van elkaar te onderscheiden. Het tweede experiment dat ik uitvoerde, lijkt echter te suggereren dat de mens die grenzen toch niet altijd even scherp vasthoudt. Dit experiment is in de basis gelijk aan het eerste. Behalve dan dat er een andere zin is gebruikt en de deelnemers voordat zij die zin moesten doorgeven eerst nog een willekeurig gekozen YouTube filmpje¹⁰³ van tweeënhalve minuut te zien kregen. Dit om een (vrij eenvoudige) context te simuleren waarin het verhaal (de zin) zich bevindt. Daarna werd aan de proefpersonen gevraagd de zin (en alleen de zin) aan de volgende persoon door te geven. Het resultaat van dit tweede experiment is weergegeven in Tabel 3. De volledige transcriptie van dit experiment (met uitzondering van het getoonde filmpje) is te vinden in Bijlage B van deze scriptie.

De weergave van de resultaten van dit tweede experiment is enigszins anders dan bij de eerste proef. Dat komt omdat er zodanig veel verandert per zin dat dat niet meer duidelijk aan te geven was met arceringen in één zin. Daarom is telkens de oude zin in een kolom voor de nieuwe zin toegevoegd. Per rij zijn in de oude zin die delen gearceerd die ten opzichte van de nieuwe zin verdwijnen (blauw) of veranderen (geel) en zijn in de nieuwe zin die delen gemarkeerd die ten opzichte van de oude zin veranderen (groen) of worden toegevoegd (grijs).

| Z | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|---|----|----|---|---|
| 1 | P0 | P4 | <i>Niet van toepassing.</i> | Juliette werd door haar man verlaten voor een vrouw die later de 12 jaar jongere schooljuf van hun zoon bleek te zijn. |
| 2 | P4 | P8 | Juliette werd door haar man verlaten voor een vrouw die later de 12 jaar jongere schooljuf van hun zoon bleek te zijn. | Julietta haar man heeft Julietta verlaten voor een vrouw die meer als 12 jaar jonger was dan haar en haar zoon bleek weer een vriend van hun dochter te zijn. |
| 3 | P8 | P6 | Julietta haar man heeft Julietta verlaten voor een vrouw die meer als 12 jaar jonger was dan haar en haar zoon bleek weer een vriend van hun dochter te zijn. | Julietta is een vrouw en haar relatie met haar man is verbroken en nu heeft ze een relatie met een vrouw en die 12 jaar ouder is als haarzelf en die heeft een zoon die verliefd is op hun dochter. |
| 4 | P6 | P5 | Julietta is een vrouw en haar relatie met haar man is verbroken en nu heeft ze een relatie met een vrouw en die 12 jaar ouder is als haarzelf en die heeft een zoon die verliefd is op hun dochter. | Julietta is een vrouw en haar relatie is verbroken en nou heeft ze een relatie met een vrouw die 12 jaar ouder is als haar en die heeft een zoon en die wil een relatie met hun dochter. |
| 5 | P5 | P7 | Julietta is een vrouw en haar relatie is verbroken en nou heeft ze een relatie met een vrouw die 12 jaar ouder is als haar en die heeft een zoon en die wil een relatie met hun dochter. | Julietta is een vrouw en die had een relatie die is verbroken en nu wil ze een nieuwe relatie met een vrouw en die vrouw die heeft een dochter en die wil een relatie met haar. |

¹⁰³ ING Nederland "De Mol trapt af met Van der Wiel" op www.youtube.com 06 juni 2012, p: <http://www.youtube.com/watch?v=Y18BAQT4FqE&feature=g-all-u>.

| Z | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|---|----|----|---|---|
| 6 | P7 | P2 | Julietta is een vrouw en die had een relatie die is verbroken en nu wil ze een nieuwe relatie met een vrouw en die vrouw die heeft een dochter en die wil een relatie met haar. | Julietta is een vrouw en die had een relatie maar die is verbroken en nu wil ze een nieuwe relatie met een vrouw. Die vrouw heeft een dochter. Die wil een relatie met haar. |
| 7 | P2 | P1 | Julietta is een vrouw en die had een relatie maar die is verbroken en nu wil ze een nieuwe relatie met een vrouw. Die vrouw heeft een dochter. Die wil een relatie met haar . | Guanita , iets in die trant, is een vrouw en haar relatie is verbroken en ze wil een relatie met een andere vrouw en die vrouw heeft een dochter maar die vrouw wil ook een relatie met Guanita . |
| 8 | P1 | P3 | Guanita, iets in die trant , is een vrouw en haar relatie is verbroken en ze wil een relatie met een andere vrouw en die vrouw heeft een dochter maar die vrouw wil ook een relatie met Guanita. | Guanita, die heeft haar relatie verbroken en nu wil ze een relatie met een andere vrouw en die andere vrouw die heeft een dochter en die wil ook weer een relatie met Guanita. |
| 9 | P3 | P9 | Guanita, die heeft haar relatie verbroken en nu wil ze een relatie met een andere vrouw en die andere vrouw die heeft een dochter en die wil ook weer een relatie met Guanita. | Guanita heeft een relatie verbroken en ze wil een relatie met een andere vrouw en de dochter van die andere vrouw wil weer een relatie met Guanita. |

Tabel 3: De negen zinnen zoals ze in het tweede uitgevoerde experiment werden doorgegeven. De oorspronkelijke zin is geïnspireerd op een verhaallijn uit de tweede serie *In Therapie van de NCRV*.

Wat meteen opvalt in vergelijking met het eerste experiment waar de zin in de kern uiteindelijk nog enigszins overeenbleef, is dat hier de laatste zin vrijwel niets meer met het oorspronkelijke verhaal te maken heeft. In Tabel 4 zijn de beginzinnen van de twee experimenten vergeleken met hun eindzinnen.

| Exp. | Eerste zin (Zin 1) | Laatste zin (Zin 9) |
|------|--|---|
| 1 | Van de 112 passagiers aan boord van het vliegtuig dat vorig jaar in zee neerstortte , werden na 3 maanden zoeken 13 personen levend teruggevonden op een tropisch eiland. | Van de 112 passagiers zijn er 80 teruggevonden op een tropisch eiland. |
| 2 | Juliette werd door haar man verlaten voor een vrouw die later de 12 jaar jongere schooljuf van hun zoon bleek te zijn . | Guanita heeft een relatie verbroken en ze wil een relatie met een andere vrouw en de dochter van die andere vrouw wil weer een relatie met Guanita. |

Tabel 4: De verschillen tussen de eerste en laatste zinnen uit beide experimenten.

Waar in het eerste experiment vooral details wegvielen en er nauwelijks zaken aan het verhaal werden veranderd of toegevoegd, zien we dat men zich in de tweede proef veel meer permitteert dingen aan de zin toe te voegen. Inhoudelijk veranderen er een flink aantal zaken, zo neemt de leeftijd van de andere vrouw in de derde zin met maar liefst 24 jaar toe, namelijk van 12 jaar jonger dan Juliette naar 12 jaar ouder. Wat verder opvalt, is dat gaandeweg de twee mannelijke

rollen in het verhaal (de man van Juliette en de zoon) vervangen worden door vrouwelijke rollen die met elkaar verstrengeld raken in een lesbische driehoeksverhouding. Waarom er in dit experiment zoveel meer verandert ten opzichte van het eerste experiment, is niet met zekerheid te zeggen, maar het lijkt erop dat het filmpje dat tussendoor getoond werd hiervoor verantwoordelijk is. Dat komt enerzijds doordat het filmpje tweeënhalve minuut duurt en daardoor de kans groter wordt dat een deelnemer aan het experiment zich de details niet helemaal meer weet te herinneren. Anderzijds kan het ook veroorzaakt worden doordat in het filmpje Johnny de Mol de voetballer Gregory van der Wiel verrast met een fotomodel in verband met diens hobby fotograferen. De aanwezigheid van vrouwelijk schoon in de laatste 40 seconden van het filmpje (zie: Afbeelding 1) is althans de enige, zeer summiere hint die wijst naar de oorzaak voor het ontstaan van de lesbische driehoeksverhouding.



Afbeelding 1: Gregory van der Wiel wordt verrast met een fotomodel vanwege zijn hobby fotograferen.¹⁰⁴

Wat wellicht ook niet helpt is dat de zin uit het tweede experiment een stuk complexer is opgezet dan die uit het eerste experiment. Niet alleen is er in de tweede zin sprake van een aantal relaties tussen personen (waar dat in de eerste niet het geval is), maar is ook de manier waarop de informatie over die onderlinge relaties gegeven wordt niet eenvoudig. Zo zijn er bijvoorbeeld vijf woorden in de zin aanwezig die naar een persoon wijzen (Juliette, man, vrouw, schooljuf en zoon) terwijl er maar vier personages in het verhaal betrokken zijn (Juliette, man, schooljuf, zoon).

In de Bijlagen C en D zijn de volledige analyses van alle veranderingen te vinden. De twee uitgevoerde experimenten bieden uiteraard onvoldoende data om echte conclusies te trekken over de werking van de mechanismen die optreden wanneer mensen elkaar verhalen doorvertellen. Ze zijn hier dan ook met name uitgeoefend ter illustratie van het feit dat we wel weten dat het gebeurt, maar niet precies weten hoe, wat en waarom het verandert. Wellicht dat de twee proeven ter inspiratie kunnen dienen voor verder onderzoek naar bijvoorbeeld de mate waarin de context van invloed is op het onthouden en doorgeven van een verhaal. Zeker voor crossmediale verhalen is het resultaat daarvan van belang, omdat er soms veel tijd en dus andere verhalen tussen de verschillende media-uitingen zitten. Krachtige connectoren en iconische en symbolische relaties lijken dus van groot belang voor het crossmediale verhaal. En

¹⁰⁴ ING Nederland, 2min17sec.

daar zit waarschijnlijk ook het grootste verschil tussen een crossmediaal verhaal en het Chinese fluisterspel. In de experimenten kregen de proefpersonen voor hen ogenschijnlijk willekeurige zinnen en een filmpje voorgeschoteld. Wanneer zij echter er zelf voor kiezen om een crossmediaal te volgen, zijn de hersenen en het geheugen waarschijnlijk actiever ingesteld op het onthouden van de verschillende verhaalonderdelen.

HOOFDSTUK 3

DE EENHEID VAN TIJD

*"De tijd staat niet stil.
Daarom lopen de meeste mensen achter."*

Bertus Aafjes

HOOFDSTUK 3 DE EENHEID VAN TIJD

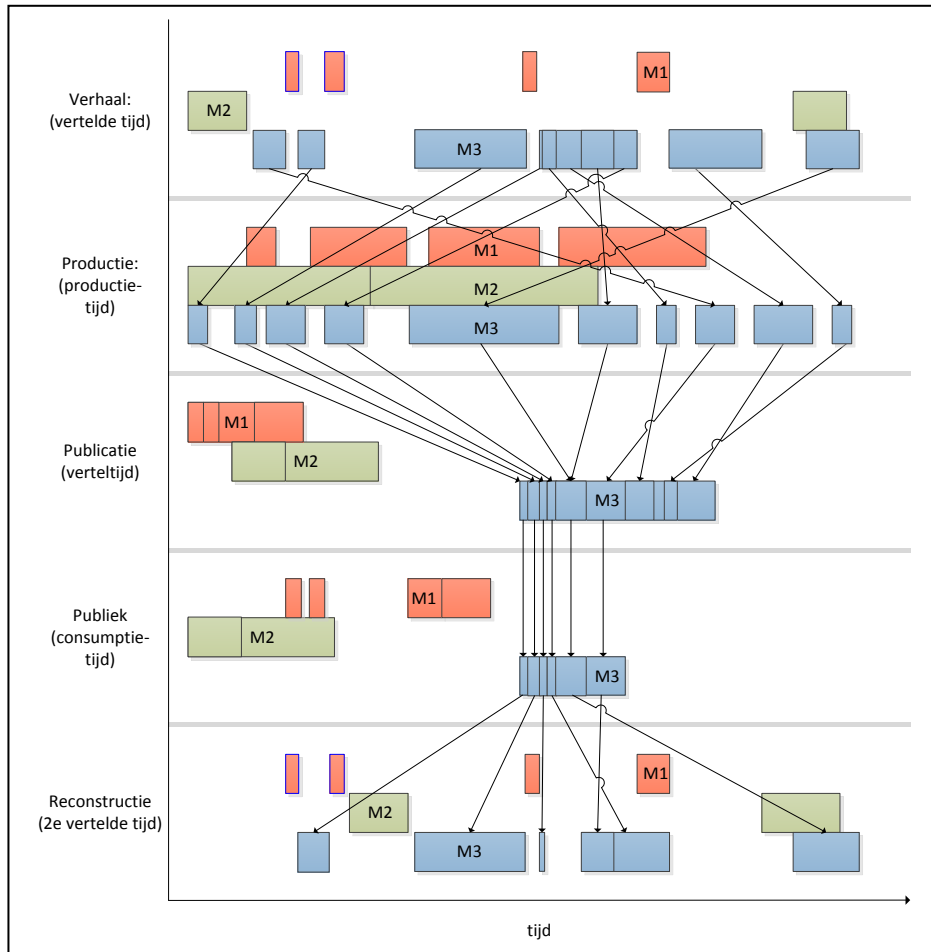
De mens kent een eenheid van tijd doordat hij op een gegeven moment geboren wordt en op enig moment ook weer zal sterven. In dat leven kent de mens een aantal fases waarin hij verschillende rollen heeft zoals die bijvoorbeeld door Shakespeare geschetst zijn. Die indeling van Shakespeare is niet per se leidend. Hij richt zich per slot van rekening enkel op de rollen die de man gedurende zijn leven vervult. De vrouw krijgt slechts de bijrollen van voedvrouw en maîtresse toebedeeld. De verschillende rollen van de man zoals Shakespeare ze voorstelt, moet men bovendien niet letterlijk nemen. Zij zijn slechts metaforen om de ontwikkeling (de groei én aftakeling) van een mens uit te drukken. We weten dat die ontwikkeling bestaat uit een aantal fases waaronder baby, peuter, kleuter, puber, jonge adolescent, volwassenen en bejaarde. De media die we gebruiken groeien met ons mee. Dat geldt voor zowel de soorten media (een peuter zal nog geen mobiele telefoon gebruiken¹⁰⁵) als voor de inhoud en genres. Een mooi voorbeeld van hoe verhalen met onze ontwikkeling meegroeien is de zevendelige boekenreeks van *Harry Potter*. Schrijfster J.K. Rowling beschrijft in elk boek een opvolgend jaar van Harry's opleiding aan de tovenaarsschool Zweinstein. Gelijk aan de reis van kind tot volwassenheid die het hoofdpersoonage doormaakt, ontwikkelen ook de boeken en de latere verfilmingen zich. Die worden steeds enger en grimmiger en krijgen daardoor in veel landen ook een hogere minimum leeftijd. Zo'n eis aan het minimale punt in de eenheid van tijd van het publiek, want dat is wat een leeftijdsgrens is, noemt Dena als één van haar accessibility values.¹⁰⁶ Toegankelijkheid zal in dit hoofdstuk een grote rol spelen, maar is zeker niet de enige factor van belang in de eenheid van tijd van het publiek.

3.1 DE VIJF CHRONOLOGIEËN BIJ HET CROSSMEDIALE VERHAAL

Om te beginnen stel ik voor om bij het vertellen van verhalen vijf vormen van chronologie van elkaar onderscheiden: die van het verhaal, die van de productie, die van de publicatie, die van het publiek en die van de reconstructie. Altijd zijn deze vijf chronologieën van toepassing, maar voor het crossmediale verhaal kunnen de verhoudingen ertussen een stuk complexer zijn dan bij het verhaal dat in een enkel medium wordt verteld. Figuur 3 toont de relaties tussen de vijf chronologieën bij een crossmediaal verhaal dat verteld wordt in de drie verschillende media-uitingen M1, M2 en M3. Hoewel de horizontale as hier het verloop in tijd weergeeft en de chronologieën boven elkaar zijn weergegeven, hoeven zij niet op hetzelfde moment te starten.

¹⁰⁵ Op deze stelling valt wel iets af te dingen. Hoewel peuters zelf nog geen communicatiemiddelen bezitten, maken zij wel al gebruik van de apparaten van hun ouders en andere familieleden waarop bijvoorbeeld speciaal voor de doelgroep ontwikkelde apps zijn geïnstalleerd. Zo heeft de Efteling de app *Sprookjesboom* ontwikkeld voor kinderen vanaf 5 jaar, die ook voor jongere kinderen geschikt is als ouders ze ondersteunen. Ook biedt de Efteling de app *Jokie* aan waar kinderen vanaf 2 jaar zelfstandig mee aan de slag kunnen gaan.

¹⁰⁶ Dena "Patterns in Cross-Media Interaction Design: It's much more than a URL..." p: 5.



Figuur 3: De vijf chronologieën bij een crossmediaal verhaal

Het verhaal kan zich een aantal eeuwen geleden afspelen, terwijl het vorig jaar geproduceerd is, sinds vorige week is gepubliceerd en pas vandaag geconsumeerd wordt. Maar het kan natuurlijk wel: een verhaal dat zich in het nu afspeelt en tevens chronologisch, in real-time en live geproduceerd, gepubliceerd, geconsumeerd en gereconstrueerd wordt. Te denken valt hier bijvoorbeeld aan live geïmproviseerd theater waar de acteurs ter plekke een verhaal improviseren en waarvan het publiek live getuige is. In Figuur 3 zijn echter de vijf chronologieën onder elkaar gezet om hun onderlinge verhoudingen aan te kunnen geven.

De chronologie van het verhaal betreft de historische volgorde waarin de gebeurtenissen uit het verhaal zich voordoen. Deze kan gelijk zijn aan die waarin de gebeurtenissen gepubliceerd worden, maar dat hoeft niet. Ik spreek hier expliciet niet over 'verteld' of 'geconsumeerd', omdat de publicatievolgorde slechts de ideale, of beter, de eerste mogelijke consumptievolgorde betreft. Daarvan moet echter nog maar blijken of die ook door de consument gevolgd wordt. Het woord 'verteld' lijkt intuïtief misschien qua inhoud gelijk aan 'gepubliceerd', maar is dat niet. De crossmedia storyteller kan er namelijk bewust voor kiezen zijn verhaal te laten ervaren via meerdere routes. Hij vertelt het daarom in verschillende volgordes. In bovenstaand voorbeeld zou het zo kunnen zijn dat hoewel hij eerst M1 uitbrengt, hij het ook mogelijk maakt om met M2 te beginnen en vandaaruit naar M1 te gaan om te eindigen met M3. Overigens is het geen garantie dat het publiek de uitgestippelde routes exact volgt. In Figuur 3 stopt men bijvoorbeeld voortijdig met M3.

Voor een producent is het ten eerste belangrijk de chronologie van het verhaal te weten, omdat de consument deze volgorde uiteindelijk zelf ook zal reconstrueren. In hoofdstuk 5 "De

eenheid van handeling" wordt verder ingegaan op de reconstructie van het verhaal door de consument. Ten tweede kan de producent door eerst de opeenvolging van de gebeurtenissen in kaart te brengen, daarna experimenten met de effecten van flashbacks, flashforwards of parallelle gebeurtenissen in de publicatievolgorde. Dit geldt overigens voor zowel crossmediale verhalen als voor de verhalen die verteld worden in een enkel medium. Bij crossmedia storytelling komt daar echter nog de verdeling van die gebeurtenissen over de verschillende media bij. In Figuur 3 is dat aangegeven met kleuren. De rode delen van het verhaal worden in medium M1 verteld, de groene delen komen terug in M2 en alle blauwe delen komen tot de consument middels M3.

Maar alvorens het zover is, zal de inhoud eerst geproduceerd moeten worden. Elk medium heeft zo zijn eigen productieproces en zal afhankelijk van de beschikbare middelen en mensen op een zeker moment gestart worden. De volgorde waarin de verschillende verhaalonderdelen geproduceerd worden, hoeft natuurlijk niet met de chronologie van het verhaal of van de publicatie gelijk te lopen. Maar hij staat ook niet los van beide. Ten eerste kan men het verhaal niet los zien van de productie. Het verhaal bestaat namelijk pas nadat het is geproduceerd, of liever gezegd: het ontstaat doordat het geproduceerd wordt. Tot de productie behoren daarom alle activiteiten met betrekking tot de preproductie, de productie en de postproductie: van het schetsen van de hoofdlijnen van het verhaal tot het bewerken van de laatste pixel in het laatste frame van de slotscène. Ten tweede: pas als alle onderdelen die tot de publicatie van een specifieke media-uiting behoren af zijn, kunnen zij gezamenlijk worden gepubliceerd. Voor een roman is dit redelijk overzichtelijk: het verhaal ontstaat doordat de schrijver het schrijft en wordt nadat het door de uitgever is geredigeerd, gepubliceerd. Bij crossmedia storytelling ligt dat een stuk gecompliceerder. Zo heeft men met verschillende productiemethoden te maken die elk op elkaar afgestemd zouden moeten worden. Het zijn echter vaak de financiële aspecten in het productieproces die de totstandkoming van een crossmediaal verhaal zo complex maken, en zelfs een groot gevaar ervoor kunnen vormen. Zoals bij het crossmediale verhaal *LOST*.

Dit verhaal begon in 2004 zoals eigenlijk elke Amerikaanse televisieserie begint: met een pilot. Overigens bijna letterlijk met een 'pilot', want in de eerste twee afleveringen die bedenker J.J. Abrams maakte voor de zender ABC stort een vliegtuig neer op een schijnbaar onbewoond eiland. De twee episodes tonen de chronologische gebeurtenissen die een aantal overlevenden op het eiland meemaken, maar hebben elk ook een aantal flashbacks waarin we per personage zien wat ze ervoeren vlak voordat het vliegtuig neerstortte. Een gegeven dat klaarblijkelijk interessant genoeg was om voldoende kijkers aan te trekken en dus mocht de serie doorgang vinden. Dat wil zeggen: er worden dan een paar afleveringen meer besteld. En zolang de serie goede kijkcijfers blijft trekken, worden er telkens weer wat nieuwe afleveringen besteld. Dat zijn er ook telkens meer in aantal, totdat er uiteindelijk hele seizoenen gemaakt mogen worden. Zodra de kijkcijfers echter (langdurig) tegenvallen, kan de show nog steeds op elk moment stopgezet worden. Dit financiële aspect is de drijvende kracht achter de productie van het verhaal. En dat is zeker niet onbegrijpelijk in een wereld waar het produceren van televisiedrama behoorlijk veel geld kost. Omdat het risico bestaat dat een serie niet aanslaat, wil men slechts stapsgewijs investeren: men wil geen geld uitgeven aan afleveringen die nooit vertoond zullen gaan worden. Dit mechanisme kent echter ook twee nadelige gevolgen.

De eerste heeft betrekking tot de ontwikkeling van het verhaal. Want zoals reeds eerder gesteld, ontstaat het verhaal pas doordat het geproduceerd wordt. En omdat voor de ontwikkeling van het verhaal geld nodig is, zal bij de opname van de pilot van *LOST* het verdere verloop van het verhaal slechts in hoofdlijnen zijn geschetst. Pas wanneer er afleveringen worden

besteld, worden er scriptschrijvers ingehuurd die de scènes en dialogen verder gaan uitwerken. Dat maakte het voor een serie als *LOST* niet makkelijk, omdat zijn intrinsieke logica eruit bestond elk mysterie op te lossen door meerdere nieuwe raadsels in het leven te roepen. En dit terwijl vele van die nieuwe mysteries bij aanvang van de serie nog helemaal niet bedacht waren, laat staan waar zij uiteindelijk toe zouden moeten leiden. Het gevolg was dan ook dat er zoveel open verhaallijnen ontstonden, dat de makers en het publiek die haast niet meer aan elkaar konden knopen.

Het tweede nadelige gevolg is hieraan verwant. Wanneer een serie namelijk erg succesvol is en dus geld in het laatje brengt, is het vaak moeilijk ermee te stoppen. Je zou als investeerder een dief van je eigen portemonnee zijn. Maar niet stoppen, betekent ook dat de kans bestaat dat het verhaal over zijn hoogtepunt heengaat. De makers van *LOST* besloten echter dat punt voor te willen zijn. Dirk Limburg, kunstredacteur bij *NRC Handelsblad*, schreef in een post op het kunstblog van de krant er het volgende over:

“Makers J.J. Abrams en Damon Lindelof ontdekten al snel dat ze de zaak niet onbeperkt konden rekken. Zelfs zij dreigden de controle over de barokke constructie te verliezen. Ze beloofden daarom dat *LOST* na het zesde seizoen in 2010 zou stoppen en dat er een bevredigend einde zou komen.”¹⁰⁷

Er wordt natuurlijk vaker besloten om met een serie te stoppen, maar het unieke van dit besluit was, volgens J.J. Abrams in een interview met *Metro*:

“dat ABC (...) een geweldige keuze heeft gemaakt door akkoord te gaan met het laten eindigen van de serie na seizoen zes. Dat was, zeker drie jaar geleden, een absurd gewaagd iets om mee akkoord te gaan als netwerk. Maar ik denk dat het erg slim was omdat volgens mij de show nu eindigt onder haar eigen voorwaarden. Het zal eindigen op een manier die, als je het mij vraagt, het niet toelaat om de show nog twee jaar langer door te laten lopen dan de bedoeling was.”¹⁰⁸

Overigens slaagde de serie daar uiteindelijk niet echt in. Toen daadwerkelijk het einde in zicht kwam, bleken lang niet alle mysteries opgelost te worden. Iets dat door veel fans die zes jaar lang in het verhaal hadden geïnvesteerd als erg onbevredigend ervaren werd. In een artikel van *Televisier* werd verslag gedaan van een interview van Damon Lindelof met *The Hollywood Reporter* dat onder andere ging over die kritiek:

“Lindelof [vertelde] dat het einde van de serie voor het grootste deel zal verlopen zoals die al bij de eerste aflevering was gepland. Dit vertelde hij vooral naar aanleiding van de kritiek op de nieuwe flashbacks in seizoen 6, die naar een soort parallel universum lijken te verwijzen. In plaats van antwoorden te bieden op de mysteries werden er op die manier tot nu toe vooral meer vragen opgeworpen.”¹⁰⁹

Lindelof is in dit interview zelf van mening dat het verhaal van *LOST* verteld is zoals dat in hoofdlijnen bij de start al bedacht was. Maar de werkelijkheid is ook dat om alle openstaande

¹⁰⁷ Dirk Limburg “CS-Recensent: Lost is onbegrijpelijk en toch fantastisch” op www.nrc.nl 2010
p: <http://weblogs.nrc.nl/cultuurblog/2010/05/21/lost-niet-te-begrijpen-en-toch-fantastisch/>.

¹⁰⁸ Ned Ehrbar “Na einde van Lost drukker dan ooit” in *Metro* 27 mei 2010

p: <http://www.metronieuws.nl/nieuws/na-einde-van-lost-drukker-dan-ooit/dYBjeA!n190329/>.

¹⁰⁹ Auteur onbekend “Open einde voor Lost?” op www.televisier.nl 02 mei 2010
p: <http://www.televisier.nl/nieuws/tv-nieuws/open-einde-voor-lost.372406.lynkx>.

vragen die de serie heeft opgeroepen alsnog te beantwoorden men aan twee seizoenen waarschijnlijk niet genoeg zou hebben. Uiteindelijk werden in de DVD-box van het laatste seizoen dan toch nog enkele raadsels voor de teleurgestelde fans opgelost: "In extra scènes die speciaal voor de DVD-box zijn geschoten, zullen de makers tenminste een paar mysteries ontrafelen en wordt er een blik geworpen op wat er na de serie op het eiland gebeurt."¹¹⁰

Tot nu toe hebben we het, op de DVD-box na, enkel gehad over de televisieserie. Maar *LOST* bestaat uit veel meer dan dat alleen. Er zijn boeken uitgebracht, verschillende soorten spelletjes, websites en dergelijke. Allen zijn uitbreidingen op de televisieserie die pas gaandeweg, naarmate het programma steeds populairder werd, werden ontwikkeld. Een voorbeeld daarvan zijn de drie pocket boekjes die bekend zijn onder de gezamenlijke titel *The Lost Chronicles* en die in 2005 en 2006 verschenen. De drie boekjes hebben elk een passagier van Oceanic Airlines Flight 815 in de hoofdrol. Het bijzondere is dat deze drie personages in het geheel niet in de serie naar voren komen, terwijl ze in de boeken regelmatig in contact komen met andere personages die wel op televisie verschenen. De boeken werden bovendien geschreven door Cathy Hapka en Frank Thompson: andere auteurs dan die verantwoordelijk waren voor de scripts van de televisieserie. Bovendien mochten zij redelijk vrij te werk gaan binnen aan hen van te voren gestelde kaders. Toch bleken de boeken tegenstrijdigheden met de televisieserie te bevatten. Zoals in *Signs of Life*¹¹¹ dat uitkwam op 1 maart 2006, een kleine twee jaar na de start van de televisieserie:

"According to the book, the plane crashed in the year 2006. The main character receives a letter in the year 2002 asking him to hold a position for three years. He does so, which puts us in late 2005. He then goes to Australia for six months (2006) and boards Oceanic Flight 815 for LA. As the season 2 finale "Live Together, Die Alone, Part 1" states that the crash occurred on September 22nd 2004, this must be an error."¹¹²

De in het bovenstaande citaat genoemde uitzending werd voor het eerst gepubliceerd in de Verenigde Staten op 24 mei 2006¹¹³, bijna drie maanden na het verschijnen van het boek. Het kan niet anders of de productie van beide media-uitingen heeft parallel aan elkaar plaatsgevonden, echter zonder dat beide met elkaar gecheckt zijn op continuïteitsfouten. Of wellicht kon men bij het checken niet anders meer dan constateren dat de fout gemaakt was, omdat corrigeren toen geen mogelijkheid meer was. Het boek bestond al en de opnames voor de betreffende aflevering waren waarschijnlijk ook al volbracht.

Bovenstaande beschrijft het risico van de manier waarop het crossmediale verhaal *LOST* geproduceerd werd: die van de rijdende trein waar de rails gaandeweg nog voor moeten worden uitgelegd. Een fout zoals hierboven kan waarschijnlijk voorkomen worden door met name in de preproductie fase een nauwe samenwerking tussen de verschillende media te bewerkstelligen, waarbij de gebeurtenissen en verhaallijnen over de verschillende media-uitingen verspreid worden, en pas daarna over te gaan tot de daadwerkelijke productie en postproductie. Dat hoeft overigens niet te betekenen dat pas tot publicatie kan worden overgegaan als alle afzonderlijke uitingen klaar zijn. Het gaat erom dat vastligt welke informatie in welk medium besloten ligt of

¹¹⁰ Auteur onbekend "Laatste beetje Lost" op www.televizier.nl 07 augustus 2010

p: <http://www.televizier.nl/nieuws/tv-nieuws/laatste-beetje-lost.374412.lynkx>

¹¹¹ Frank Thompson *LOST: Signs of Life* (New York: Hyperion, 2006).

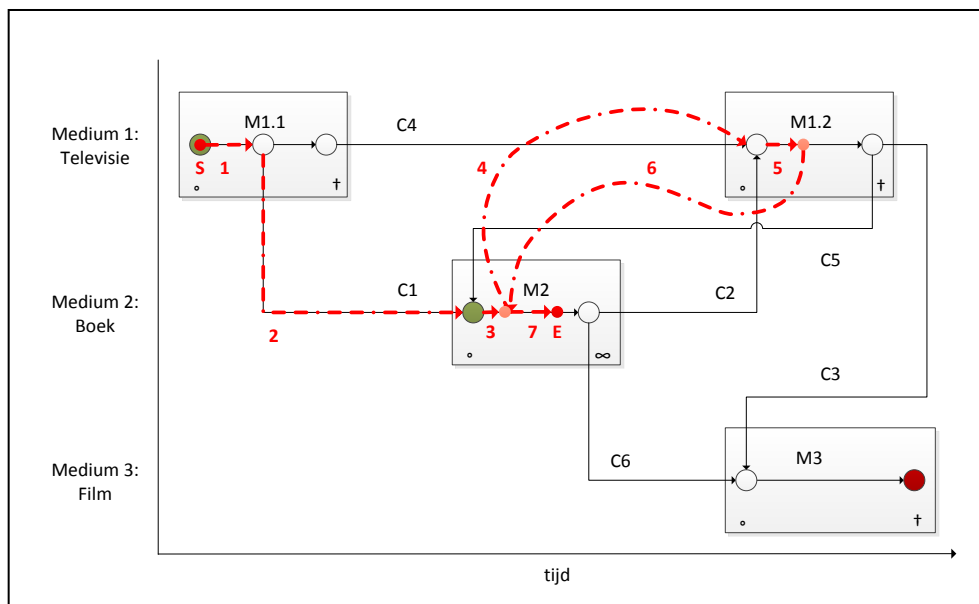
¹¹² Meerdere auteurs "Signs of Life" op *Lostpedia: The Lost Encyclopedia* laatst geredigeerd op 1 september 2010 p: http://lostpedia.wikia.com/wiki/Signs_of_Life.

¹¹³ Meerdere auteurs "Live Together, Die Alone" op *Lostpedia: The Lost Encyclopedia* laatst geredigeerd op 3 juli 2012 p: http://lostpedia.wikia.com/wiki/Live_Together,_Die_Alone.

komt te liggen. Het is uiteraard ook belangrijk om de volgorde waarin de verschillende media-uitingen gepubliceerd worden al tijdens de preproductie te bepalen. Zo zal eens te meer blijken uit het vervolg van dit hoofdstuk.

3.2 BESCHIKBAARHEID

Tot nu toe zijn met name de eerste drie soorten chronologie aan bod gekomen. Maar verreweg de belangrijkste is die van het publiek. De chronologie van het publiek wordt bepaald door haar eenheid van tijd. Wie een aflevering op televisie gemist heeft, moet deze terugkijken of heeft, indien dat niet kan, gewoon domme pech. Als het goed is, heeft de crossmediale verteller één of meerdere ideale routes door het verhaal voor zijn publiek uitgedacht. Het is daarbij wel van belang om de eenheid van tijd van het publiek goed in het oog te houden. Figuur 4 helpt ons bij het begrijpen van het samenspel tussen de chronologieën van de publicatie en het publiek.



Figuur 4: Het samenspel tussen de publicatievolgorde en de eenheid van tijd van het publiek.

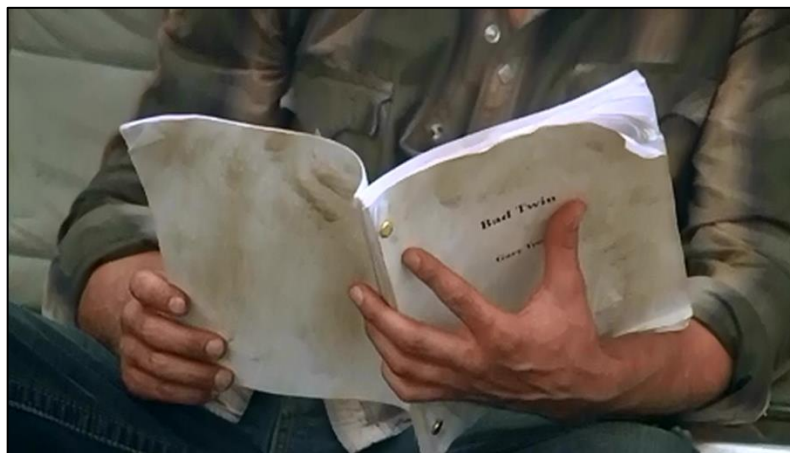
Bovenstaand figuur toont net als Figuur 2 in Hoofdstuk 2 een hypothetisch crossmediaal verhaal, maar dan wat complexer. De horizontale as representeert het verloop van de tijd in de publicatiechronologie en dus niet de eenheid van tijd van het publiek. Die wordt weergegeven door de rode stippellijn waarbij de "S" het startpunt in de tijd aangeeft en de "E" het eindpunt. Opnieuw hebben we te maken met drie typen media-uitingen. M1 bestaat uit twee televisie-uitzendingen, M2 is een boek dat tussen de twee uitzendingen wordt uitgegeven, en M3 is een film die tegelijkertijd met de tweede televisieaflevering in de bioscoop in première gaat. Belangrijk is te beseffen dat Figuur 4 niet op schaal getekend is. Hoewel de televisieafleveringen net zo groot zijn afgebeeld als het boek nemen zij waarschijnlijk minder tijd in beslag dan het lezen van het boek. De vakken representeren hier dan ook niet de verteltijd. In plaats daarvan geven zij de periode aan waarin het medium beschikbaar is. Maar ook die zijn in Figuur 4 niet op schaal. De tijdsperiode tussen de verschillende publicaties, die Dena 'pacing' noemt¹¹⁴, zijn in feite groter dan hier afgebeeld. En voor het boek geldt dat het vanaf het moment van publicatie

¹¹⁴ Dena, Ibidem p: 6.

in principe oneindig (aangegeven met een ∞ -teken) beschikbaar is voor het publiek. Dat wil zeggen voor wie het tijdig heeft aangeschaft. Want wie het boek bezit, kan er altijd nog eens (opnieuw) in gaan lezen. Degene die het echter nog moet kopen, loopt natuurlijk het risico dat het op een gegeven moment uitverkocht is en er geen herdruk van komt. Dan moet men hopen het van iemand te kunnen lenen of het te vinden in een tweedehandsboekwinkel. Ook de film zal een aantal weken in de bioscoop draaien, en is dus veel langer beschikbaar dan de tweede aflevering op televisie. Toch zal op een gegeven moment de film uit de roulatie worden genomen en komt hij niet op DVD uit. Mocht dat overigens wel het geval zijn, dan zou dat het \dagger -teken van M3 niet doen veranderen in het ∞ -teken. Er zou dan een vierde medium, M4, aan het schema moeten worden toegevoegd met zijn eigen publicatiemoment en beschikbaarheidsperiode.

De beschikbaarheid van een medium behoort ook tot de accessibility values die Dena in kaart heeft gebracht.¹¹⁵ Naast een beschikbaarheid in tijd, zal in het volgende hoofdstuk blijken, heeft een medium ook een beschikbaarheid in plaats. De beschikbaarheid in tijd en plaats is bepalend voor de routes die een gebruiker door het crossmediale verhaal kan gaan. Omdat in dit geval de uitzendingen op televisie niet later opnieuw terug te kijken zijn, kan het zo zijn dat een consument het eerste entry-point in M1.1 gemist heeft. Gelukkig voorziet M2 ook in een entry point, zodat een gebruiker ook later nog in kan stappen. Let wel, deze ingangspoorten zijn slechts ideale poorten. Men kan ook halverwege de televisie-uitzending invallen en vervolgens alsnog in het verhaal getrokken worden. Zoals de rode stippellijn, de representatie van de weg die één gebruiker door het verhaal heeft afgelegd, al aangeeft, kan die route behoorlijk afwijken van de geijkte paden.

Deze gebruiker start bij het eerste gepubliceerde entry-point en volgt keurig de connector C1 die zich halverwege de televisie-uitzending M1.1 bevindt. Deze connector kan de geremedieerde versie van het boek M2 zijn. Met andere woorden: het boek kan in beeld verschijnen, en dat kan de aanleiding zijn voor de kijker om op zoek te gaan naar dat boek en het te kopen. Overigens hoeft zo'n connector niet per se meteen te worden opgevolgd. Een kijker kan ook besluiten (enige tijd) na afloop van de televisie-uitzending het boek te bestellen.



Afbeelding 2: Still uit LOST – Sawyer leest het manuscript *Bad Twin*¹¹⁶.

Een mooi voorbeeld is het boek *Bad Twin*¹¹⁷ dat zogenaamd geschreven werd door Gary Troup, één van de passagiers aan boord van Oceanic Vlucht 815. Gary Troup zien we zelf slechts eenmaal in beeld van de tv-serie *LOST*: enkele minuten na het begin van de eerste aflevering

¹¹⁵ Ibidem p: 5.

¹¹⁶ ABC, still uit "Two for the Road" aflevering 20 uit seizoen 2 van *LOST*.

¹¹⁷ Gary Troup *Bad Twin* spookschrijver Laurence Shames (New York: Hyperion, 2006).

wordt hij de nog draaiende motor van het vliegtuig in gezogen, die vervolgens explodeert. Zijn manuscript wordt in het tweede televisieseizoen echter wel gevonden en gelezen door Hurley en Sawyer, twee van de hoofdpersonages van het crossmediale verhaal. Dit manuscript kwam in 2 afleveringen (aflevering 13 en 20, voor het eerst in de Verenigde Staten uitgezonden op 8 februari en 3 mei 2006) aan bod. Het boek *Bad Twin* verscheen op 2 mei 2006 bij Hyperion Books, onderdeel van Disney ABC Television Group. Ook bij dit boek bleek het overigens nog niet zo makkelijk inconsistenties te voorkomen:

"Insiders say writers on "Lost" were asked to provide a list of elements that [ghost writer] Shames could incorporate into the novel. But the author had his own vision and wound up including only a few of the elements. (...) Show staffers also were frustrated that the book referenced copyrighted elements for which the publisher had not sought clearances, saying it would make it difficult to use those elements on-air. But Hyperion told ABC that, like all publishers, it doesn't normally seek clearances on copyrighted items in its novels. The house also said the book's production schedule could have been held up if such clearances were sought."¹¹⁸

Voorgaande toont hoe moeilijk het is gaandeweg de parallelle productie inhoudelijke zaken op elkaar af te stemmen. Het samenspel van productieprocessen, deadlines en rechtenkwesaties hebben in deze situatie een echte goede wisselwerking tussen beide media onmogelijk gemaakt.

Wanneer we de rode stippellijn in Figuur 4 verder volgen zien we dat de persoon in kwestie ergens halverwege het boek 'stopt' met lezen en daarna de tweede televisie-uitzending begint te kijken. Deze kijkt hij echter niet af. Later keert hij terug naar het boek om daar nog een stuk in te lezen, maar ook het boek leest hij niet uit. Als we het gevolgde pad van de persoon volgen zien we dat hij in de stappen 1, 2 en 3 'keurig' de door de makers bedachte route volgt, maar bij zijn vervolg in de stappen 4 en 6 zijn eigen route kiest. Een kritische lezer zal zich nu wellicht afvragen hoe de persoon in M1.2 terecht kan komen als er geen connector is die hem daar gebracht kan hebben. Zowel connector C2 als C4 komt hij in zijn route namelijk niet tegen. Het kan echter zijn dat de persoon tijdens het zappen per ongeluk op M1.2 stuit. Of hij werd op de hoogte gebracht door iemand die de eerste uitzending wel helemaal gezien had, en dus van het bestaan van de tweede uitzending wist.

De crossmediale producer heeft slechts invloed op de eigen keuzes die een persoon maakt in zoverre dat hij door de volgorde van publiceren, de plaatsing van connectoren, en de periodes waarin hij de verschillende media beschikbaar stelt, de gebruiker kan sturen en zijn vrijheid kan beperken. Zo is vanuit M2 niet meer terug te keren naar M1.1. Maar de crossmediale producer kan de vrijheid juist ook vergroten, door bijvoorbeeld alle verhaalonderdelen onbeperkt beschikbaar te maken.

3.3 DRAMATISCHE IRONIE

De combinatie van de eenheid van tijd van de gebruiker en de volgorde en beschikbaarheid van de publicaties van het crossmediale verhaal, hebben mogelijk gevolgen voor de informatie die de gebruiker tot zich krijgt. Deze kan minder of andere informatie krijgen dan iemand die een ander pad door het verhaal volgt. Dit betekent dat de techniek van de dramatische ironie in een

¹¹⁸ Steven Zeitchik "Inside Move: It's a Shames: 'Lost' finds forgotten 'Twin'" op www.variety.com 18 juni 2006, p: <http://www.variety.com/article/VR1117945504?categoryId=14&cs=1>.

crossmediaal verhaal een veel ruimer speelveld krijgt waar de crossmediale producer goed rekening mee dient te houden.

Dramatische ironie is de term voor het fenomeen waarbij je als toeschouwer meer weet dan een personage. Zo zou men in een aflevering van een soapserie bijvoorbeeld hebben kunnen zien dat een man is vreemdgegaan. In een van de daaropvolgende scènes waarin de man zijn echtgenote treft, weet de toeschouwer op dat moment meer dan de echtgenote. Dat zorgt voor een zekere spanning bij de kijker, omdat hij in feite het geheim van de vreemdganger deelt en al dan niet hoopt dat het verraad uitkomt. De werking van de dramatische ironie heeft alles te maken met de volgorde waarin de gebeurtenissen in het verhaal tot de ontvanger komen. Zou de scène waarin de man overspel pleegde pas na de ontdekking door zijn vrouw in een flashback te zien zijn geweest, dan kwam die ontdekking voor de kijker net zo plotseling als voor de vrouw.

Hoe nu het speelveld van de dramatische ironie in een crossmediaal verhaal uitgebreid wordt, zal ik uitleggen aan de hand van de NCRV televisieserie *In Therapie* die in het eerste seizoen direct vanaf het begin een crossmediaal karakter had doordat de personages Facebook- en Twitteraccounts hadden. Het tweede seizoen werd in de zomer van 2011 van 25 juli tot en met 2 september zes weken lang elke werkdag uitgezonden. In de serie zien we elke aflevering een sessie van psychotherapeut Jonathan Franke met een cliënt. Elke cliënt komt op een vaste dag in de week, zodat de kijker de keuze heeft om de serie bijvoorbeeld alleen op de maandagen te volgen. Omdat de focus op televisie vooral op de problemen van de hulpzoekenden ligt en slechts beperkt op het leven van Franke zelf mist de kijker in deze geen cruciale plotinformatie. Het privéleven van Franke is wel onderdeel van het crossmediale verhaal, doordat het ontsloten wordt in de *In Therapie* app die te downloaden is op Windows computers, iOS- en Androidapparaten.



Afbeelding 3: Hoofdmenu *In Therapie* app¹¹⁹

Het feit dat de app ook op de computer te downloaden is, is wellicht enigszins vreemd aangezien de app toegang verschaft tot de smartphone van Franke. De look en feel van de app zijn zodanig

¹¹⁹ NCRV, NPO Innovatie en Elastique *In Therapie* 11 augustus 2011 versie 1.1.

dat het de telefoon van de gebruiker omdraait in de telefoon van Franke. Wanneer men de app opent kan men grasduinen in de details van het liefdesleven van de therapeut, luisteren naar de voicemailberichten van zijn cliënten, ontdekken welke informatie hij na de sessies op het internet opzocht en zijn familiegeheim ontrafelen. Zelfs als men de app even niet open had, was de telefoon van de gebruiker nog steeds óók die van Franke. Wanneer Franke bijvoorbeeld een bericht kreeg, verscheen ook op de telefoon van de gebruiker een push-notificatie dat er een nieuwe sms was ontvangen.



Afbeelding 4: iPhone push notificatie dat Franke een nieuwe sms heeft ontvangen.¹²⁰

Door op de push notificatie te klikken, ging men direct naar de 'telefoon' van Franke en kon men meteen de bewuste sms lezen. Dat deel van het verhaal dat middels de app werd gecommuniceerd, werd live en in real time verteld. Dat betekent dat de app vanaf 18 juli 2011, een week voor de start van het tweede seizoen voor het eerst te downloaden was en meteen al sms-berichten en e-mails toonde die daarvoor verstuurd waren. Gaandeweg de serie, maar ook nog tot enkele weken na de laatste televisie-uitzending kwamen daar steeds op wisselende tijden nieuwe berichten en informatie bij. Overigens werden ook de Facebookprofielen real-time en live bijgewerkt. Dit gebeurde echter niet door degenen die de personages op televisie vertolkten, maar door de zogenaamde 'authorized proxies' die we eerder in hoofdstuk 2 al bij Askwith tegenkwamen. In de preproductie fase van *In Therapie* is er goed nagedacht over de informatie die in de crossmediale extensies blootgelegd zou worden. Esther Wouda, de scripteditor van het televisieprogramma, schreef namelijk ook de verhaallijnen voor de app en de social media profielen. Zodoende kon de internetredactie van de NCRV deze dagelijks aan- en invullen binnen bepaalde strikte kaders.¹²¹ En tevens inspringen op de actualiteit die in de uitzendperiode aan de orde was en enigszins raakvlak met de serie had. Afbeelding 5 op de volgende pagina toont bijvoorbeeld de geschiedenis van Franke's mobiele internetbezoeken. Te zien is dat Franke de

¹²⁰ Ibidem, 13 augustus 2011.

¹²¹ De Stichting SpinAwards "In Therapie" op www.spinawards.nl, p: <http://www.spinawards.nl/inzending/bekijken/979>.

website van de NOS bezocht heeft, waarop een artikel geschreven staat over een omstreden therapeut die op non-actief is gezet. Het artikel "Omstreden therapeut op non-actief"¹²² was geen fictief bericht, maar betrof echt nieuws in de periode waarin de serie werd uitgezonden.



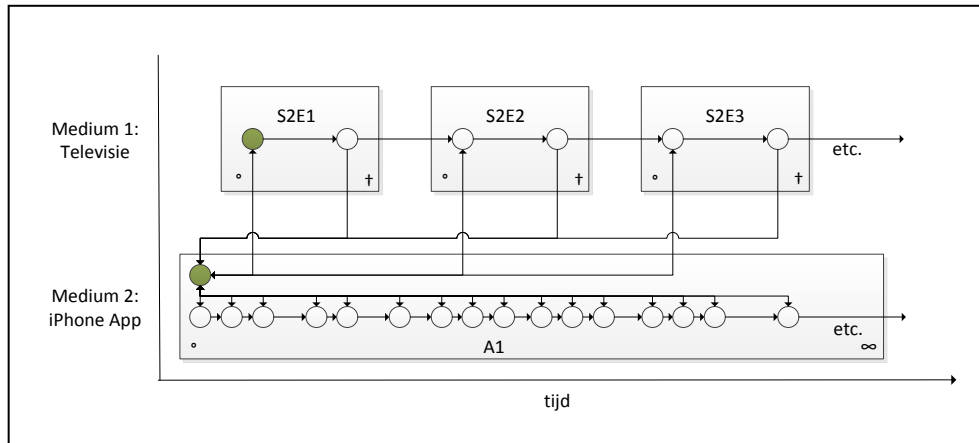
Afbeelding 5: Franke's internetgeschiedenis¹²³

Hoewel het nieuwsbericht uiteraard niet direct over een van de personages ging, was er wel degelijk een link met het verhaal. Ten eerste zal een therapeut geïnteresseerd zijn over nieuws uit zijn vakgebied. Het feit dat Franke de site bezocht heeft, plaatst de app en de rest van het verhaal dus niet alleen in de (toenmalige) actualiteit, maar zorgt ook voor een geloofwaardige basis van het personage. Ten tweede raakt het ook het verhaal van één van de cliënten van Franke, namelijk Paul Westervoort, de psychotherapeut die in het eerste seizoen de hoofdrol had maar nu tijdelijk geschorst is en zelf verplicht therapie bij Franke moet volgen. Met zulke toevalligheden in de context laag van het genetwerkte verhaal kan men van te voren geen rekening houden, maar ze zijn, zo blijkt uit dit voorbeeld, op het moment dat ze zich voordoen soms wel mooi in te passen.

In Figuur 5 op de volgende pagina is de publicatie volgorde van de televisie-uitzendingen en de app ten opzichte van elkaar weergegeven. De app is tot op de dag van vandaag nog steeds te downloaden in de Appstore, maar wordt al een ruim jaar niet meer bijgewerkt. Alle sms'jes, voicemails en e-mails die in het verleden 'ontvangen' zijn, zijn nog wel bereikbaar. De afleveringen zijn echter niet meer op tv of via www.uitzendinggemist.nl terug te kijken. In de app gebeurde er regelmatig iets, ook in het weekend wanneer er geen uitzendingen waren. Soms had een gebeurtenis betrekking op een van de cliënten die ook in de televisieserie aan bod kwamen. In dat geval zou men van een connector naar de televisieserie kunnen spreken. Soms ook ging het over andere cliënten die Franke zag, maar die op televisie geen rol hadden. In dat geval is een gebeurtenis, bijvoorbeeld een mailtje van zo'n personage, geen connector. Ook de contacten van Franke met zijn beste vriend en met de vrouwen met wie hij date, leggen geen link met de

¹²² NOS "Omstreden therapeut op non-actief" op www.nos.nl 17 augustus 2011, p: <http://nos.nl/artikel/264998-omstreden-therapeut-op-nonactief.html>.

¹²³ NCRV, NPO Innovatie en Elastique, 19 augustus 2011.



Figuur 5: Schematische weergave van de publicatie chronologie van de televisie-uitzendingen en de app van *In Therapie*.

televisieserie. Althans niet direct. Want alle informatie uit de app zorgt uiteindelijk voor meer achtergrondkennis bij het publiek, zodat diens ervaring bij het kijken naar de televisieserie verrijkt wordt. De dingen die Franke in dialoog met zijn cliënten zegt, de vragen die hij stelt, de antwoorden die hij geeft, krijgen door het inkijkje in zijn privéleven een andere lading. Voor de mensen die de app volgden werd het personage daardoor gelaagder dan voor diegenen die dat niet deden. In die zin kan de gehele app gezien worden als onderdeel van een dramatische ironie constructie, waarin de kijker niet alleen meer weet van Franke dan zijn cliënten, maar waarin ook de ene toeschouwer meer weet dan de andere die de app niet gedownload heeft. Met betrekking tot de directheid tot het crossmediale verhaal, heeft de ene persoon dus meerdere afstanden tot de verhalenwereld dan de andere. Dit hoeft echter niet per se nadelig te zijn, sterker nog: afhankelijk van het doel kan het juist een voordeel zijn.

De makers van *In Therapie* vonden het klaarblijkelijk belangrijk dat de televisieserie ook te volgen zou zijn voor mensen die niet in het bezit van een smartphone zijn. Dat verklaart waarom de app ook op de computer te downloaden was, hoewel dat eigenlijk onlogisch is voor iets dat een telefoon pretendeert te zijn. Maar ook voor wie de app überhaupt links liet liggen, moest de televisieserie op zichzelf goed te ervaren zijn. Zolang de informatie in de dramatische ironie constructie niet zodanig belangrijk is dat zij cruciaal is om de plot van de televisieserie te volgen, is zij dus een verrijking voor hen die er gebruik van maken, maar kan de 'gewone' kijker ook zonder. Overigens geldt dat niet andersom, zoals blijkt uit recensie nr. 13 van de app in de AppStore: "Wat een super app! Leuk bedacht hoor! Je moet wel de serie volgen, anders snap je er niks van."¹²⁴

Daarnaast zorgt ook de timing van de informatie in de app voor een effect van dramatische ironie. Want hoewel de app en de profielen op de sociale media sites live werden geüpdatet, was dat voor de televisieserie niet het geval. De uitzending op een bepaalde avond betrof wel altijd de gebeurtenissen van die bewuste dag, maar die hadden dan vaak al in de morgen of in de middag van die dag afgespeeld. Dat de televisieserie hierin afwijkt van de social media sites en de app, is niet erg. De consument is heden ten dage meer dan gewend dat men in een verhaal sprongen in de tijd kan maken. Maar zo kan het dus ook gebeuren dat een sms over een per ongeluk verkeerd meegenomen jas al eerder te lezen viel, terwijl pas later op televisie te zien was dat dat gebeurde doordat een cliënt in paniek de sessie verlaat. Overigens is hier eigenlijk sprake van een omgekeerde dramatische ironie, waarin het personage meer weet dan

¹²⁴ Wwendy "Super" App recensie nr. 13 van *In Therapie* in de AppStore van Apple, 10 augustus 2011.

de kijker. Door slechts een gedeelte prijs te geven, wordt de interesse bij de toeschouwer gewekt die graag wil weten hoe de vork precies in de steel zit. Een ideale connector dus.

Belangrijk is te beseffen dat verdeling van informatie over verschillende media, de periode waarin zij beschikbaar zijn, en de volgorde waarin de gebruiker die tot zich kan nemen bepalend zijn voor zijn ervaring van het verhaal.

3.4 THE LONG TALE

Wie een boek ooit gekocht en gelezen heeft, kan dat boek later nog eens opnieuw lezen. In feite is ook dan sprake van een bepaalde vorm van dramatische ironie, omdat men bij het herlezen zich het verhaal (gedeeltelijk) nog weet te herinneren. Ook wanneer men naar de verfilming van dat boek gaat, is sprake van dramatische ironie. De spanning die de persoon ervaart is echter van een andere aard. In het eerste geval zal het vooral voortkomen uit het herontdekken van vergeten delen, de zogenaamde aha-erlebnissen. In het andere geval zit de verrassing meer in die delen die omwille van het medium zijn aangepast ten aanzien van het originele verhaal.

In het geval van *In Therapie* is de app te 'herlezen', met dien verstande dat alle sms'jes, voicemails, e-mails, notities en internet zoekresultaten al meteen beschikbaar zijn. Ook de televisieserie is terug te kijken, zij het alleen via DVD. Maar wie de originele publicatievolgorde opnieuw tot zich wil nemen, zal daarin niet slagen. De wisselwerking tussen de werkdagelijkse televisie-uitzendingen en de op verschillende momenten van de dag verschijnende sms'jes, mailtjes en voicemails in de app is niet meer opnieuw te creëren. De app verstuurd geen push-notificaties meer, omdat hij niet te resetten is naar de beginstand waarna hij opnieuw in dezelfde volgorde en met dezelfde tussenposen de berichten zou ontvangen. De Facebookprofielen bestaan inmiddels niet meer. Alleen de posts zijn nog terug te kijken op een archief website van de NCRV.¹²⁵ En de Twitter-accounts tonen weliswaar alle tweets uit het verleden, maar ook die kunnen niet individueel gereset worden.

Voor degene die de serie ten tijde van de publicatie gevolgd hebben, is het misschien niet zo problematisch dat zij niet de exacte publicatievolgorde kunnen herbelevén, en menigeen die de serie nog wil kijken zal wellicht aan de DVD genoeg plezier beleven. Dat kan omdat de televisieserie ook op zichzelf een sluitend geheel vormt. Wanneer men er echter voor gekozen zou hebben om de informatie zodanig over de media te verdelen, dat het verhaal alleen te volgen en te snappen is als al de verschillende media geconsumeerd worden, dan zou er later niemand meer van de serie kunnen genieten. En dat is een gemiste kans.

Wired hoofdredacteur Chris Anderson schreef in 2006 het boek *The Long Tail*.¹²⁶ Daarin beschrijft hij hoe door de digitalisering de opslag van muziek zo weinig geld en fysieke ruimte kost dat de muziekindustrie zijn aloude focus op de hits kan laten varen: waar in een oude platenzaak de ruimte beperkt is, biedt de verkoper het liefst platen aan die snel en goed verkopen in plaats van albums die slechts één keer in de zoveel tijd over de toonbank gaan. De 80-20 regel is daarbij van toepassing. Die wet stelt dat 20 procent van de titels goed is voor 80 procent van de verkoop, en vice versa. In de huidige tijd van iTunes en soortgelijke digitale catalogi is dat echter niet meer aan de orde. Hoewel er nog steeds hits bestaan, ontstaat er ook een enorme staart van miljoenen nummers die wellicht slechts eens per jaar verkocht worden. En hoewel de hits nog steeds economisch interessant zijn, is de staart dat zeker ook. Want een miljoen nummers die elk een keer per jaar verkopen, leveren wel 1 miljoen verkopen op. En

¹²⁵ NCRV <http://intherapie.ncrv.nl/>.

¹²⁶ Chris Anderson *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More* (New York: Hyperion, 2006).

omdat de digitale opslag en distributie vrijwel niets kosten, zorgt dat voor een flinke winst.¹²⁷ Wat voor de muziek kan, geldt in gedigitaliseerde opslag en verspreiding natuurlijk ook voor boeken, films, televisieseries etc. Een ontwikkeling die is toe te juichen, omdat daarmee een heleboel cultuur en kennis makkelijk toegankelijk wordt voor een groot (toekomstig) publiek. Zo hoeft men voor een boek niet langer te wachten totdat er besloten wordt het te gaan herdrukken, omdat je het meteen on demand digitaal kan downloaden en op een e-reader kan lezen. En voor wie liever van papier leest, kan het boek ook on demand geprint worden.

Voor verhalen die in een enkel medium verteld worden is dit vrij eenvoudig te realiseren, maar uit het voorbeeld van *In Therapie* blijkt dat het voor een crossmediaal verhaal nog niet zo makkelijk is. Makers zouden moeten nadenken over de manier waarop mensen later het crossmediale verhaal opnieuw en volledig tot zich kunnen nemen. Het onbeperkt beschikbaar houden van de verschillende media-uitingen is een eerste stap. Daarnaast moet ook gewaarborgd worden dat de publicatievolgorde en de gecreëerde routes toegankelijk blijven. Een app die pas begint met het versturen van de berichten wanneer je de eerste aflevering op de DVD hebt gekeken, zou daarin een stap vooruit kunnen zijn.

¹²⁷ Ibidem.

HOOFDSTUK 4

DE EENHEID VAN PLAATS

"Plaatsen hebben die merkwaardige eigenschap dat ze een gedrag mogelijk maken dat nergens anders mogelijk is."

Connie Palmen

HOOFDSTUK 4

DE EENHEID VAN PLAATS

De eenheid van plaats betekent voor de mens dat hij zich fysiek slechts op één plek tegelijkertijd kan bevinden. Dat wil niet zeggen dat hij aan een bepaalde plek gebonden is. De mens kan zich bewegen van het ene punt naar het andere, maar dat gebeurt altijd doordat hij zich lichamelijk, al dan niet met behulp van een voertuig, in de ruimte verplaatst. Toch kan de mens dankzij verschillende mediatechnieken zich zichtbaar en hoorbaar maken aan de andere kant van de wereld, en kan hij 'live' meekijken en luisteren naar gebeurtenissen elders. Men zou dit wellicht kunnen begrijpen als een vorm van gelijktijdig op meerdere plaatsen aanwezig zijn. Maar toch is dat feitelijk niet zo. Ten eerste omdat de mens, om met McLuhan te spreken, enkel het bereik van zijn zintuigen en spieren kan vergroten door de techniek die aanwezig is op de fysieke locatie waar hij zich op dat moment bevindt. Ten tweede omdat de representatie van zichzelf, of van datgeen dat tot hem komt, nooit live pur sang is. Zoals de klap van de boer die ver van ons een paal in de grond slaat pas enkele momenten nadat we de hamer op de paal terecht hebben zien komen, hoorbaar is, zo zit er ook vertraging in de gemedieerde communicatie. Hoe minuscuul die vertraging ook is: licht, geluid en elektronen hebben tijd nodig om van de ene locatie naar de andere te geraken. In het voorbeeld van de heide boer zien en horen we iets dat in feite reeds in het verleden gebeurd is. De afstand van enkele honderden meters tussen de boer en onszelf is echter zo klein en de snelheden waarin licht en geluid zich verplaatsen zo groot dat dit verschil zo minimaal is dat wij dat niet als zodanig ervaren. Enkel doordat het geluid trager door de atmosfeer beweegt dan het licht valt het ons op. Niet al het geluid en licht bereikt ons overigens. Als we ver genoeg van de boer zouden staan, horen en zien we de klap niet meer. Ook het beeld en geluid dat we zelf produceren, door bijvoorbeeld het licht dat van ons afketst en het gebruik van onze stembanden, heeft slechts een beperkt bereik. Media vergroten dat bereik, maar zorgen er niet voor dat de mens op meerdere plekken tegelijk is. Ze versterken enkel de bron zodat de mens verder kan reiken in ruimte en tijd. Wie hem hoort of ziet, krijgt in feite een boodschap (of echo) uit het verleden. De bron bevindt zich namelijk in ruimte en tijd inmiddels ergens anders.

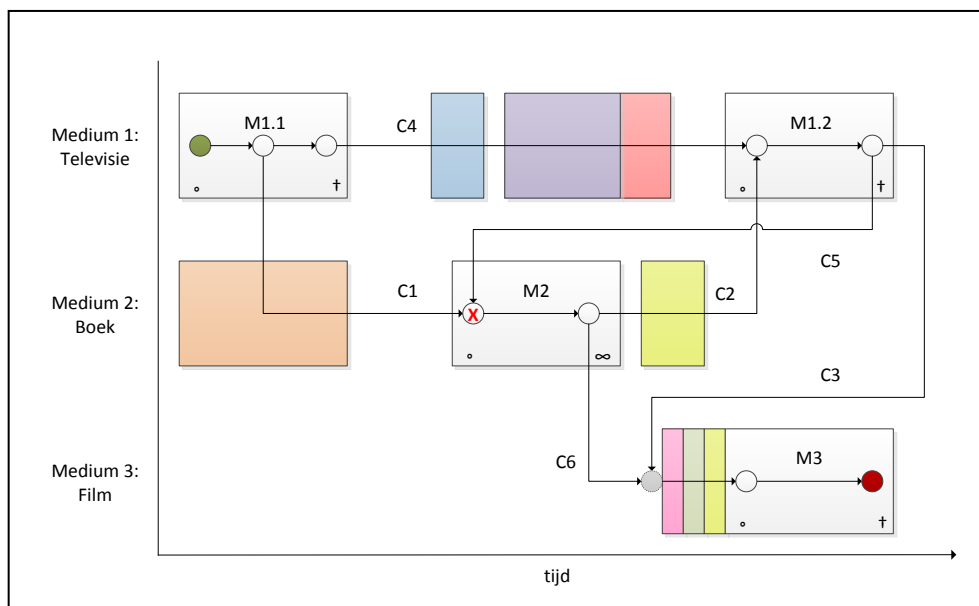
In dit hoofdstuk zou net zoals in het vorige een indeling in vijf categorieën gemaakt kunnen worden: de plaats waar het verhaal zich afspeelt, de plaats waar het verhaal geproduceerd wordt, de plaats waar het verhaal wordt gepubliceerd, de plaats waar het wordt geconsumeerd en de plaats waar het verhaal zich volgens de reconstructie van de gebruiker manifesteert. Deze plaatsen kunnen uiteraard aan elkaar gelijk zijn zoals we dat bij de vijf chronologieën ook zagen, maar dat hoeft niet per se. Omdat een uitweiding over de vijf categorieën van plaatsen grotendeels een herhaling van zetten zou zijn, richt dit hoofdstuk zich meteen op twee problematische aspecten die met het samenspel van (enkele van) deze verschillende plaatsen in een crossmediaal verhaal gepaard gaan.

4.1 PLAATSGEBONDEN CONSEQUENTIES

Elk medium is in meer of mindere mate plaatsgebonden. Een abriposter met de aankondiging van het nieuwe seizoen van *LOST* hangt in principe enkel op vaste punten in de stad. Enkel wanneer de mens in de buurt van zo'n bushokje komt, kan hetgeen dat op de poster staat hem bereiken. Iemand kan natuurlijk met een smartphone een foto van de abriposter maken en deze versturen naar een bevriend persoon, maar ook dan is de ontvanger afhankelijk van de plaats waar hij zich bevindt: heeft hij zijn telefoon bij zich, is er genoeg bereik (3G of Wifi), is er energie (batterij of netspanning) beschikbaar en leent de context zich ervoor om de foto te bekijken? Ook binnen de eenheid van plaats spelen de accessibility values van Dena dus een belangrijke rol:

"a) *Availability* of platforms in a particular context (for example, if the player is on the street). b) *Conditional use*: for instance age, subscription, cost and geographic restrictions. Of the latter, a person may be restricted from accessing certain content on the web due to geo-locks, or from getting to a location that is in another town, state or country."¹²⁸

Figuur 6 toont een hypothetisch crossmediaal verhaal dat uit een viertal media-uitingen bestaat en waarvan de situatie gelijk is aan het voorbeeld in Figuur 5. Met dien verstande dat aanvullend hierop ook een mogelijke context is weergegeven. De gekleurde vlakken representeren hier andere media-uitingen die aan andere (crossmediale) verhalen toebehoren en die de consument al dan niet tot zich neemt. Niet altijd heeft hij echter de keus. M3 wordt namelijk in een bioscoop vertoond en voorafgaand aan de film zijn er eerst nog de 'verplichte' reclames. Vandaar de grijze pre-connector. Om namelijk bij het reward-gedeelte van de CTA's¹²⁹ C6 en C3 te komen, moet men eerst door de plaatsgebonden consequenties heen.



Figuur 6: Plaatsgebonden consequenties bij een crossmediaal verhaal.

¹²⁸ Dena, Ibidem p: 5. (Originele interpunctie)

¹²⁹ Ibidem.

De situatie in Figuur 6 wijkt verder nog meer af van die in Figuur 5 doordat het betreffende boek in dit voorbeeld enkel in de Verenigde Staten verkrijgbaar is. In Nederland zou men het boek natuurlijk ook via bijvoorbeeld *Amazon* kunnen bestellen, maar voor diegene die geen of beperkt Engels kunnen lezen, heeft dat weinig zin. In ons land is het begrip van het Engels internationaal gezien vrij hoog, maar feit blijft dat het niet onze moedertaal is en daardoor lang niet iedereen het goed of voldoende beheerst. Voor menig Nederlander betekent het niet verschijnen van het boek in de eigen taal dan ook dat er een rood kruis door de connector gaat. De aan de productie verbonden plaatsgebonden consequentie, in casu de lokale taal, zorgt ervoor dat het boek voor hem niet beschikbaar is.

Ook het internationaal succesvolle *LOST* dat in vele landen werd uitgezonden, kende voor een groot deel van het publiek plaatsgebonden consequenties. Hoewel verschillende personages niet uit Amerika afkomstig waren, zoals het Zuid Koreaanse echtpaar Jin-Soo en Sun-Hwa Kwon en de Franse Danielle Rousseau, is de voertaal in de televisieserie voornamelijk Engels. Dit is voor een internationaal publiek slechts in zo verre een probleem dat de serie in de lokale taal ondertiteld of nagesynchroniseerd moet worden. Omdat buitenlandse zenders vaak eerst afwachten met het aankopen van een buitenlandse serie tot die zich bewezen heeft, zit er vaak flink wat tijd tussen de uitzending in het thuisland en in het andere land. Zo werd de eerste aflevering van het eerste seizoen in de Verenigde Staten uitgezonden op 22 september 2004. Voor Nederland en België was dat op respectievelijk 4 maart en 19 september 2005.¹³⁰ Voor het vertalen van de serie, wat gewoonlijk even tijd nodig heeft, is deze vertraging natuurlijk gunstig. Overigens is een afwachtende houding van de aankopende zender niet de enige plaatsgebonden factor in de lokale bereikbaarheid van een verhaal(onderdeel). Ook licentiekosten en lokale wetgevingen (bijvoorbeeld minimum leeftijdsgrenzen) spelen een rol.

Door de komst van het internet zijn voor een internationaal fenomeen als *LOST* de verschillen in moment van uitzenden (soms met meer dan een jaar achterstand) niet langer houdbaar. Op talloze fora en andere sites worden meteen na het uitzenden in de Verenigde Staten internationaal de getoonde ontwikkelingen geanalyseerd en wordt er over de verschillende toekomstscenario's gespeculeerd. Dat dit internationaal gebeurt, komt doordat Amerikaanse kijkers de serie opnemen en vervolgens gratis in een BitTorrent op internet aanbieden. Vaak ontbreekt dan nog enige vertaling. Dat hiaat wordt echter al snel opgevuld door enthousiaste vrijwilligers die beide talen (enigszins) beheersen. Voor de fans in het buitenland een uitkomst omdat zij niet meer lang moeten wachten tot ze hun favoriete serie kunnen bekijken. Voor de producent een ongewenste terugval in inkomsten. Vandaar dat de makers van *LOST* het volgende ondernamen:

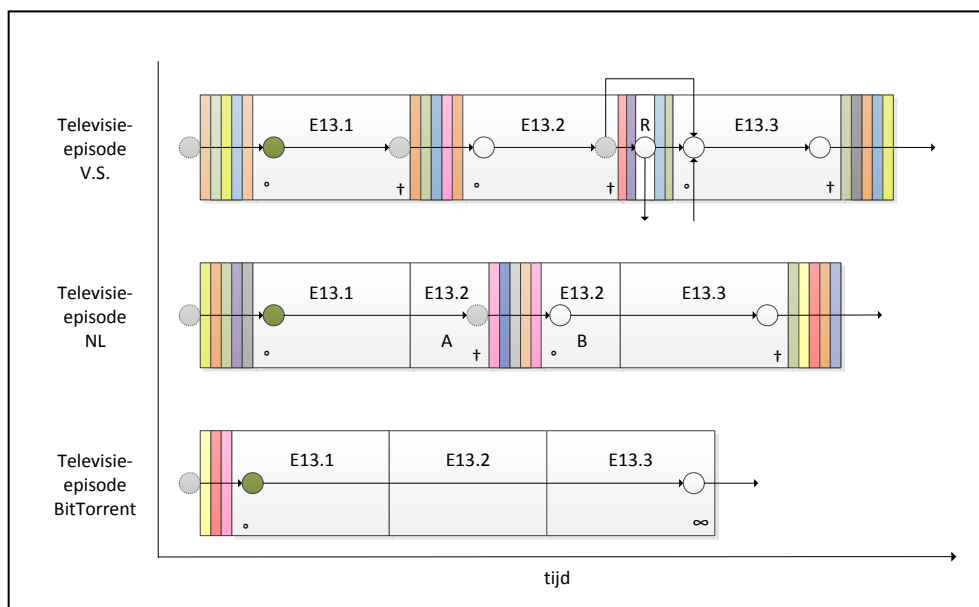
"In een poging om het illegaal downloaden tegen te werken, wordt de laatste aflevering van *LOST* tegelijkertijd uitgezonden in meerdere landen over de hele wereld. Wanneer de serie in de Verenigde Staten wordt uitgezonden, zal het simultaan en zonder ondertiteling te zien zijn in Italië, Spanje, Portugal, Turkije, Israël en Canada. "The End", zoals de laatste aflevering toepasselijk zal heten, wordt bovendien tussen 24 en 48 uur na de uitzending in de Verenigde Staten wereldwijd in 59 landen uitgezonden. Die zullen wél voorzien zijn van ondertitels. (...) Nog nooit is er een aflevering op zo'n schaal simultaan in meerdere landen uitgezonden. De vraag rijst alleen of het een logische beslissing is om de afsluiting op deze manier uit te zenden. De bewuste aflevering wordt in de Verenigde Staten

¹³⁰ Meerdere auteurs "Pilot, Deel 1" op *Lostpedia: The Lost Encyclopedia* laatst geredigeerd op 24 juni 2010
p: http://nl.lostpedia.wikia.com/wiki/Pilot,_Deel_1.

komende zondag om negen uur 's avonds uitgezonden, wat betekent dat het in de andere landen in de vroege uren van de maandagochtend zal zijn. De meeste kijkers liggen waarschijnlijk al in bed.”¹³¹

Ondanks dat men besloot om de laatste aflevering in een aantal landen gelijktijdig uit te zenden, bleven er bepaalde plaatsgebonden consequenties een rol spelen: zoals het ontbreken van ondertiteling en het uitzenden op een onchristelijke tijd door het verschil in tijdzones.

Afhankelijk van waar de kijker zich bevindt, krijgt hij dus op een ander moment de media-uitingen tot zijn beschikking. Hier dient de crossmedia storyteller goed rekening mee te houden. Idealiter brengt hij dan ook in kaart wie van zijn publiek zich waar bevindt en tot welke publicatieplaatsen hij toegang heeft. Figuur 7 illustreert de verschillen die op kunnen treden wanneer de plaats van het publiek varieert.



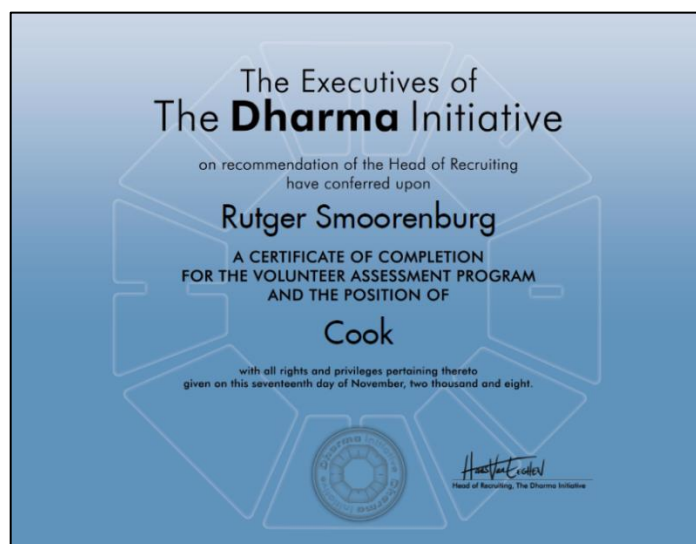
Figuur 7: Een schematische weergave van de aflevering "There's No Place Like Home, Part 2" van LOST zoals die respectievelijk in de Verenigde Staten en in Nederland zijn uitgezonden. De derde variant toont een BitTorrent: een opname van de aflevering uit de VS waar de reclames tussenuit zijn geknipt en die van internet gedownload kan worden.

Bovenstaand schema geeft weer hoe de voorlaatste aflevering 13 van seizoen 4 "There's No Place Like Home, Part 2" in Amerika en in Nederland is uitgezonden. Een belangrijk verschil tussen beide landen is de hoeveelheid reclameonderbrekingen (gekleurde vlakken) die een uitzending telt. Wie ooit een uitzending van *Oprah* op de Nederlandse televisie gezien heeft, weet dat de talkshow host om de paar minuten zei "We'll be right back", waarna je drie van de vier keer direct tweemaal het *Oprah* logo zag en de show weer verder ging. In Amerika werd telkens tussen die twee logo's in reclame uitgezonden, maar voor het Nederlandse publiek dat zoveel onderbrekingen niet gewend is, zou dat onacceptabel zijn. We zien hier dus duidelijk dat de context, de vijfde betekenislaag in het verhaal als genetwerkte constructie, mede bepaald wordt door de plek waar het verhaal geconsumeerd wordt. Want niet alleen de verdeling van de reclameblokken is anders, ook de uitgezonden reclames verschillen van elkaar. Dat is in Figuur 7 weergegeven door het gebruik van andere kleuren.

¹³¹ Auteur onbekend "Finale Lost wereldwijd tegelijk" op www.televizier.nl 22 mei 2010
p: <http://www.televizier.nl/nieuws/tv-nieuws/finale-lost-wereldwijd-tegelijk.372816.lynkx>.

Een serie zoals *LOST* wordt ondanks het internationale bereik vooral geschreven voor de Amerikaanse thuismarkt. De spanningsopbouw is dan ook zo dat een aflevering in drie stukken wordt geknipt, waarbij de spanning telkens vlak voor het einde van een deel toeneemt in de hoop de kijkers gedurende het daaropvolgende reclameblok vast te houden. Omdat in Nederland de tijd tussen de reclameblokken langer is (onder andere dankzij wetgeving), ontkomt de Nederlandse zender er niet aan het middelste deel E13.2 in twee stukken (A en B) te knippen en aan de andere twee delen E13.1 en E13.3 vast te plakken. Dat heeft vervolgens nadelige gevolgen voor de spanningsopbouw en het vermogen om de kijker gedurende de commercials bij zich te houden. Anders is dat bij de BitTorrent waar alle Amerikaanse commercials tussenuit zijn geknipt. Daar wordt de opgebouwde spanning, ook wel de cliffhanger, meteen beloond omdat het verhaal zonder ophoud verdergaat. Overigens is de BitTorrent niet geheel vrij van reclame. Vaak wordt men ook op een Torrentsite waar men de aflevering downloadt met de nodige advertenties bestookt.

In dit specifieke geval trad er nog een ander nadelig effect op. In de commercialblokken tijdens de Amerikaanse uitzending van "There's No Place Like Home, Part 2" op 29 mei 2008 werd ook een reclame uitgezonden voor Octagon Global Recruiting, een wervingskantoor voor vrijwilligers. Deze reclame is in Figuur 7 met een 'R' aangegeven. De Amerikaanse fans snapten al snel dat het bedrijf vrijwilligers wierf voor het DHARMA Initiative, een fictieve onderneming die tussen 1970 en de vroege jaren negentig op het *LOST* eiland actief was. De reclame, gewiekt in de context van de uitzending 'verstopt', bleek dan ook de connector naar de Alternate Reality Game *The Dharma Initiative Recruiting Project* te zijn die tussen het vierde en het vijfde seizoen plaatsvond. In Nederland werd de aflevering niet veel later uitgezonden, namelijk op 15 juni 2008. De commercial kwam echter niet in de reclameblokken voor. Ook degene die de aflevering gedownload hadden kregen de advertentie niet te zien. Daardoor misten zij een connector naar een spel waar zij zich in afwachting van het nieuwe seizoen een zomer lang plezier aan hadden kunnen beleven. Nu is het missen van een dergelijke connector niet per se meteen een ramp. Ondergetekende, woonachtig te Nederland, werd via verschillende websites gewezen op de mogelijkheid zich in te schrijven voor het wervingsprogramma op www.DharmaWantsYou.com en behaalde op 18 november 2008 met gepaste trots het kokscertificaat.



Afbeelding 6: Certificaat van *The Dharma Initiative Recruiting Project*.¹³²

¹³² ABC "Cook Certificate" uitgereikt aan Rutger Smoorenburg op 18 november 2008 na voltooiing van de Alternate Reality Game *The Dharma Initiative Recruiting Project*.

Wie echter in Nederland woonachtig was en niet fanatiek op internet op zoek was naar informatie over *LOST* zou wellicht van het hele spel nooit iets te weten zijn gekomen, of te laat het bestaan ervan hebben ontdekt. Want na 7 oktober 2008 was deelname aan het wervingsprogramma dat bestond uit het wekelijks uitvoeren van opdrachten niet meer mogelijk.

4.2 DE ONTMOETINGSPLAATS

In de vorige paragraaf is gebleken dat het altijd nodig is dat de plaats van de publicatie samenvalt met de plaats van de ontvanger. Alleen dan is het mogelijk om het verhaal over te dragen van de zender naar de ontvanger. Wie het boek niet onder ogen heeft, kan het ook niet lezen. Bijzonder is het wanneer beide plaatsen ook samenvallen met de plaats van het verhaal, de plaats van de productie en de door de gebruiker gereconstrueerde plaats. Kortom een plek waar de ontvanger zich midden in het medium bevindt en waar het verhaal zich fysiek om hem heen ontwikkelt en te ervaren is.

Het Nederlandse themapark De Efteling is al decennialang vermaard om de manier waarop het telkens haar attracties in verhalen weet te omkleden. Zo is het bekende sprookjesbos een daadwerkelijk bos waar de aloude vertellingen naar de 'werkelijkheid' zijn vertaald: men kan Doornroosje eeuwig zien slapen en Repelsteeltje een vrolijk dansje in zijn huisje zien maken. De sprookjes in het sprookjesbos zijn niet bedacht door de Efteling, maar zijn wereldwijd in verschillende talen en versies bekend. Doordat de Efteling de sprookjes allemaal in het zelfde bos bij elkaar heeft gebracht, worden de verhaaltjes echter in elkaars directe context geplaatst. Zo staat het snoepluisje van de heks uit *Hans en Grietje* op steenworp afstand van *De Put van Vrouw Holle*. En hoewel in het park de verschillende sprookjes los van elkaar te bezoeken en ervaren zijn, kan men zich ook voorstellen dat Roodkapje bij de Trollenkoning op de thee komt. Het is precies die kruisbestuiving die als uitgangspunt diende voor de crossmediale uitbreiding van het sprookjesbos. Sinds 2006 brengt Efteling Media namelijk de animatieserie *Sprookjesboom* op de Nederlandse, Belgische en Duitse¹³³ televisie. In korte afleveringen van 5 minuten vertelt een oude eik, de sprookjesboom, hoe de figuren uit verschillende sprookjes met elkaar avonturen in het sprookjesbos beleven. Meestal vormt het oorspronkelijke sprookje van één van de personages het startpunt voor het nieuwe verhaal. Zo mist de reus van Klein Duimpje in aflevering 31 van de eerste serie getiteld "De Laars van de Reus" zijn zevenmijlslaarzen zo erg dat hij de heks van Hans en Grietje vraagt ze voor hem terug te toveren. Die is echter alleen bereid dat voor hem te doen tegen betaling van één goudstuk. Omdat de reus zelf geen goudstuk bezit, besluit hij om er eentje te stelen uit de schatkist die verderop in het bos door de draak bewaakt wordt. Nadat die diefstal mislukt, wordt hij uiteindelijk door de fakir alsnog aan een goudstuk geholpen doordat de reus een wens met diens wonderlampje mag doen. Het knappe aan *Sprookjesboom* is dat het nieuwe avonturen creëert terwijl het trouw blijft aan alle premissen van de betrokken sprookjes. Uiteindelijk wordt de schat van de draak nooit gestolen en blijft de reus altijd zonder laarzen zitten.

De nieuwe verhalen uit *Sprookjesboom* hebben sinds 1 april 2010 ook hun eigen 'plek' in het sprookjesbos gekregen. De oude eik uit de televisieserie is vanaf die dag namelijk ook een bewoner van het bos. De boom met een hoogte en breedte van 9 meter vertelt, met bewegend gezicht, takken en wortels, in willekeurige volgorde de verhalen die ook in de televisieserie aan bod komen. Hier zijn de plek van het verhaal en de plek van de publicatie echter niet aan elkaar

¹³³ In Duitsland heet de serie *Märchenbaum*.

gelijk. Want het is de oude eik die verhaalt over gebeurtenissen elders in het bos. Die plaatsen uit de verhaaltjes zijn echter wel op loopafstand te bereiken.

In *Raveleijn* komen alle vijf categorieën plaatsen wel bij elkaar. Deze attractie werd in 2011 geopend en is een prachtig vormgegeven theater waar een parkshow te zien is. De Efteling ontwierp de attractie en het bijbehorende verhaal in samenwerking met kinderboekenschrijver Paul van Loon en richtte het bovendien vanaf het begin af aan crossmediaal in. Dat wil zeggen dat er naast de parkshow, ook een boek, een twaalfdelige televisieserie en een online spel werden geproduceerd. Het verhaal gaat over het gezin Woudenberg, bestaande uit een vader, een moeder en vijf kinderen, dat naar een oude herberg in het plaatsje Ravenhorst verhuist. In het bos waar de herberg gelegen is, vinden de kinderen een oude overwoekerde stadspoort met daarop de tekst: "Raveleijn, waar raven ruiters zullen zijn." Opgejaagd door een vijftal raven gaan de kinderen uiteindelijk door de poort. Aan de andere kant van die poort blijken ze veranderd te zijn in jongvolwassen ruiters. Hier moet opgemerkt worden dat de leus op de stadspoort klaarblijkelijk niet klopt. De raven die tegelijk met de kinderen door de poort gaan, veranderen namelijk helemaal niet in ruiters, maar in de paarden die door de kinderen bereden worden.¹³⁴ Een foutje dat waarschijnlijk in het productieproces over het hoofd is gezien.

Het begin van het crossmediale verhaal wordt zowel in het boek als in de televisieserie verteld. In beide media ontwikkelt het zich uiteindelijk tot een ware strijd op het centrale plein van het stadje Raveleijn tussen de vijf kinderen en de onderdrukte bewoners aan de ene kant en de gemene Graaf Olaf Grafhart aan de andere kant. De parkshow in de Efteling begint echter op het moment vlak voordat deze eindstrijd losbarst. De vijf plaatsen komen hier samen omdat het niet zomaar een theater betreft, maar het 'daadwerkelijke' stadspan van Raveleijn dat ook in de televisieserie te zien is. Als publiek loop je bij de entree van de attractie door dezelfde stadspoort als uit de serie en betreedt je de plaats waar het verhaal zich afspeelt. Men bevindt zich dus letterlijk midden in het slotdeel van het verhaal dat zich om zich heen voltrekt. Omdat het theater is, valt de plaats van productie samen met de plaats van de publicatie. De fase van preproductie (denk aan repetities, kostuumontwerp etc.) is daarop natuurlijk een uitzondering. Uiteindelijk is het echter zo dat het theater alleen maar bestaat dankzij de fysieke, gelijktijdige aanwezigheid van acteurs en publiek. De eenheid van plaats van het publiek valt dus samen met de andere voorgaande plaatsen. Maar ook de plaats van het verhaal zoals de kijker dat zal reconstrueren zal samenvallen met de andere vier soorten plaatsen, omdat hij zich letterlijk middenin die andere wereld waant; als het ware ooggetuige is van hetgeen er om hem heen gebeurt.

Helaas bevat de attractie in het themapark een hoop inconsistenties met de plaatsen van het verhaal zoals die in de andere media-uitingen in het crossmediale verhaal zich manifesteren. Om te beginnen is de afstand tussen de poort en het stadspan in de televisieserie kilometers groot terwijl die in het park hooguit 100 meter bedraagt. Bovendien bevindt de poort zich niet in het bos, is hij ook niet overwoekerd met planten en veranderen kinderen als ze er doorheen lopen niet in jongvolwassenen. Wellicht komt dat laatste omdat er geen raven tegelijk mee naar binnen vliegen, maar of dat de oorzaak is, is niet met zekerheid vast te stellen. Ten tweede komt de Eftelingbezoeker uiteindelijk op een tribune te zitten waarboven televisieschermen hangen. Naast het feit dat in de tijd en plaats waar Raveleijn zich in het boek en de televisieserie afspeelt geen televisies voorkomen, en daarmee dus de logica van de originele plaats doorbroken wordt, tonen de schermen aan het begin van de parkshow ook kort wat beelden uit de televisieserie, zonder dat die worden ingepast in de diëgetische locatie van de voorstelling. Met andere woorden: door het kijken naar de beelden zijn ineens enkel nog de eenheid van plaats van de toeschouwer en de plaats van de publicatie aan elkaar gelijk. De plaats van het

¹³⁴ Met dank aan Niels van Miltenburg voor deze scherpzinnige observatie.

(gereconstrueerde) verhaal wijkt hier van af omdat de schermen de kinderen tonen voordat zij in de ruiters veranderen. Zij bevinden zich op dat moment dus nog niet in Raveleijn. Dit in tegenstelling tot het publiek dat zich in het centrum van het dorpje bevindt.

Oorspronkelijk sprak Paul van Loon als verteller zelf een introductie in en werd daaropvolgend vier minuten lang een compilatie van de beelden uit de televisieserie getoond.¹³⁵ Dat werd door vele bezoekers echter als te lang ervaren, zo blijkt onder andere uit het citaat van iemand uit het publiek in de registratie van de show die integraal op YouTube werd gezet: "Nou jongens, kom op met die show. Waarom kijken we hiernaar?"¹³⁶. In een latere versie is de introductie door Paul van Loon dan ook vervallen en wordt een beknoptere inleiding aan het publiek gegeven door Halina, de vrouw van Graaf Grafhart die telepathisch tot ons spreekt. Iets wat zij in de serie en het boek ook kan. Overigens is deze voice-over ingesproken door de cabaretière Sarah Kroos en niet door de actrice Miryanna van Reeden die de rol in de televisieserie speelde. En de vertolkster van de gravin in de parkshow is bovendien weer een andere actrice dan de twee eerder genoemde vrouwen. Hoewel de voice-over vrij gemakkelijk door de actrice uit de serie ingesproken had kunnen worden, is het praktisch gezien een stuk moeilijker om dezelfde actrice viermaal daags zeven dagen per week deze rol ook in De Efteling te laten vertolken. Daar is een actrice van het (bekendheids)niveau van Miryanna van Reeden of Sarah Kroos waarschijnlijk te duur voor, het werk niet uitdagend genoeg, en is het moeilijk te combineren met opnames voor ander film- en televisiewerk. Het geheel is, deze inconsistenties buiten beschouwing gelaten, door deze aanpassing wel een stuk logischer geworden, omdat Halina vanaf het stadsplein 'direct' tot ons spreekt. Kortom waar eerst de inleiding afkomstig is van buiten het fysieke stadsplein, is die nu diëgetisch in de locatie ingepast. Terwijl de gravin tot ons spreekt worden ook wat beelden uit de televisieserie getoond ter ondersteuning van haar verhaal. Daarmee is de plaats van het verhaal nog steeds niet helemaal gelijk aan die van het publiek maar lijkt het toch al meer op het bodeverhaal zoals dat in de Griekse tragedie werd toegepast. Dat neemt helaas niet weg dat de logica van de verhaalplaats ook nog steeds geheel doorbroken wordt wanneer net voor aanvang van de show de noodzakelijke mededeling door de luidsprekers schalt:

"Dames en heren, meisjes en jongens, hartelijk welkom in de magische stad Raveleijn, waar raven ruiters zullen zijn. Over enige ogenblikken start onze parkshow die geschikt is voor kinderen vanaf zes jaar. In deze show wordt gewerkt met dieren. We vragen u daarom niet te fotograferen met flits. Op de tribunes eten, is tijdens de show daarom ook niet toegestaan. Het spannende en mysterieuze verhaal van Raveleijn werd geschreven door De Efteling en Paul van Loon. Wij wensen u een prettige voorstelling."¹³⁷

Daarnaast zijn er een aantal plaatsgebonden consequenties die ervoor zorgen dat het verhaal zich anders ontwikkelt dan in het boek en in de televisieserie. Elk van de vijf kinderen heeft zo zijn eigen kracht meegekregen. Het kind met het element water laat in het slotgevecht van de televisieserie direct het water uit haar zwaard spuiten. In het theater kan dat echter niet omdat de actrice dan onopvallend een tank met tientallen liters water bij zich zou moeten dragen. De

¹³⁵ Sannevgalen1980 "Efteling Raveleijn complete show eerste versie (april 2011)" op www.youtube.com 08 april 2011, p: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=0VWQJOI5Dw#!.

¹³⁶ Ibidem, 2min59sec.

¹³⁷ Snuf94 "Raveleijn Show nieuwe versie (25 oktober)" op www.youtube.com 29 oktober 2011, p: <http://www.youtube.com/watch?v=ahzqEbq4IH4&feature=related>, 4min07sec - 4min45sec.

oplossing is dan ook om haar met haar wapen in de dorpspomp te laten steken, die vervolgens het water spuit.



Afbeelding 7: Emma steekt haar waterzwaard in de grond in de tv-serie Raveleijn.¹³⁸



Afbeelding 8: Emma steekt haar waterzwaard in de waterpomp in de parkshow Raveleijn.¹³⁹

Een ander verschil is dat in de televisieserie het vijfkoppige mechanische monster Draconicon uiteindelijk volledig in de ontstane modderpoel wegzakt, terwijl Graaf Olaf Grafhart al die tijd de slechte raadsheer Falco Peregrinus bleek te zijn die zich slechts voordeed als de graaf. Deze ontmaskering vindt in de parkshow in zijn geheel niet plaats. Bovendien: waar de oude raadsheer in de televisieserie in een roofvogel verandert en wegvliegt, daar loopt hij in de voorstelling over een pad dat onder de grond verdwijnt. Dit terwijl de verslagen Draconicon, die in de show wel uit de grond omhoog komt, niet weer terug de grond in zakt.



Afbeelding 9¹⁴⁰ en 10¹⁴¹: In de tv-serie Raveleijn wordt de ontmaskerde raadsheer door het zwaard van Thomas geraakt om meteen daarna te veranderen in een roofvogel die wegvliegt.



Afbeelding 11: In de tv-serie Raveleijn verdwijnt Draconicon in een modderpoel.¹⁴²



Afbeelding 12: In de parkshow blijft de verslagen Draconicon staan terwijl de raadsheer via een ondergrondse tunnel verdwijnt.¹⁴³

¹³⁸ Efteling Media en FourOne Media B.V., still uit "Aflevering 12" uit *De TV Serie Raveleijn*, 9min49.

¹³⁹ De Efteling, *Parkshow Raveleijn*, eigen opname van 28 juni 2012.

¹⁴⁰ Still uit "Aflevering 12" uit *De TV Serie Raveleijn* 11min15.

¹⁴¹ Ibidem, 11min16.

¹⁴² Ibidem, 10min45.

¹⁴³ De Efteling, *Parkshow Raveleijn*, eigen opname van 28 juni 2012.

Voor elk genoemd verschil zijn technische argumenten aan te dragen die verklaren waarom er afgeweken moet worden van de gebeurtenissen zoals die op papier en in televisiebeeld vrijwel grenzeloos weergegeven kunnen worden. Het levert echter wel inconsistenties in het crossmediale verhaal op. In paragraaf 5.3 zal hier verder op worden ingegaan.

HOOFDSTUK 5

DE EENHEID VAN HANDELING

*"Kunst is geen papje, geen snoepje waarvoor je alleen je bek hoeft open te doen.
Het is vooral een kwestie van aandacht en geconcentreerde energie."*

Hugo Claus

HOOFDSTUK 5

DE EENHEID VAN HANDELING

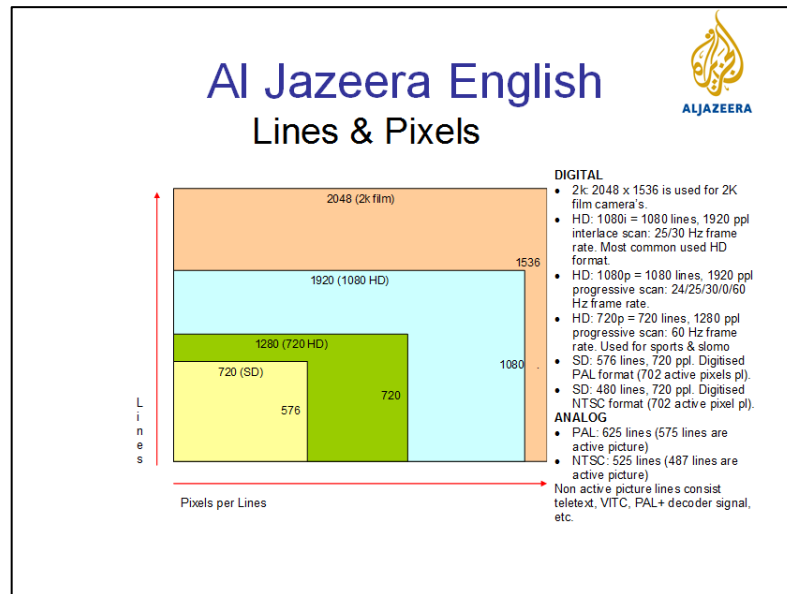
Tijd en plaats zijn bepalend voor de handelingen die een mens kan verrichten, in zoverre dat die context de keuze uit het aantal handelingen beperkt. Men is in staat om tijdens een begrafenisdienst luidkeels het lied *Lang zal hij leven* te zingen, maar of dat erg op prijs gesteld wordt, is zeer de vraag. Mocht men echter besluiten zoiets toch te ondernemen dan behoort dat ontegenzeggelijk tot de eenheid van handeling van die persoon. Want anders dan bij Aristoteles die stelt dat de plot enkel betrekking moet hebben op dat deel van de gebeurtenissen en handelingen die tot een logische volgende handeling leiden, bevat de eenheid van handeling van de mens alles wat hij doet en meemaakt. Elke ervaring brengt hij nl. in min of meerdere mate in verband met elkaar op basis van een cognitief proces waarin hij zijn geleerde lessen, wereldbeeld en ideeën over zaken in die wereld telkens toetst en zo nodig aanpast. Het is belangrijk voor de crossmedia storyteller om te beseffen dat zijn publiek een dergelijke eenheid van handeling kent die gestuurd wordt door het moment en de locatie waarin het zich bevindt en waarbinnen het zelf keuzes maakt of tot bepaalde keuzes verleid kan worden. Het is ondoenlijk om elk type handeling die een persoon uit kan voeren binnen dit hoofdstuk te bespreken, laat staan dat in kaart te brengen voor elk afzonderlijk individu uit een doelgroep. Het is zinvoller ons te richten op die handelingen die nodig zijn om een bepaald type medium te gebruiken, om te schakelen tussen verschillende media-uitingen, om het verhaal dat verteld wordt te reconstrueren en om daar wellicht zelf wat aan toe te voegen. Of iemand staat te strijken tijdens het kijken naar tv is voor de crossmedia producent namelijk nauwelijks te sturen.

5.1 MEDIAGEBRUIK

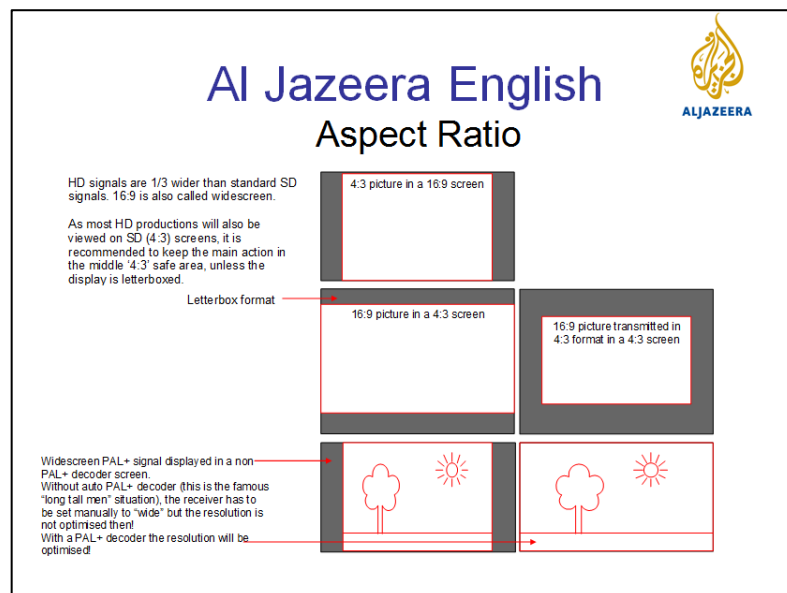
In de presentaties die op het internet te vinden zijn over het onderwerp crossmedia wordt meestal een opsomming van allerlei typen media gegeven. Zelden zijn die lijstjes volledig of gelijk aan elkaar. Op het eerste gezicht lijkt het maken van een volledige lijst misschien niet zo moeilijk, maar wie bijvoorbeeld Facebook noemt, moet dan ook Hyves, Twitter, LinkedIn, MySpace, Google Plus en ontelbare andere vormen van social media noemen. En noem je als je MP3 opneemt in het rijtje dan ook MPEG-1, MPEG-2, MPEG-3 en MPEG-4? Zo'n lijst wordt dus al snel erg groot en vraagt om een overzicht door middel van categorisering. Maar ook dat is niet zo makkelijk, omdat bijvoorbeeld een CD zowel muziek als Word-bestanden kan bevatten. Ook Askwith erkent dit probleem: "While *Desperate Housewives* is clearly a television program, it is less clear whether it becomes something different when viewed on computer, a mobile phone or an iP[a]d."¹⁴⁴ Gesteld dat de vier voorbeelden van Askwith inderdaad als verschillende media beschouwd kunnen worden, dan kan men vervolgens ook de vraag stellen of elk merk en type televisietoestel als een ander medium begrepen dient te worden. Daartussen bestaat namelijk veel variatie in schermgrootte, resolutie, lichtintensiteit en kleurvermogen. Op al die schermen

¹⁴⁴ Askwith, p: 15.

precies hetzelfde afbeelden is dus onmogelijk. Sterker, het is zelfs een grote uitdaging om er zoveel mogelijk overeenkomst tussen te laten bestaan. Afbeeldingen 7 en 8 tonen twee slides uit de presentatie “.View of Point Different A: The English Channel of Al Jazeera” van Arthur van de Ven die hij hield op 24 november 2007 tijdens de Crossmedia Storytelling Conferentie van de Hogeschool Mechelen.



Afbeelding 13: Verschillende beeldformaten¹⁴⁵



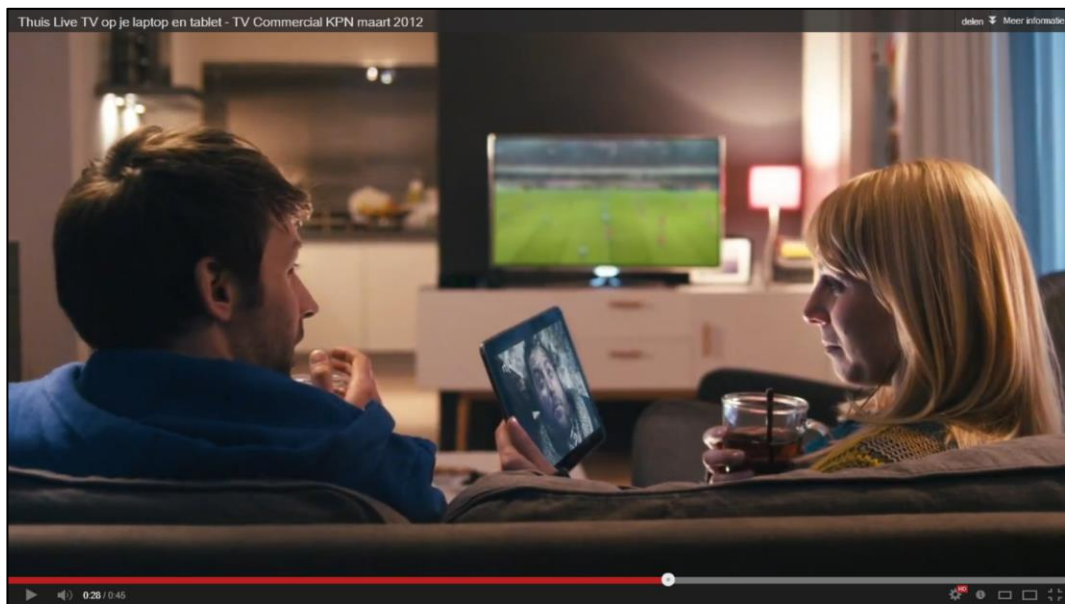
Afbeelding 14: Gebieden in het frame waar de cameraman de actie moet positioneren om het op elk type scherm in beeld te hebben.¹⁴⁶

¹⁴⁵ Arthur van de Ven “.View of Point Different A: The English Channel of Al Jazeera” presentatie gehouden tijdens *Crossmedia Storytelling: International Media Conference on Cross-Medial Future Mechelen* (Mechelen: Katholieke Hogeschool Mechelen, 23 en 24 november 2007) p: 31.

¹⁴⁶ Ibidem, p: 32.

Op de slides is te zien hoe de toentertijd net nieuw opgerichte Engelstalige zender van Al Jazeera rekening probeert te houden met de wereldwijd verschillende beeldstandaarden. Omdat de nieuwe zender alles in HD opneemt, geeft het de filmers onder andere het volgende advies: "As most HD productions will also be viewed on SD (4:3) screens, it is recommended to keep the main action in the middle '4:3' safe area, unless the display is letterboxed."¹⁴⁷

Op die manier categoriseren leidt dus niet tot een kleinere overzichtelijkere lijst. Het antwoord ligt wellicht bij Jenkins die de geschiedkundige Lisa Gitelman citeert die een model voorstelt met "two levels: on the first, a medium is a technology that enables communication; on the second, a medium is a set of associated "protocols" or social and cultural practices that have grown around that technology."¹⁴⁸ Het laatste level is bruikbaar om media te categoriseren in het kader van de gebruiker omdat het de achterliggende technologie buiten beschouwing laat. Welke technologie er achter schuilgaat, is voor hem niet van belang. Askwith kan zich daarin goed vinden: "television no longer refers exclusively to a single technological medium."¹⁴⁹ Toch is een indeling op basis van het bovenstaande in het kader van de eenheid van handeling niet zonder problemen. Want zijn de sociale en culturele protocollen rondom het medium televisie wel zo duidelijk te onderscheiden van die van een ander medium? Bovendien zijn dergelijke protocollen constant aan verandering onderhevig. Zo bewijst de reclame *Thuis Live TV op je laptop en tablet* van KPN uit maart 2012.¹⁵⁰



Afbeelding 15: Still uit de KPN reclame "Thuis Live TV op je laptop en tablet" waarin nieuwe sociale en culturele protocollen rondom het medium televisie zichtbaar worden.¹⁵¹

Deze commercial wil duidelijk propageren dat de sociale context van het 'televisie' kijken niet hoeft te veranderen door de komst van nieuwe technologieën. Sterker nog, het stelt die technieken juist voor als een verbetering met behoud van de sociale context. Want hoewel de nieuwe (mobiele) technologie het mogelijk maakt om allebei naar iets anders te kijken (hij naar

¹⁴⁷ Ibidem.

¹⁴⁸ Jenkins, pp: 13-14.

¹⁴⁹ Askwith, p: 16.

¹⁵⁰ KPN "Thuis Live TV op je laptop en tablet" op www.youtube.com 27 februari 2012

p: <http://www.youtube.com/watch?v=hBiLRlIpBfg>.

¹⁵¹ KPN, 0min28sec.

een voetbalwedstrijd op tv, zij naar een film op een tablet), zitten ze wel net zoals voorheen samen 'gezellig' op de bank met een kopje thee.

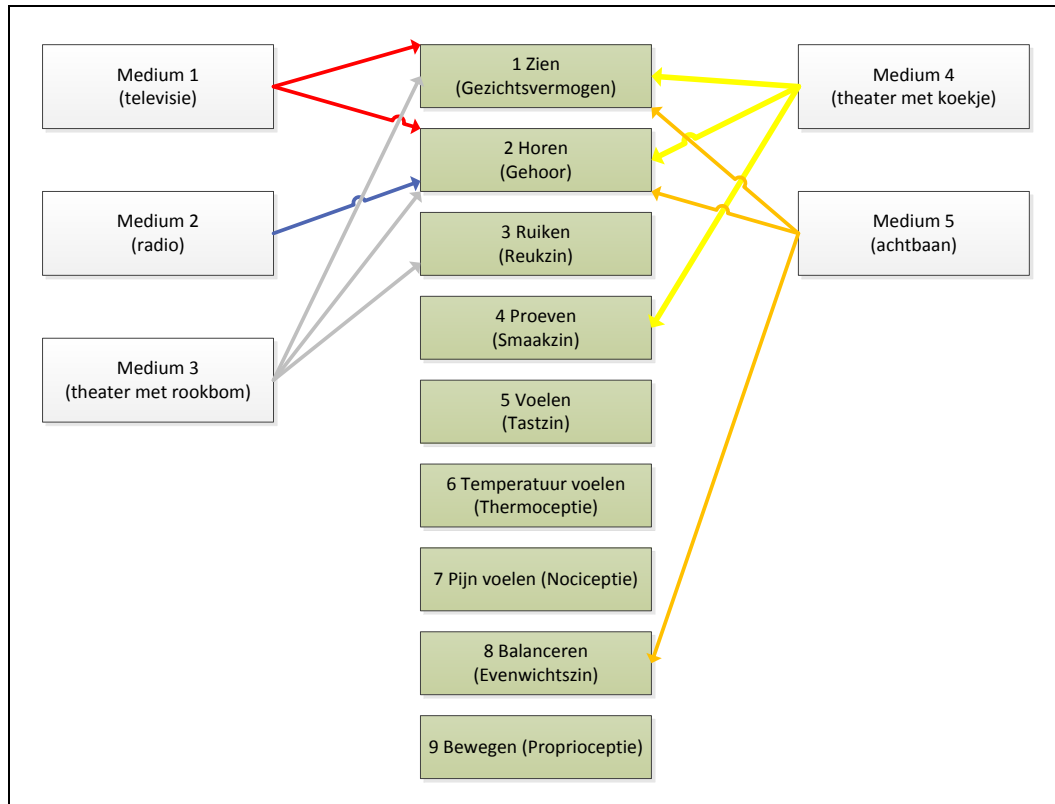
Toch veranderen de sociale en culturele protocollen wel degelijk rondom het televisiekijken. Want van samen kijken is alleen nog sprake in die zin dat men tegelijkertijd audiovisuele prikkels consumeert. Beide kijken echter niet meer naar dezelfde content. Wat ooit zo typerend was voor het medium televisie, een hele straat die in dezelfde huiskamer bij die ene schaarse televisie bijeenzat om naar dezelfde televisie-uitzending te kijken, daarvan is klaarblijkelijk niets meer over. Want samen kijken is tegenwoordig zelfs op het niveau van het gezin niet meer aan de orde. Zij houdt niet van voetbal. Hij vindt de wedstrijd belangrijker dan een tranentrekkende film (in een ander shot in de commercial huilt de vrouw zichtbaar bij een emotionele scène). Dus kijkt men allebei naar iets van hun eigen gading. Men zou kunnen stellen dat dit typerend is voor een steeds individualistischer wordende maatschappij. KPN schetst in deze commercial echter een beeld waarin juist sprake is van een oplossing voor het 'probleem' van het oude televisiekijken: voorheen had een van de twee moeten inbinden. Het was kiezen tussen óf de voetbalwedstrijd, óf de film. Dat hoeft nu echter niet meer, omdat beiden volledig zelf kunnen kiezen wat ze wanneer en waar kijken.

Toch is er geen sprake van een gelijkwaardige situatie. Want waar de man vanaf de bank naar het grote scherm mag kijken en het geluid van de televisie de huiskamer vult, moet de vrouw zelf de tablet vasthouden en luisteren met een koptelefoon. En er zijn meer verschillen. Want hoewel samen kijken naar een tablet niet onmogelijk is, is samen kijken naar de televisie toch een stuk gemakkelijker. Zeker in deze situatie, omdat een tweede koptelefoon niet op een tablet is in te pluggen. Ook de bediening van de apparaten is anders. De televisie wordt met de afstandsbediening gecontroleerd, terwijl de tablet een touch interface heeft. Maar moeten we dan spreken over enerzijds televisiekijken en anderzijds tabletkijken? Sociale en culturele protocollen lijken in deze context dus eveneens geen goed kader voor categorisering te geven, omdat er in die gebruiken deels overlapping is, maar deels ook niet.

Wat een film in de bioscoop, of een serie op televisie of een YouTube filmpje op een tablet met elkaar gemeen hebben, zijn de zintuigen die ze bij de ontvanger aanroepen: de ogen en de oren. Een indeling naar (combinaties) van zintuigen lijkt in het kader van de eenheid van handeling van het publiek dus zinvol. Want om informatie tot zich te nemen heeft de mens een aantal zintuigen tot zijn beschikking: het gezichtsvermogen (zien), het gehoor (horen), de reukzin (ruiken), de smaakzin (proeven), en de somatische zintuigen tastzin (voelen), thermoceptie (warmte/kou voelen) en nociceptie (pijn voelen). Daarnaast bestaan er ook nog de zintuigen evenwichtszin (evenwicht) en proprioceptie (bewegingen, lichaamsbewustzijn). Waar zien en horen duidelijk met media in verband te brengen zijn, lijken de andere zintuigen in eerste instantie niet veel met media van doen te hebben. Toch zijn ze wel degelijk als zodanig in te zetten: zo experimenteerde de Zwitser Hans Laube in 1950 bijvoorbeeld met het toevoegen van geuren aan de film. Hij ontwikkelde een geurorgel voor de bioscoop, genaamd de Smell-o-Vision, waarvoor hij ook de film *Smell of Mystery* maakte.¹⁵² Dat deze film niet echt door het publiek gewaardeerd werd, neemt niet weg dat geur wel degelijk als communicatiemiddel gebruikt kan worden. En ook met smaak valt te communiceren. Ik kan mij nog een voorstelling van cabaretgroep NUHR herinneren waarbij de cabaretiers bij binnenkomst in de zaal aan het hele publiek koekjes stonden uit te delen, om daar dan later in de voorstelling op een geestige wijze aan te refereren. In de Pandadroom in De Efteling voel je op een gegeven moment de wind in je gezicht waaien en het water op je hoofd spetteren. En ook de temperatuur van een plek,

¹⁵² Quest "Zou er ooit een geurtelevisie kunnen bestaan?" op www.quest.nl 15 augustus 2012
p: <http://www.quest.nl/vraag-en-antwoord/zou-er-ooit-een-geurtelevisie-kunnen-bestaan>.

bijvoorbeeld een koude loods waar een locatietheatervoorstelling wordt gespeeld, kan bijdragen aan de sfeer die de maker wil communiceren. Achtbanen, maar ook bijvoorbeeld spooktochten waar je zelf door middel van beweging door een verhaalwereld begeeft, communiceren via evenwichtszin en proprioceptie. Het enige zintuig dat waarschijnlijk niet zo snel ingezet zal worden in media-uitingen is die van de nociceptie, hoewel het geven en krijgen van (lichte) pijnprikkels niet geheel ondenkbaar is, bijvoorbeeld in het geval van een paintballspel of re-enactments zoals de slag bij Waterloo waarbij een veldslag wordt nagespeeld.



Figuur 8: Media kunnen verschillende zintuigen (tegelijk) prikkelen.

Overigens moeten de zintuigen bij het publiek natuurlijk wel beschikbaar zijn. Het maken van een hoorspel voor een doelgroep van doven en slechthorenden lijkt bij voorbaat al een kansloze onderneming. Kortom, de gebruiker van een medium moet beschikken over hetgeen Christy Dena een van haar accessibility values noemt: "Skills/knowledge: the knowledge and skills needed to enter and use a platform."¹⁵³ Deze accessibility value behelst meer dan alleen het ontvangen van zintuiglijke prikkels omdat men tevens de kennis en kunde moet hebben om die prikkels cognitief te verwerken.

Om te beginnen dient er meestal, zo niet altijd, een vorm van filtering plaats te vinden. De man in de reclame van KPN zal de vrouw die naast hem zit, wellicht zachtjes horen huilen bij die emotionele scène in de film die zij op haar tablet kijkt. Het huilen van de vrouw hoort duidelijk niet bij de voetbalwedstrijd waar hij naar zit te kijken. Ook is zijn gezichtsveld niet beperkt tot het televisiescherm, maar ziet hij tevens het televisiemeubel, de lamp, de gordijnen, de keuken etc. In beide gevallen moet hij die overige zaken uitfilteren. Om de focus op het televisiescherm te houden, zou de man bijvoorbeeld gebruik kunnen maken van de Philips Ambilight technologie waarbij de muur achter het televisietoestel belicht wordt in dezelfde kleuren als die op het tv-

¹⁵³ Dena "Patterns in Cross-Media Interaction Design: It's much more than a URL...", p: 5.

scherm te zien zijn. Daardoor vervaagt de grens tussen het televisiebeeld en de wereld daar buiten en is het makkelijker zich te concentreren op de gebeurtenissen op het scherm. De vrouw maakt gebruik van een effectiever filter: een koptelefoon. Hierdoor hoort ze wel het geluid van de film, maar sluit ze zich tegelijkertijd af voor de televisie en ander omgevingsgeluid.

Maar hoe goed filters ook zijn, volledige aandacht zal er nooit helemaal zijn. Zo worden in de commercial van KPN beide personen bijvoorbeeld 'gestoord' in hun mediagebruik door het zetten, aanreiken, aannemen en drinken van een kopje thee. Askwith schrijft daarover:

"while the notion of "multitasking" is a relatively recent one, the truth is that television has never required – or guaranteed – a viewer's complete attention. Writing on television's various "modes of reception" in 1987, John Fiske suggested that, in order to be popular as a medium, "television must be capable of being watched with different modes of attention. Viewers may watch television as a primary activity when they are "glued to the screen", they may ... reluctantly give it second place in their attention while they do something else; or they may have it on as background while they read the paper, converse, or do homework."¹⁵⁴ (...) [A] viewer's attention will often be divided not only between multiple tasks such as cooking and cleaning, but between multiple media sources, such as newspapers, websites, and online conversations."¹⁵⁵

Hoewel Askwith en Fiske zich enkel uiten over het medium televisie kan zonder meer gesteld worden dat dit idee van multitasking en de verdeling van aandacht over meerdere taken en media natuurlijk op alle mediavormen van toepassing is.

Hoe het filteren precies in zijn werk gaat beschrijft William E. Glassman in zijn boek *Stromingen in de psychologie* waarin hij het basismodel van het geheugen beschrijft, een model dat door een groot aantal onderzoekers is ontwikkeld en daardoor breed gedragen is:¹⁵⁶

"De gegevens die we verzamelen komen binnen via onze zintuigen en onderzoek heeft aangetoond dat er voor iedere zintuigmodaliteit een afzonderlijke vorm van zintuiglijk geheugen bestaat. Deze vorm van onthouden is echter zeer vluchtig en dient voornamelijk als een soort buffer tussen de zintuigen en ons echte geheugen. (...) Aangezien we onophoudelijk met zintuiglijke stimuli worden bestookt, moeten we die elementen selecteren die voor ons van belang zijn. Onze aandacht (een waarnemingsproces) bepaalt deze selectie. Onze aandacht beperkt ons bewustzijn tot een klein gedeelte van de omgeving zoals die zich van moment tot moment voordoet. Omdat het zintuiglijk geheugen functioneert in een fase die aan het filteren van gegevens door middel van onze aandacht voorafgaat, gaat het om nog niet opgemerkte gegevens. De aandacht kan verlegd worden, als bewuste keuze, of omdat een opvallende stimulus dit afdwingt (een harde knal als je zit te studeren)."¹⁵⁷

Het verleggen van die aandacht kan volgens dit model ook plaatsvinden binnen dezelfde zintuigmodaliteit. Wanneer je bijvoorbeeld met iemand in gesprek bent tijdens een drukke

¹⁵⁴ John Fiske, p: 73.

¹⁵⁵ Askwith, p: 41.

¹⁵⁶ William E. Glassman *Stromingen in de psychologie* Nederlandse bewerking door Hans Geluk. (Baarn: HBuitgevers, 2004) p: 95.

¹⁵⁷ Ibidem.

bijeenkomst, kun je zonder je hoofd te bewegen je aandacht verschuiven naar het gesprek dat direct achter je plaatsvindt. Kortom, met onze aandacht filteren we uit alle stimuli die binnenkomen een set gegevens die voor ons geheugen beschikbaar komt. Dat geheugen bestaat uit twee fases: het kortetermijngeheugen (KTG) en het langetermijngeheugen (LTG).¹⁵⁸ Voor een uitgebreide toelichting op de werking en verschillen van beide fases verwijs ik graag naar het werk van William E. Glassman.¹⁵⁹ Wat hier belangrijk is om te weten, is dat er volgens de Canadese psycholoog Endel Tulving:

“drie afzonderlijke vormen van LTG bestaan: het procedurele, het semantische en het episodische geheugen. Het procedurele geheugen bevat informatie over de wijze waarop iets gedaan moet worden, zoals pianospelen of een kip braden. Het semantische geheugen bevat algemene kennis van de wereld, zoals de hoofdstad van Japan en de smelttemperatuur van ijs. Het episodische geheugen bevat persoonlijke ervaringen, georganiseerd naar waar en wanneer gebeurtenissen plaatsvonden, bijvoorbeeld wat er op je laatste verjaardag gebeurde. Tulving is van mening dat de drie systemen onafhankelijk functioneren, en deze zienswijze wordt ondersteund door onderzoek naar specifieke vormen van hersenbeschadiging.”¹⁶⁰

In Tulvings benadering van het LTG is duidelijk plaats voor de protocollen en de sociale en culturele gebruiken die volgens Gitelman bij de omgang van technieken horen. De kennis en kunde met betrekking tot de omgang met bepaalde mediatechnieken (zoals het hanteren van de televisieafstandsbediening) worden opgeslagen in het procedurele geheugen van het LTG. Terwijl de meer sociale en culturele aspecten rondom mediagebruik veel meer in het episodische gedeelte van het LTG terecht komen. Ook het game framework van Fine dat eerder in hoofdstuk 2 besproken is en door mij als begrip is uitgebreid naar het medium framework wordt in het procedurele en episodische geheugen bewaard, omdat het de conventies van de media behelst die men gaandeweg leert door persoonlijke ervaringen met die media.

Daarnaast past de active audience benadering van Fiske ook sluitend op dit model van Tulving. Wat Fiske bedoelt met deze active audience benadering parafraseert Askwith als volgt:

“While television audiences might be incapable of altering or influencing the content of a television program, the practice of television viewing requires at least two significant forms of audience participation. In particular, Fiske suggests that audiences are required to take an active role both as (1) individual viewers, reading and interpreting television texts to “construct meanings,” rather than simply receiving a single predefined meaning, and (2) social viewers, discussing television texts with friends and colleagues to find shared meanings and cultural significance.”¹⁶¹

Ten eerste moet hier opnieuw gesteld worden dat Askwith en Fiske hier spreken over het medium televisie, maar de constructie van betekenis door een publiek vindt in welk medium dan ook op eenzelfde manier plaats. Het geven van betekenis gebeurt namelijk altijd middels de vijf

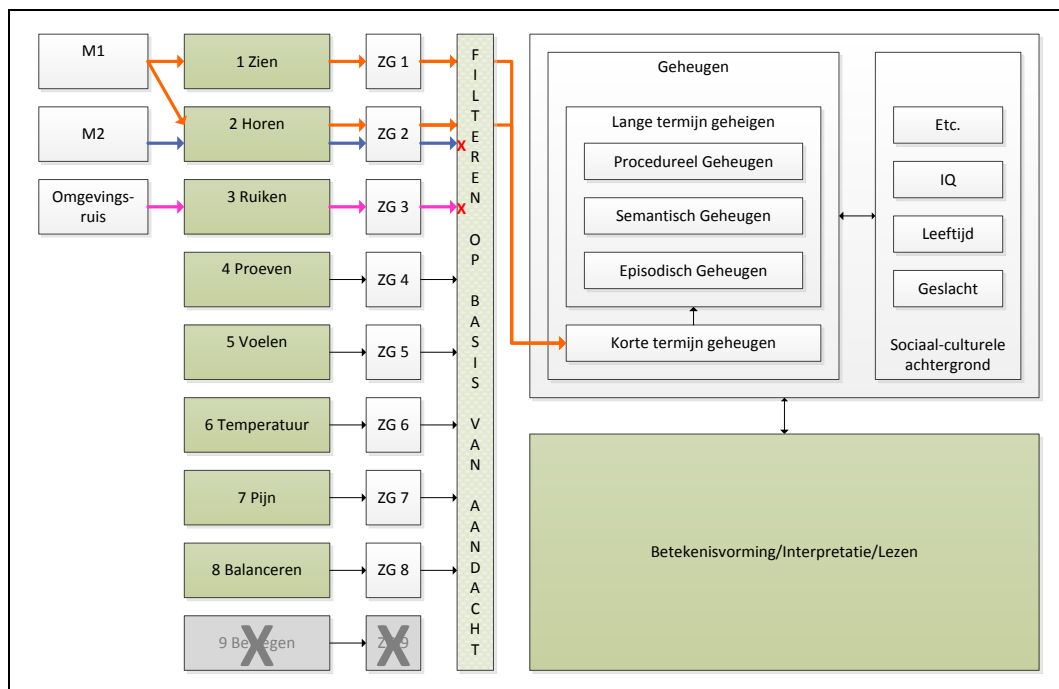
¹⁵⁸ Ibidem, pp: 95-96.

¹⁵⁹ William E. Glassman “Hoofdstuk 3 De cognitieve benadering” in *Stromingen in de psychologie* Nederlandse bewerking door Hans Geluk (Baarn: HBuitgevers, 2004) pp: 85-145.

¹⁶⁰ Ibidem, p: 98.

¹⁶¹ Askwith, p: 41. Askwith parafraseert hier Fiske, p: 79.

betekenislagen van het (crossmediale) verhaal: de verbinding, de contactvorm, de perceptie, de directheid en de context. Ten tweede wordt met betrekking tot de vorming van betekenis bij de active audience met name gedoeld op de derde laag: die van de perceptie. Zoals reeds behandeld in hoofdstuk 2 wordt de interpretatie van informatie bepaald door de positie van een persoon in diens sociale netwerk en is diens gevolg het resultaat van zijn sociaal culturele achtergrond: de combinatie van geslacht, leeftijd, intelligentie etc. Uiteraard is er sprake van een wisselwerking tussen de sociaal culturele achtergrond en hetgeen is opgeslagen in het geheugen van de persoon. Want het is onze identiteit in relatie tot die van anderen die bepaalt wat we meemaken en hoe we dat vervolgens interpreteren, terwijl tegelijkertijd dat wat in ons geheugen ligt opgeslagen, bepalend is voor hoe wij onze eigen identiteit definiëren en eventueel wensen aan te passen.



Figuur 9: Het filteren van zintuiglijke prikkels uit de zintuiglijke geheugens en het interpreteren van die gefilterde stimuli met behulp van het geheugen en de sociaal culturele achtergrond.

De belangrijkste activiteit in het gebruik van media is het lezen van de zintuiglijke informatie die na filtering beschikbaar komt voor ons geheugen. De term 'lezen' moet hier begrepen worden als het beheersen van een taal: het begrijpen en interpreteren van de elementen waaruit die taal bestaat en hoe die gerangschikt zijn. Die taal kan bijvoorbeeld het Nederlands zijn, maar ook een reeks beelden (beeldtaal) of geuren die geassocieerd worden met bepaalde ruimtes, voorwerpen of levende wezens. Gesteld kan worden dat elke zintuiglijke prikkel geïnterpreteerd kan worden, al dan niet in combinatie met andere zintuiglijke prikkels, op basis van de talen die men gedurende het leven heeft geleerd en die zijn opgeslagen in diens geheugen.

In Figuur 9 op de vorige pagina wordt het voorgaande schematisch weergegeven. Helemaal links staan de media-uitingen en andere bronnen die onze zintuigen prikkelen. Elk zintuig beschikt over een eigen Zintuiglijk Geheugen (ZG) waar al deze prikkels kort bewaard worden. Uit al deze afzonderlijke ZG's worden door middel van het verleggen van de aandacht verschillende stimuli gefilterd, die daarmee beschikbaar komen via het KTG aan het LTG. Met betrekking tot dit filteren zijn nog een tweetal opmerkingen te maken. Ten eerste kan het zo zijn

dat een persoon niet beschikt over een bepaald zintuig. In Figuur 9 is dat de proprioceptie. Deze persoon is bijvoorbeeld verlamd waardoor hij geen enkel spiergevoel meer heeft. In het schema is dat aangegeven met een grijs kruis door het negende zintuig en het bijbehorende ZG. Ten tweede wordt in het figuur met een rood kruis aangegeven dat een bepaalde prikkel wordt uitgefilterd. Dat kan gelden voor het gehele ZG, zoals in Figuur 9 het geval is bij het derde zintuig. Of het kan betrekking hebben op stimuli binnen dezelfde zintuigmodaliteit, zoals de audioprikkels van M2 genegeerd worden, terwijl die van M1 wel doorkomen. Het filteren van zintuiglijke prikkels is een continu proces. Na het filteren komt de informatie beschikbaar voor interpretatie door middel van de kennis en kunde die in het LTG liggen opgeslagen en die het resultaat zijn van de wisselwerking tussen dat LTG en de sociaal culturele achtergrond van de persoon.

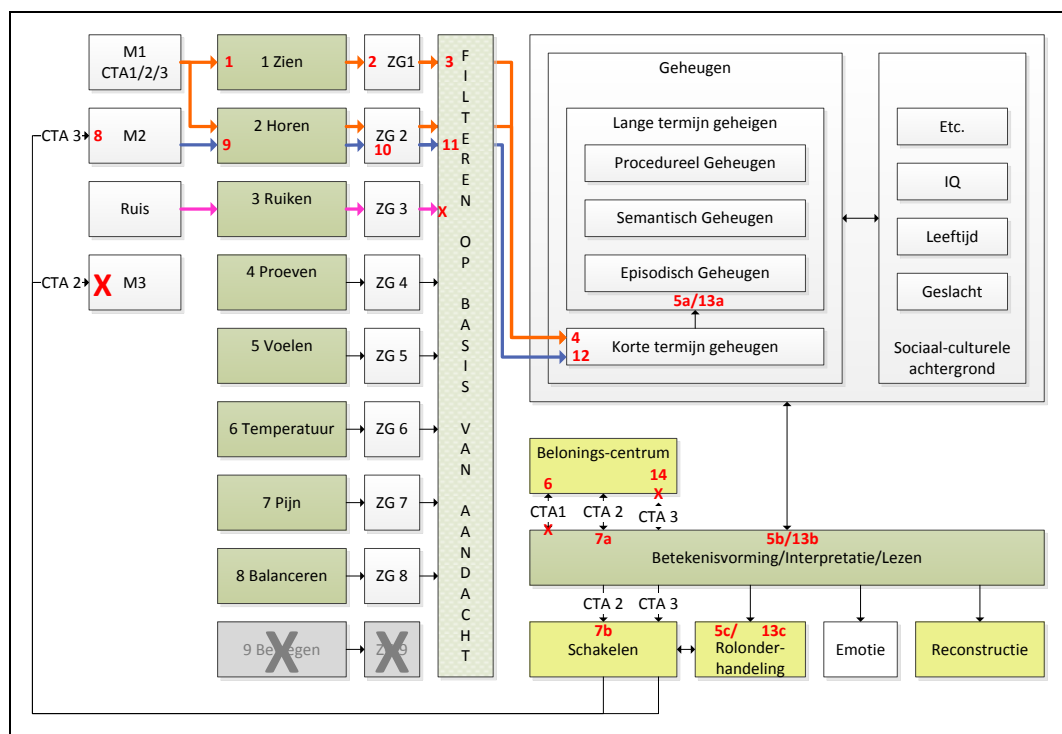
5.2 SCHAKELLEN

Het interpretatieproces kent vier mogelijke resultaten: het schakelen naar andere media en daarmee het verleggen van de aandacht, de innerlijke rolonderhandeling, emotie en reconstructie. Deze paragraaf richt zich met name op het schakelen en zal daarnaast beperkt ingaan op de rolonderhandeling uit paragraaf 2.1 omdat die enigszins invloed kan hebben op het schakelproces. De volgende paragraaf 5.3 is geheel gewijd aan het reconstructieproces. Op het aspect emotie zal in het geheel niet worden ingegaan. Dat komt niet zozeer omdat de emotie geen invloed op het verder handelen van een persoon zou kunnen hebben, maar meer omdat de complexiteit van dit onderwerp hier teveel ruimte in beslag neemt en bovendien in het kader van crossmedia storytelling naar mijn verwachting geen nieuwe inzichten op zal leveren.

In paragraaf 2.2 kwam al de connector aan bod die verschillende media-uitingen aan elkaar verbind. Deze connector wordt door Christy Dena een CTA genoemd die uit drie fases bestaat: "1) primer: prepare and motivate the audience to act; 2) referral: provide the means and instructions on how and when to act; 3) reward: acknowledge and reward action."¹⁶² Deel 1 en 2 zijn belegd in het ene medium dat verwijst naar het andere. Door middel van het interpretatieproces begrijpt de mediaconsument welke handelingen hij moet verrichten om een bepaalde beloning te krijgen. Deel 1 spreekt dus diens beloningscentrum aan doordat een bepaalde belofte wordt gedaan, terwijl deel 2 het procedureel geheugen in het LTG aanroept. Indien de belofte van de primer zodanig door de consument geïnterpreteerd wordt dat het diens interesse wekt en bovendien de instructies in de referral begrepen worden, zal de persoon in kwestie overgaan tot het schakelen naar de andere media-uiting. In Figuur 10 op de volgende bladzijde is aangegeven waar in dit schakelproces het mis kan gaan. In dit schema zijn alle CTA's afkomstig van M1 en worden onderworpen aan het interpretatieproces. In het geval van CTA 1 is de primer niet goed genoeg om de consument te motiveren naar het andere medium M2 te schakelen. Met andere woorden: de belofte zoals geïnterpreteerd door de ontvanger wordt door diens beloningscentrum als niet interessant beoordeeld en zal daardoor niet leiden tot het overschakelen naar M2. In de tweede CTA is dit echter wel het geval en besluit de consument de instructies van de referral op te volgen. Echter, deze instructies heeft hij met behulp van zijn procedureel geheugen zodanig geïnterpreteerd, dat hij aanneemt te moeten schakelen naar M3, terwijl dit medium helemaal niet bestaat, of wel bestaat maar geen enkele relatie tot M1 bevat. De schuldige in dit geval kan zowel de ontvanger als de verzender van de CTA zijn. De verzender kan een fout gemaakt hebben (bijvoorbeeld een verkeerde website genoemd hebben), of de

¹⁶² Dena "Patterns in Cross-Media Interaction Design: It's much more than a URL...", p: 5.

ontvanger kan de CTA verkeerd begrepen hebben of de benodigde kennis en kunde niet bezitten (bijvoorbeeld een bejaarde die geen smartphone bezit en derhalve ook niet weet hoe er een bepaalde app op te installeren). Dena schrijft hier ook over wanneer ze het type CTA bespreekt in relatie tot haar accessibility value skills/knowledge: "the producer needs to decide whether they will provide more motivation to act and information about how to act, or whether they will just target a specific audience segment that already knows by employing a CTA that will appeal only to them."¹⁶³ Het derde punt waarop het vervolgens mis kan gaan is in het geval de motivatie voldoende is en de informatie juist geïnterpreteerd is, maar waarin deel 3, de daadwerkelijke beloning in het andere medium, teleurstelt. Wanneer de belofte niet wordt waargemaakt, wordt het beloningscentrum niet gestimuleerd en dat kan nadelige gevolgen hebben voor de gehele ervaring van het crossmediale verhaal. Dit zou een verklaring kunnen zijn waarom men in Figuur 4 in Hoofdstuk 3 na Connector C1 vroegtijdig met het medium M2 stopt. De verschillende stappen in het schakelproces zijn tevens in Tabel 5 verder beschreven.



Figuur 10: De vier resultaten van het interpretatieproces: schakelen, rolonderhandeling, emotie en reconstructie. Tevens zijn de drie momenten (CTA 1, CTA 2 en CTA3) aangegeven waarop het in een CTA mis kan gaan.

¹⁶³ Ibidem, p: 6.

| Stap | Beschrijving |
|--------|---|
| 01 | Vanuit het medium M1 worden de primer en de referral van de CTA naar M2 via audiovisuele signalen naar de ontvanger gestuurd. Deze pikt de signalen op via de zintuigen 1. Zien en 2. Horen. |
| 02 | De ontvangen stimuli worden tijdelijk opgeslagen in de Zintuiglijke Geheugens van elk van de zintuigen: ZG1, ZG2 en ZG3 ("Ruis"). |
| 03 | De ontvanger filtert alle zintuiglijke prikkels door het verleggen van zijn aandacht. In het voorbeeld negeert hij zijn reukorgaan, maar maakt hij de audiovisuele signalen van M1 beschikbaar voor zijn Korte Termijn Geheugen (KTG). |
| 04 | Enmaal aanwezig in het KTG zijn de gegevens beschikbaar voor een gecombineerd proces van interpretatie (5b), rolonderhandeling (5c) en het wegschrijven naar het Lange Termijn Geheugen (5a). |
| 05 a | Het interpreteren van de gegevens gebeurt op basis van de beschikbare kennis in het LTG dat het resultaat is van de sociaal-culturele achtergrond van de ontvanger. De interpretatie van de referral hangt af van de kennis en kunde die ligt opgeslagen in het Procedurele Geheugen van diens LTG. De primer die de motivatie voor de CTA bevat, heeft als functie het beloningscentrum van de ontvanger zodanig te stimuleren dat hij inderdaad naar het andere medium schakelt. De interpretatie van de primer zal met name plaatsvinden op basis van wat zich in zijn Episodisch Geheugen bevindt. Een voorbeeld daarvan zijn de lessen die hij geleerd heeft gedurende zijn leven over hoe bepaalde gebeurtenissen verlopen: "mama heeft beloofd dat als ik lief ben ik dan een snoepje (beloning) krijg en de ervaring heeft mij geleerd dat ik dat snoepje dan ook krijg." |
| 05 b | Het daadwerkelijk interpreteren is een proces dat constant schakelt tussen het geheugen, de rolonderhandeling, de reconstructie (zie volgende paragraaf), emotie en het beloningscentrum. |
| 05 c | De rolonderhandeling betreft het proces dat reeds uitgebreid in paragraaf 2.1 besproken is. Welke rollen en relaties de ontvanger heeft in zijn dagelijkse leven en welke hij aan kan en wil nemen in het kader van het mediumgebruik in het crossmediale verhaal, zijn het gevolg van het interpretatieproces. Het kan zijn dat een mogelijke nieuwe rol of relatie in M2 een motivatie tot schakelen kan zijn. Denk bijvoorbeeld aan het winnen van een Meet & Greet met de cast en crew van het crossmediale verhaal. |
| 06 | Op basis van de interpretatie van de beloofde beloning uit de primer, wordt het beloningscentrum van de ontvanger wel of niet aangesproken. De beloning kan door de ontvanger niet interessant bevonden worden. Hij zal dan niet tot schakelen overgaan. Indien de belofte hem wel aanspreekt, zal hij besluiten te schakelen naar M2 (stap 7 a/b). Dit besluit is echter in eerste instantie een voornemen. De context waarbinnen het crossmediale verhaal zich bevindt in combinatie met de lengte van de pacing (zie paragraaf 3.2) kan altijd nog roet in het eten gooien. |
| 07 a/b | Indien het beloningscentrum positief wordt gestimuleerd, zal tot schakelen worden overgegaan. In het geval van de CTA 2 loopt dit mis, omdat naar het niet bestaande M3 wordt geschakeld. |
| 08 | In het geval van CTA 3 gaat het schakelen wel goed. Hier kan het eventueel nog mis gaan doordat de gebruiker niet de kennis en kunde bezit om met M2 om te |

| Stap | Beschrijving |
|----------|---|
| | gaan. |
| 09 | M2 bevat het reward gedeelte van de CTA die via zintuiglijke stimuli naar de ontvanger worden toegezonden. Deze stap is dus in feite gelijk aan stap 1. |
| 10 | Deze stap is gelijk aan stap 2. |
| 11 | Deze stap is gelijk aan stap 3. |
| 12 | Deze stap is gelijk aan stap 4 |
| 13 a/b/c | Deze stap is gelijk aan 5 a/b/c met dien verstande dat hier het derde deel van de CTA geïnterpreteerd wordt: de reward. |
| 14 | Indien het resultaat van 13 a/b/c is dat de belofte is waargemaakt, zal de consument tevreden zijn en een goede verstandhouding met het crossmediale verhaal blijven houden. De beloning kan echter ook tegenvallen, omdat deze verkeerd begrepen is, of doordat men niet krijgt wat daadwerkelijk was beloofd. In dat geval kan het de consequentie hebben dat de consument stopt met het verder tot zich nemen van M2. En wellicht filtert hij voortaan wel alle prikkels van het crossmediale verhaal uit. |

Tabel 5: Stappen in het proces van schakelen.

In haar artikel "Current State of Cross Media Storytelling: Preliminary observations for future design"¹⁶⁴ benoemt Dena drie typen van schakelen tussen media:

"The requirement for movement between channels or media is a vital characteristic of cross media (...) A cross media work involves different channels such as a film, print, mobile phone and a website. (...) there may be within a given cross media work many websites, and of these websites many modes (image, text, audio). In order to capture the usage of these sites and modes, and to appropriately design for these they need to be recognised in the bounds of cross media. Let us explore then, the three types of media navigation that can occur: [1] Cross channel: between channels; [2] Inter-channel: within a channel (single channel), between modes (multi-modal); [3] Intra-channel: single-channel, mono-modal."¹⁶⁵

Dit raakt deels aan het probleem dat reeds in de vorige paragraaf behandeld is: het indelen en categoriseren van typen media. Dena baseert haar indeling namelijk op basis van channels en modes, die in feite hetzelfde stelt als mijn indeling op basis van zintuiglijke stimuli. Met de term channel verwijst Dena:

"not only to the medium but to all the environmental conditions surrounding it: a film can be experienced in a movie theatre, on DVD or video at home, on DVD or from a movie file on a computer. These would be considered specificities of a channel. An example is to separate *The Matrix* films from *The Matrix* IMAX release. If a channel has more than one medium in it, for example a sculpture with television sets embedded or a stage show with projections, then it would be

¹⁶⁴ Christy Dena "Current State of Cross Media Storytelling: Preliminary observations for future design" onder redactie van Monique de Haas in 'Crossmedia communication in the dynamic knowledge society' networking session (Den Haag: European Information Systems Technologies Event, 15 november 2004).

¹⁶⁵ Ibidem, pp: 3-4.

considered a single channel, a hybrid art, and not two channels. Hybrid Art facilitates a convergence of interaction systems that coalesce into one – a unique singular mode of interaction.”¹⁶⁶

Een channel is dus een gezamenlijk interactiesysteem waarbij via één medium of meerdere media prikkels naar één of meerdere zintuigen van de ontvanger worden gestuurd die daarmee kan interacteren op basis van zijn kennis en kunde die is opgeslagen in het procedureel geheugen van zijn LTG.

Om te beschrijven wat ze met modes bedoelt, citeert ze Gunther Kress en Theo van Leeuwen uit hun boek *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*¹⁶⁷ die een onderscheid maken tussen multimodaliteit en multimedialiteit:

“Radio (...) is multimodal in its affordances, because it involves speech, music and other sounds; but it is monomedial, since it can only be heard, and not seen, smelled, touched or tasted. (...) It therefore also follows that, just as a given mode [e.g. language] may be realised in different media [e.g. speech and handwriting], so several modes [e.g. language, pictures] may be realised in the same medium [e.g. painting].”¹⁶⁸

Uit bovenstaande blijkt een duidelijke hiërarchie tussen channels, media en modes. Een channel kan één of meerdere media bevatten die op hun beurt weer kunnen bestaan uit één of meerdere modes. Belangrijk is dat in de definitie hierboven monomedial refereert aan het aanspreken van één zintuig, en dientengevolge betekent multimedial het aanroepen van meerdere zintuigen. Binnen zo’n zintuig kunnen dan vervolgens weer verschillende modes gebruikt worden. De blokjes M1, M2, M3 en Ruis uit Figuur 10 moeten daarom vervangen worden door een soortgelijk schema als in Figuur 11 op de volgende pagina is weergegeven.

In Figuur 11 zijn tevens de drie verschillende schakeltypes (ST) van Dena weergegeven. ST 1 noemt Dena cross channel: “cross channel navigation occurs when the user has to navigate, to move physically and conceptually to another system of interaction.”¹⁶⁹ Bijvoorbeeld van het omslaan van de pagina’s van een boek, naar het luisteren naar de radio.

Het tweede schakeltype is inter-channel: het schakelen binnen hetzelfde kanaal. Dena richt zich hierbij enkel op de modaliteiten binnen het kanaal: “Inter-channel navigation involves the movement within a channel and between modes. For example, [on a networked computer] moving from a text-based webpage to a video sequence.”¹⁷⁰ Het schakelen tussen modaliteiten staat echter niet altijd geheel op zichzelf. In het citaat van Kress en Van Leeuwen dat Dena aanhaalt, wordt ‘taal’ als een voorbeeld van een modaliteit gegeven. Taal kan zich echter zowel in gesproken als in geschreven vorm manifesteren. In Figuur 11 komt de modaliteit taal dan ook twee keer voor, een keer als Mode 1A Taal (horende bij Medium 1 Zien) en een keer als Mode 1B Taal (horende bij Medium 2 Horen). Als men schakelt van Mode 2 Bewegend beeld (horende bij Medium 1) naar de modaliteit taal (Mode 1B), verandert men dus niet alleen van modaliteit maar

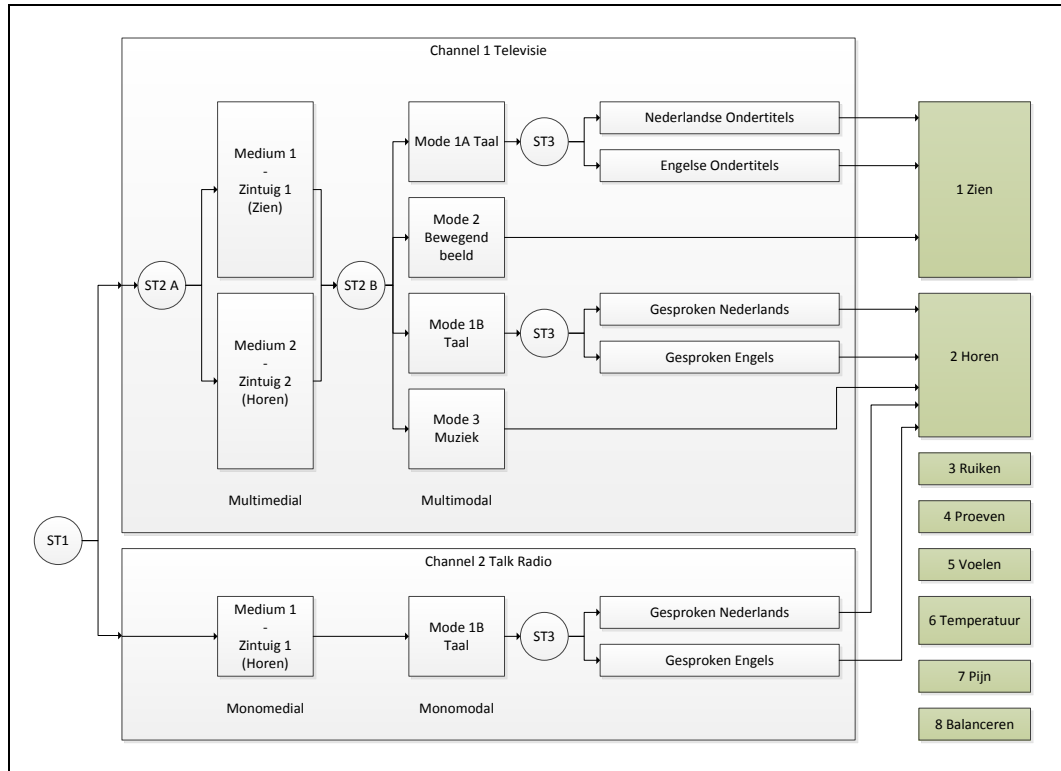
¹⁶⁶ Ibidem, p: 4.

¹⁶⁷ Gunther Kress en Theo van Leeuwen *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication* (Londen: Arnold, 2001) p: 67.

¹⁶⁸ Dena “Current State of Cross Media Storytelling: Preliminary observations for future design” p: 4. De delen tussen rechte haken zijn toevoegingen van Dena aan de originele quote van Kress en Van Leeuwen.

¹⁶⁹ Dena, p: 4.

¹⁷⁰ Ibidem.



Figuur 11: De verhoudingen tussen channel, media (zintuig) en modes en de drie (of vier) schakeltypes daartussen.

ook van medialiteit. Ook kan men bijvoorbeeld het geluid van de televisie uitzetten waardoor Mode 1b en Mode 3 in het geheel niet meer beschikbaar zijn, of juist harder zodat de tv vanaf het toilet weliswaar niet meer te zien, maar nog steeds wel te horen is. Vandaar dat dit schakeltype in Figuur 11 weergegeven is als ST2 A (medialiteit) en ST2 B (modaliteit).

Intra-channel is de derde vorm van schakelen volgens Dena: "Intra-channel navigation (...) is within the same channel and within the same mode. An example would be fast-forwarding through an audio recording at the request of the narrator."¹⁷¹ Hoewel niet verkeerd, is dit voorbeeld wellicht niet het meest duidelijk. Men zou bij intra-channel kunnen denken aan een CD met gesproken audiofragmenten waarbij de verteller aan het eind van elk fragment de luisteraar de keus geeft om voor het volgende fragment te kiezen tussen twee nummers op diezelfde CD. Op die manier navigeert de luisteraar in hetzelfde kanaal (CD), in dezelfde medialiteit (horen)¹⁷² en in dezelfde modus (gesproken taal) naar een ander deel van die CD. Hetzelfde geldt voor iemand die naar zijn MP3-speler luistert en besluit een ander liedje op te zetten. In Figuur 11 is als voorbeeld van ST3 het wisselen tussen de Engelse en de Nederlandse taal weergegeven. Voor iemand die beide talen beheerst, is een dergelijke schakeling mogelijk. Een voorbeeld van de wisselwerking tussen medialiteit en modaliteit is de persoon die dat niet kan: een Nederlandse televisiekijker die de Engelse taal niet spreekt, zal indien er Engels gesproken wordt schakelen van Channel 1 (Televisie), Medium 2 (Horen), Mode 1B (Taal – Gesproken Engels) naar Channel 1 (Televisie), Medium 1 (Zien), Mode 1A (Taal – Geschreven Nederlands).

Omdat het schakelen tussen verschillende kanalen, medialiteiten en modaliteiten de essentie van een crossmediaal verhaal is, moet men zich in het ontwerp van crossmediale

¹⁷¹ Ibidem, p: 5.

¹⁷² Het behoudt van medialiteit laat Dena buiten haar definitie van Intra-Channel, maar is m.i. op basis van het voorgaande dus wel zeker een onderdeel ervan.

verhalen¹⁷³ zich terdege bewust zijn van alle vormen van schakelen en bovendien of de doelgroep ook beschikking heeft over de gekozen kanalen, media en modaliteiten. Zo is beschreven in Hoofdstuk 4 dat het ontbreken van een ondertiteling in de lokale taal bij de uitzending van de finale van *LOST* voor sommigen een probleem kan zijn. Daarnaast moet de maker van een crossmediaal verhaal beseffen dat het schakelen een complexe aangelegenheid kan zijn voor zowel de maker als de consument zelf. Dit komt enerzijds omdat het schakelen tegelijkertijd op vier niveaus plaats kan vinden, en anderzijds omdat op elk niveau meerdere bronnen op hetzelfde moment 'aan' kunnen staan. De mens is namelijk in staat om allerlei zintuiglijke prikkels van verschillende aard simultaan te verwerken, hoewel daar natuurlijk wel grenzen aan zijn.

5.3 RECONSTRUEREN

Het doel van crossmedia storytelling is uiteraard dat de gebruiker zoveel mogelijk 'puzzelstukjes' vindt en in elkaar weet te passen. Tom Apperley omschrijft het als volgt in zijn proefschrift *Getting Stuck on Level One: Designing a Research Method Appropriate to X-box*: "the audience [is] to experience a sense that each product is a part of a wider mediated universe that is largely constructed in the minds of the audience through the process of assemblage of the disparate media."¹⁷⁴ Dena voegt daaraan nog toe dat het de taak is van het publiek om de gaten tussen de verschillende stukken te overbruggen:

"this implies some passivity on behalf of the design of a product (though a jigsaw is best delivered fragmented and not solved) and it places responsibility for meaning construction on behalf of the assembler and not the storyteller, but it does elevate the (...) interpretive activity as a primary force in the nature of cross media storytelling."¹⁷⁵

Dena slaat hier echter niet geheel de spijker op zijn kop. Sinds de active audience theorie van Fiske en Stuart Hall weten we reeds dat het publiek zelf betekenis geeft aan de informatie die zij tot zich krijgt. Dat verschilt niet per medium, en is al helemaal niet wat het fenomeen crossmedia storytelling uniek maakt. Bovendien is een goede puzzelmaker iemand die er voor zorgt dat de puzzelstukjes goed in elkaar passen en die in het kader van de spanningsboog goed nagedacht heeft over hoe die puzzelstukjes door elkaar gehusseld moeten worden. Dat vraagt niet om een passievere houding van de storyteller, maar juist om een meer intensieve ontwerpfase. Uiteraard kunnen er bewust gaten in de totale puzzel gelaten worden, die dan door het publiek zelf ingevuld kunnen worden. Maar dat kan bij een 'normaal', niet crossmediaal verhaal net zo goed het geval zijn. Het gaat er veel meer om dat je eerst bewust die zogenaamde gaten creëert, om ze daarna

¹⁷³ Net zoals in paragraaf 1.1 zou het gebruik van de term crossmedia hier opnieuw ter discussie gesteld kunnen worden, aangezien de term 'media' in deze benadering van Dena als tweede in de hiërarchie kanaal-medium-modaliteit staat. Crosschannel storytelling zou dan wellicht een betere naam zijn, ware het niet dat een crossmediaal verhaal ook binnen een enkel kanaal plaats zou kunnen vinden, bijvoorbeeld in de genetwerkte computer waarbij van een website naar een video geschakeld kan worden. Anderzijds is het ook niet per se nodig dat een dergelijk verhaal echt crossmedia is in de zin van schakelen tussen verschillende medialiteiten. Men kan bijvoorbeeld binnen een verhaal ook alleen moeten schakelen tussen het kanaal 'radio' en het kanaal 'audio-CD' en daarmee binnen dezelfde medialiteit 'horen' blijven. Omdat de term 'media' zowel kan verwijzen naar de medialiteiten zoals Dena ze bedoelt, als ook een synoniem kan zijn voor de term kanaal (het kanaal televisie of het medium televisie) blijf ik de voorkeur aan crossmedia storytelling geven.

¹⁷⁴ Tom Apperley *Getting Stuck on Level One: Designing a Research Method Appropriate to X-box* (Melbourne: Melbourne University, 2004): p. 3.

¹⁷⁵ Dena, p. 2.

in andere media te vullen. Daniël van Gool schrijft in zijn artikel "PICNIC: Everything We Know About Transmedia Is Wrong"¹⁷⁶ er het volgende over:

"When you get people to go to a website, there needs to be something to do. You need hooks in each platform you use to reign people in. If you want them to use multiple platforms, create questions in the minds of the audience that can be answered by making use of the other platforms. Architect the story in a way that motivates action and gives people something to do."¹⁷⁷

Hoewel niet elk crossmediaal verhaal het genre van de thriller of detective na hoeft te jagen, moet het wel voor de gebruiker aanvoelen als een zoektocht waarin hij gaandeweg een steeds completer beeld van het verhaal en de personages krijgt. Daarmee wordt de reconstructie van het verhaal, het plotten van de handelingen uit het verhaal op een chronologische tijdslijn en het in kaart brengen van de plaatsen waar het verhaal zich afspeelt, de sturende kracht in het succes van het crossmediale verhaal. Maar het is, indien het ontwerp van de puzzelstukjes slecht gedaan is, ook de grootste valkuil.

In de voorgaande twee hoofdstukken is al beschreven dat de beschikbaarheid van media-uitingen in de eenheid van tijd en plaats van de consument zeer bepalend en beperkend kan zijn voor de routes die men door het crossmediale verhaal kan gaan en de delen die men kan verkennen. Ze zijn of niet meer bereikbaar, of de volgorde waarin ze geconsumeerd worden is niet zoals bedoeld: er bestaat een route door het verhaal die in het ontwerp niet voorzien was, waardoor informatie in een andere volgorde tot de consument komt dan aanvankelijk de bedoeling was. Dit kan nadelige gevolgen hebben voor de dramatische ironie constructies zoals die reeds in Hoofdstuk 3 behandeld zijn. Ook kan de verkeerde informatie in een CTA of de verkeerde interpretatie ervan leiden tot het niet vinden van alle puzzelstukjes. In figuur 3 in Hoofdstuk 3 is duidelijk dat er gaten vallen in de chronologie van de reconstructie (de zogenaamde 2^e vertelde tijd) omdat M3 niet in zijn geheel is geconsumeerd. En dan bestaat er natuurlijk altijd nog de mogelijkheid dat de informatie uit het medium zelf verkeerd begrepen wordt waardoor de gebeurtenissen en de tijd- en locatiebepalingen veranderen en daardoor niet meer goed op de andere delen van het verhaal aansluiten. Kortom, genoeg oorzaken waardoor de chronologie van de reconstructie (tweede vertelde tijd) niet een-op-een gelijk is aan de chronologie van het verhaal (vertelde tijd). En aangezien zijn reconstructie de basis vormt voor een persoon om het verhaal door te vertellen aan een ander in zijn netwerk (de laag van de directheid), krijgen we uiteindelijk de uitkomsten die uit de twee experimenten uit Hoofdstuk 2 naar voren zijn gekomen.

Op de interpretatie van de gebruiker en diens geheugen na zijn er voor elk van die oorzaken oplossingen denkbaar, waarbij enig begrip van de eenheid van tijd, plaats en handeling van het publiek t.o.v. het crossmediale verhaal nodig is. Hopelijk bieden de modellen in deze scriptie daar een goed en helder kader voor. Maar een andere veelvoorkomende fout, namelijk de inconsequentiefout, is simpelweg te voorkomen door het maken en nauwkeurig controleren van goede afspraken tussen de makers van de verschillende media-uitingen. Want zodra de gebruiker d.m.v. zijn reconstructieproces fout op fout vindt, loopt diens beleving van en waardering voor het crossmediale verhaal een flinke deuk op. Op de volgende pagina's zijn in tabel 6 enkele inconsistenties tussen het boek en de tv-serie van *Raveleijn* weergegeven.

¹⁷⁶ Daniël van Gool "PICNIC: Everything We Know About Transmedia Is Wrong" op www.argn.com (Alternate Reality Gaming Network, 2010)
p: http://www.argn.com/2010/09/picnic_everything_we_know_about_transmedia_is_wrong/.

¹⁷⁷ Ibidem.

| Boek | | | Tv-serie | |
|-----------|----|---|----------|---|
| P. | H. | Omschrijving | Afl. | Omschrijving |
| 4 | 0 | "Op een bankje zaten drie bejaarde mannen" | 1 | Op het bankje zitten 2 bejaarde mannen |
| 5 | 0 | De kinderen komen voor het eerst in de auto aan bij de herberg: "[Thomas] duwde het portier open, stapte uit en keek verbijsterd om zich heen. 'Gaan we <i>hier</i> wonen?'" | 1 | Voor de kinderen waarvan Thomas er een is, is het de hele rit in de auto naar de herberg nog een verrassing waar ze naar toe gaan. Ze weten nog helemaal niets van de verhuisplannen. |
| 10 | 1 | "Het hele huis stond al vol meubels. Die hadden de verhuizers een paar dagen eerder afgeleverd en keurig overal neergezet." | 2 | De familie Woudenberg verhuist pas in aflevering 2. In aflevering 1 gaan ze er voor het eerst kijken, maar dan staan hun eigen meubels er nog niet. |
| 10 t/m 11 | 1 | Na aankomst bij de herberg krijgt de tweeling meteen de beloofde hond. "Boven aan de trap rechtsaf, de tweede deur. Daar wacht een verrassing (...) een klein, hijgend wezen met een platte, zwarte snuit, dat Thomas met droevige ogen aankeek. Lisa streelde de kleine boxer onder zijn kin." | 1 | In aflevering 1 wordt na aankomst bij de herberg een hond aan de tweeling beloofd. In aflevering 2 na de verhuizing wordt de boxer uit de achterbak van de auto gehaald. |
| 11 | 1 | "Zuchtend plofte Thomas neer op de bank. Er was geen weg terug, dat was duidelijk. Eigenlijk wist hij dat al lang natuurlijk. Hij stuurde een berichtje naar zijn oude band: Ga maar op zoek naar nieuwe gitarist. Ik kom niet terug..." | - | Dit doet Thomas niet in de serie. Sterker nog hij wil gewoon in de band blijven spelen, ook al moet hij daar flink voor reizen. |
| 13 | 1 | "Ze zweeg toen er plots een vreemd geruis in de schoorsteen klonk. Thomas keek naar de open haard. Er vielen roetdeeltjes uit de schoorsteen en daarna dwarrelde er langzaam een grote, zwarte veer omlaag." | 2 | Dit gebeurt niet in de serie. In aflevering 2 ziet Joost buiten in het bos wel een raaf waarvan een veer neerwarrelt op een begraven kistje met een landkaart daarin. |
| 19 | 3 | Hoofdstuk 3 begint met een droom van Thomas: "Een van de ruiters tilde de helm van zijn hoofd en keek hem aan. Thomas zag zijn eigen gezicht..." | 2 | Aflevering 2 begint ook met een droom die bijna identiek is aan die in het boek. Maar in deze droom zet de ruiter zijn helm niet af (zijn gezicht is namelijk al zichtbaar en is duidelijk niet dat van Thomas), maar zegt: "Afbreken" terwijl de geheimzinnige vrouw plotseling verschenen is. |
| 20 | 3 | "Intussen hadden ze zelfs internet! Een lokale installateur was deze belangrijke levenslijn naar de echte wereld komen aanleggen." | 2 | De vader gaat zelf proberen het internet aan te leggen, maar uiteindelijk moet Maurits hem helpen die daarvoor van zijn vader wat geld krijgt, met de opdracht het verder aan niemand te vertellen. |
| 20 | 3 | "Vroeger was het een herberg geweest. En daar waren heel rare dingen gebeurd, volgens de installateur. Het had er gespoekt, zei hij. Vreemde stemmen, vreemde verschijningen. En daarom waren de vorige bewoners vertrokken en had de herberg jaren leeggestaan." | - | Dit gebeurt niet in de serie. In aflevering 1 is het wel zo dat de makelaar het huis niet in durft en snel met piepende banden weggrijdt. Hij zegt echter niets over vroeger, of dat het er spookt. |
| 21 | 3 | "Moeder had haar schildersjas aan. De eerste week had ze vooral de muren en het plafond van haar atelier geschilderd, maar nu was ze klaar voor het echte werk. Haar wangen gloeiden van opwindning. 'Mijn hoofd zit vol beelden die erop wachten dat ik ze op het doek vastleg,' zei ze." | 2 | In aflevering 2 wil de moeder beginnen met schilderen, maar krijgt ze niets op het doek. |

| Boek | | | Tv-serie | |
|------|----|--|----------|--|
| P. | H. | Omschrijving | Afl. | Omschrijving |
| 21 | 3 | Thomas bedenkt zelf dat hij meegaat met het uitlaten van de hond om zijn vader niet te hoeven helpen. "Intussen had zijn vader een gereedschapskist tevoorschijn gehaald. 'Ik ga kijken of ik beweging kan krijgen in het waterrad. En daarna kunnen we even door de wijngaard gaan wandelen om te zien hoe de druiven erbij staan.' 'Eh... interessant, maar ik denk dat ik even meega met de anderen,' zei Thomas snel. 'Ik bedoel, iemand moet toch op ze letten. Stel je voor dat ze verdwalen in dat enge bos...' Vader knikte. 'Ook goed, jongen. Ik zie dat je hier al begint te wennen. Ga maar lekker met de kleintjes het bos in.' 'Pfff, kleintjes?' sputterde Maurits. 'Wij kunnen heus wel voor onszelf zorgen. Daarvoor hebben we Thomas niet nodig.' 'Ssst! Thomas duwde Maurits naar de deur. 'Stil nou,' fluisterde hij. 'Dadelijk moet ik meehelpen met dat stomme waterrad.'" | 2 | Het repareren van het waterrad gebeurt op een ander moment in de serie. Thomas moet van zijn vader mee met de tweeling om de hond uit te laten. Verder zijn er nog wat verschillen in deze scène. Vader: "Volgens mij moet Spike er gewoon even uit" Een van de zusjes: "Is dat zo boefie? Moet jij een plasje doen?" Vader: "Ja dat lijkt me wel, Thomas ga jij even met ze mee?" Thomas: "Nee, ik heb al buiten geplast vandaag. Misschien morgen weer." Vader: "Thomas, je bent de oudste, gedraag je er dan ook naar. Ga even met ze mee, want er moet op ze gelet worden." Zusjes: "Pap, we kunnen echt wel op onszelf letten hoor." Het andere zusje: "Ja." Thomas: "Wat kan er gebeuren? Dat is het hele probleem, er gebeurt hier gewoon helemaal..." Vader: "Ik heb het je vriendelijk gevraagd, Thomas." Thomas: "Ja, en ik heb je vriendelijk geweigerd." Vader: "Zeg, het kan me helemaal niks schelen hoor, wat je moeder jou beloofd heeft, maar als jij je zo blijft gedragen ga jij niet alleen naar de stad." Thomas: "Nee dat zal wel niet he, nou, kom op, laten we Spike zijn pootjes gaan slijten." |
| 22 | 3 | "Op dat moment stormde Joost vanuit de hal hijgend de keuken in, de keuken uit, achter Thomas aan. In zijn hand hield hij een opgerold stuk papier, waar een touw omheen gebonden was. 'Kijk eens wat ik gevonden heb..." | 2 | Dit gebeurt in de serie anders. Maurits ziet Joost met het kistje in de tuin bij de herberg terwijl hij de kaart onderzoekt. Buiten komen Thomas en de tweeling er pas bij. |
| 23 | 4 | Joost vertelt waar hij het kistje gevonden heeft: "'Gewoon. Gevonden. Hij zat boven op de overloop verstopt in de muur.' 'Hoezo, verstopt in de muur? Zei Thomas. 'Nou gewoon. Achter een soort houten plank. Er is daar een geheime verstopplaats, of zoiets. Dit zat achter die wand verstopt.'" | 2 | Joost vindt een schatkistje in het bos waar de kaart in zit. |
| 23 | 4 | "'Wacht even,' zei Maurits. 'Die vondst van Joost ziet er wel interessant uit! Als een soort...schatkaart. Of zo.'" | 2 | Maurits: "Het is een kaart, maar volgens mij geen schatkaart." Joost: "Wat is het dan?" Maurits: "Ik denk dat het een kaart is van deze streek maar dan van heel vroeger." |

Tabel 6: Inconsistenties tussen de eerste vier hoofdstukken uit het boek en de eerste twee afleveringen uit de televisieserie van Raveleijn.

Zoals uit de tabel blijkt zijn er alleen al zo'n 14 inconsistenties te vinden tussen de eerste vier hoofdstukken van het boek en de eerste twee afleveringen van de televisieserie. Er van uitgaande dat dezelfde lijn zich voortzet in alle 54 hoofdstukken van het boek en 12 afleveringen van de tv-serie, zullen dat er in totaal dus nog veel meer zijn. Veel van de verschillen hebben betrekking op

tijd- en plaatsbepalingen en handelingen, daardoor ontstaan puzzelstukjes die niet op elkaar aansluiten en/of elkaar niet juist overlappen. In het geval van een adaptatie, wat het boek en de televisieserie van elkaar beogen te zijn, is het overlappen van puzzelstukjes een positief gegeven. Mits die overlapping maar met elkaar rijmt en dat is bij *Raveleijn* vaak niet het geval. Met betrekking tot de schatkaart is er deels een overlapping (het feit dat Joost een kaart vindt), maar rijmen er een aantal andere zaken niet, zoals de locatie waar de kaart gevonden wordt (in de muur vs. in een kistje onder de grond in het bos), hetgeen er gezegd wordt ("als een soort schatkaart" vs. "volgens mij geen schatkaart") en de tijdsvolgorde waarin dingen gebeuren (Joost vertelt aan al zijn broers en zusjes tegelijk wat hij gevonden heeft vs. Joost vertelt eerst aan Maurits wat hij gevonden heeft en pas later horen de anderen ervan). In de reconstructie van tijd, plaats en handeling van het verhaal komt de gebruiker dus onherroepelijk in de knoop.

Wat jammer is aan deze verschillen is dat ze niet lijken voort te komen uit de beperkingen/mogelijkheden van de mediumpspecifieke eigenschappen. Geen van de afwijkingen in bovenstaande tabel zijn namelijk te herleiden tot een onmogelijkheid het op papier te zetten of het op televisie weer te geven. Vermoedelijk ligt de oorzaak deels in de budgettaire hoek: het is goedkoper twee bejaarde acteurs in te huren dan drie. En gezien het feit dat er 45 hoofdstukken in 12 afleveringen verwerkt moeten worden, lijkt het logisch dat een aantal gebeurtenissen samenvallen en anders gerangschikt worden, om het verhaal efficiënter te vertellen. Tegelijkertijd is het ook volgens het gezegde zo dat één beeld meer dan 1000 woorden zegt. Zo bezien is het dan vreemd dat 246 pagina's niet in 270 minuten één op één verfilmd kunnen worden. Om zeker te zijn van de oorzaak van deze inconsistenties zouden interviews met de makers en producenten gehouden kunnen worden. En hoewel daaruit naar alle waarschijnlijkheid leerzame lessen te trekken zijn om herhaling in de toekomst te voorkomen, is het in het kader van de reconstructie met name belangrijk dat inconsistenties voorkomen moeten worden.

Overigens hoeven discrepanties niet per se erg te zijn, zolang ze onderdeel van de logica van het crossmediale verhaal zijn. Te denken valt bijvoorbeeld aan het vertellen van dezelfde gebeurtenis maar dan telkens vanuit een ander perspectief. Iedereen, dus ook een personage, heeft namelijk een eigen sociaal culturele achtergrond, een eigen LTG en een eigen plek in het sociale netwerk, dus een andere afstand tot de werkelijkheid en interpretatie ervan. In het geval van *Raveleijn* is daar echter geen sprake van. Zowel het boek als de tv-serie worden vanuit een alwetende verteller verteld aan het publiek.

Dat de reconstructie van tijd, plaats en handeling door de gebruiker ook de kracht van een crossmediaal verhaal kan zijn, bewijst *LOST*. Door het constant oproepen van vragen in de televisieserie, die deels beantwoord worden in andere media zoals boeken of mobisodes (korte filmpjes voor de smartphone) en deels ook door het publiek zelf beantwoord moeten worden, voelt dit zich zeer gemotiveerd om door het crossmediale verhaal te navigeren en het plaatje zo steeds completer te krijgen. Volgens Van Gool lijkt het reconstrueren inmiddels zelfs een doel op zich te worden:

"Interesting developments with respect to incentivize early adopters include providing opportunities to earn social capital by being the first person to achieve something. Compare it to being the first in your social network to get a Halo: Reach achievement as opposed to going into the office after watching a program and saying you were the first to see something on TV."¹⁷⁸

¹⁷⁸ Ibidem.

Het verdienen van sociaal kapitaal is niet alleen mogelijk door als eerste de raadsels op te lossen die makers in het crossmediale verhaal geplaatst hebben, maar kan ook verkregen worden door zelf een uitzonderlijke reconstructie te maken, zoals de cartograaf Jonah M. Adkins die de volgende kaart van het eiland uit *LOST* maakte zonder dat daar vanuit het crossmediale verhaal om gevraagd werd.



Afbeelding 16: The Geography van *LOST*¹⁷⁹. Jonah M. Adkins creëerde een kaart van het onbekende eiland en plaatste die op de wereldkaart waarop hij tevens de verschillende gebeurtenissen aangaf die in de ons bekende wereld plaatsvonden.

Dat inconsistenties niet altijd problematisch hoeven te zijn voor een reconstructie blijkt uit wat Adkins zelf over zijn werk schrijft:

"Four years ago, I created the map (...) to merge my love of cartography, and my fondness for the ABC television show *LOST*. Little did I know when I started this, how challenging it would be to geographically depict a fictitious place, and then map these elements on paper. While there is no definite guide for locating places on "The Island", with a little research, you can get a visual picture of where things

¹⁷⁹ Jonah M. Adkins. *The Geography of LOST* via <http://geographyoflost.tumblr.com> en op Facebook: <http://www.facebook.com/pages/The-Geography-of-LOST/146926845329593>.

might possibly be. Also, you must take into account the degree of geographical error involved on the show itself."¹⁸⁰

Blijkbaar hebben de geografische fouten in *LOST* hem er niet van weerhouden om deze reconstructie van plaats te maken. Hij erkent overigens zelf ook dat het hier om een persoonlijke interpretatie gaat: "I will let this project stand as my interpretation of locations on the island, based off of countless hours of watching, talking, reading about the show "LOST".¹⁸¹ Uit zijn verklaring blijkt overigens niet of hij naast de show *LOST* ook de verschillende boeken en andere media-uitingen tot zich heeft genomen.

Een reconstructie hoeft overigens niet per se een individuele handeling te zijn. Voortbouwend op Apperley's notie van assembleren betoogt Dena dat een crossmediaal verhaal "can be experienced in a singular or collective fashion."¹⁸² Ze haalt daarmee het voorbeeld aan van Henry Jenkins die stelt dat gebruikers van *The Matrix* zich soms inadequaat voelden omdat het crossmediale verhaal meer vroeg dan een individuele kijker kon leveren. Samenwerken wordt daarmee noodzaak om de puzzel op te lossen.¹⁸³

5.4 TOEVOEGEN

Naast het gebruik van media (in de zin van het ontvangen en verwerken van zintuiglijke prikkels), het schakelen en het reconstrueren is er nog een vierde vorm van handelen die de consument tot zijn beschikking heeft: het toevoegen van zijn eigen content aan de verhalenwereld. Dit is ook wel bekend als user generated content of fan fiction. In zijn boek *Convergence Culture* wijdt Jenkins er het hoofdstuk "Why Heather Can Write: Media literacy and the Harry Potter Wars"¹⁸⁴ aan:

"corporate media increasingly recognizes the value, and the threat, posed by fan participation. Media producers and advertisers now speak about "emotional capital" or "lovemarks" to refer to the importance of audience investment and participation in media content. Storytellers now think about storytelling in terms of creating openings for consumer participation."¹⁸⁵

Maar het blijkt nog niet zo makkelijk om de consument de ruimte te geven die hij wil, omdat de verwachtingen met betrekking tot die participatie uiteen lopen. Enerzijds, zo stelt Jenkins, zijn er de mediaproducten die vinden dat ze de bijdragen van de consument aan het geheel kunnen beheersen door grenzen te stellen aan de tijd en de kanalen waarbinnen de participatie plaats kan vinden. En bovendien gebruiken ze graag die bijdragen door er automatisch de rechten over te verwerven, ze te commercialiseren en in de markt te zetten. Bovendien zijn er partijen die daarnaast elk ongeautoriseerd gebruik van karakters, verhaallijnen etc. aanvechten.

¹⁸⁰ Ibidem.

¹⁸¹ Ibidem.

¹⁸² Dena, p: 2.

¹⁸³ Ibidem.

¹⁸⁴ Henry Jenkins "Why Heather Can Write: Media Literacy and the Harry Potter Wars" in *Convergence Culture* (Londen, New York: New York University Press, 2006): pp: 175-216.

¹⁸⁵ Jenkins, p: 175.

Anderzijds zijn er de gebruikers die op hun eigen voorwaarden deelnemen aan de (populaire) cultuur en geheel onbegrensd willen zijn in wat zij doen met de verhalen waar zij iets aan toevoegen. Terwijl zij tegelijkertijd wel naar (officiële) erkenning streven.¹⁸⁶

Crossmediale verhalen kunnen daardoor in een spagaat belanden. Wanneer de reconstructie van het verhaal de motiverende factor is, en voor die reconstructie (gezamenlijke) inspanning nodig is, zijn toevoegingen aan de crossmediale wereld niet te voorkomen, maar zelfs een logisch gevolg. De kaart van het eiland uit de vorige paragraaf is niet alleen een reconstructie, maar tegelijkertijd ook een toevoeging. Want hoewel de landkaart geen nieuwe feiten toevoegt, op wellicht het invullen van wat geografische gaten na, werd het medium landkaart en de daarbij horende informatie niet als zodanig door de officiële makers aangeboden.

In het geval van de landkaart wordt het originele verhaal niet geschaad, maar er zijn ook voorbeelden waarbij de originele logica van het crossmediale verhaal 'geweld' wordt aangedaan. Zoals een van de vele *LOST* parodieën op YouTube waar de *LOST* personages (in de vorm van action figures) in contact komen te staan met Harry Potter.



Afbeelding 17: De personages uit *LOST* (op de achtergrond) ontmoeten Harry Potter (voorgond) op het eiland.¹⁸⁷

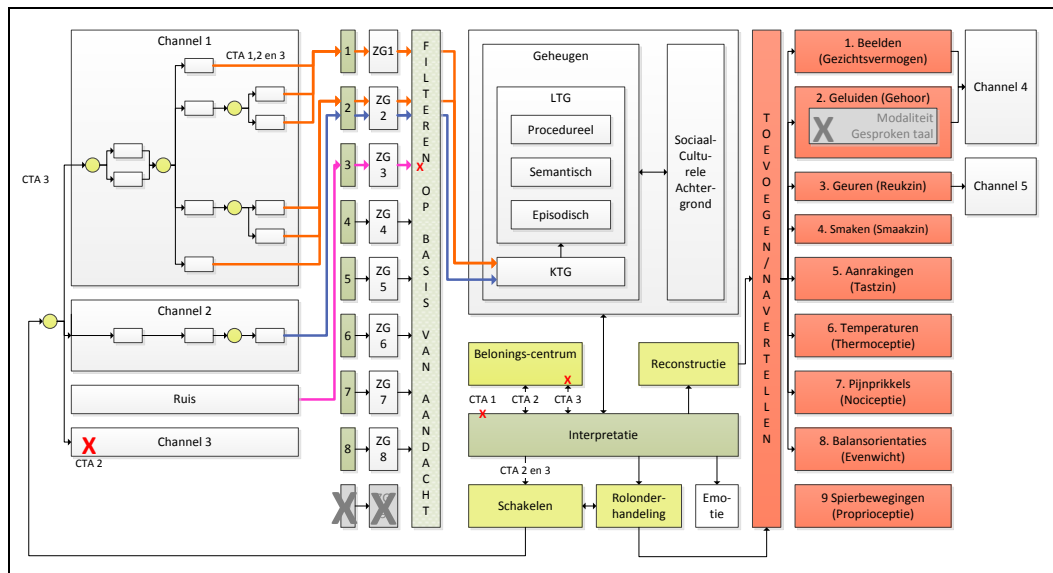
En hoewel dat wellicht grappig is, juist omdat het twee werelden bij elkaar brengt die niet met elkaar matchen, wil een crossmedia designer natuurlijk niet dat personen dit kleine verhaaltje meenemen in de reconstructie van het officiële crossmediale verhaal. Die angst lijkt overigens wat overdreven, aangezien veel mensen zelf ook wel snappen dat een dergelijk filmpje niet tot het 'echte' verhaal hoort. Tegelijkertijd suggereerde het tweede experiment met het Chinese fluisterspel dat de scheidslijnen ook kunnen vervagen in het geheugen van de mens. Hoe dan ook, dat gebruikers hun eigen bijdragen leveren aan een crossmediaal verhaal is niet meer tegen te houden. Zaak is daarom om hen in plaats van tegen te werken juist zo goed mogelijk te faciliteren, het liefst zodanig dat ze trouw blijven aan de personages en de logica van de originele verhalenwereld.

¹⁸⁶ Ibidem.

¹⁸⁷ TheFineBros still uit "LOST Parody #3 - Harry Potter" op [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=CbgECF72kLc&list=FLxYzfv2Ts7qHDEGNPuKT_tA) 25 maart 2008, p: https://www.youtube.com/watch?v=CbgECF72kLc&list=FLxYzfv2Ts7qHDEGNPuKT_tA, 0min30sec.

Toevoegingen kunnen van alles zijn. Van het simpel navertellen van wat de gebruiker gezien heeft, tot het maken van een parodie op YouTube. Maar altijd komen de toevoegingen voort uit de actuele versie van de reconstructie van het crossmediale verhaal zoals dat in het hoofd van de gebruiker tot stand is gekomen. Dat is per slot van rekening zijn beeld van hoe welke gebeurtenissen zich in tijd en plaats hebben afgespeeld. Dat is het startpunt van waaruit hij navertelt, of waaraan hij nieuwe gebeurtenissen of perspectieven toevoegt.

Voor deze toevoegingen moeten de fans wel beschikken over de mogelijkheid zintuiglijke prikkels te produceren. Ze kunnen daarbij kiezen uit de volgende categorieën: beelden, geluiden, geuren, smaken, aanrakingen, temperaturen, pijnprikkels, balansoriëntaties en spierbewegingen, die elk vanzelfsprekend aan één van de menselijke zintuigen gekoppeld is. Hier moet worden opgemerkt dat iemand mogelijk niet in staat is om een bepaalde zintuiglijke prikkel te creëren, zoals sommigen ook niet de mogelijkheid hebben bepaalde zintuiglijke informatie te ontvangen. Het is echter niet zo dat iemand die bijvoorbeeld doof is, geen geluiden kan produceren. Hij kan namelijk zijn stembanden nog steeds gebruiken, of klappen in zijn handen. Er zijn klaarblijkelijk meerdere manieren waarop zintuiglijke stimuli geproduceerd kunnen worden. Daarmee is er een behoorlijk verschil tussen het ontvangen en het uitzenden van prikkels. Als iemand doof is, komt van de medialiteit horen niets meer binnen, terwijl als iemands stembanden niet meer functioneren hij binnen diezelfde medialiteit horen weliswaar de modaliteit gesproken taal niet meer zelf kan produceren, maar andere modaliteiten nog steeds wel, zoals instrumentale muziek.



Figuur 12: Het toevoegen aan een crossmediaal verhaal kan door het creëren van zintuiglijke prikkels die (al dan niet gecombineerd) in een channel (met 1 of meerdere medialiteiten en modaliteiten) weer ontvangen kunnen worden door anderen.

Wat de fan aan het crossmediale verhaal kan toevoegen, is gebaseerd op zijn vermogen bepaalde zintuiglijke stimuli te creëren, en die vervolgens weer samen te brengen in een kanaal dat bestaat uit een of meer medialiteiten en een of meer modaliteiten. In Figuur 12 zijn die kanalen aangegeven als channel 4 en 5. Enerzijds heeft hij daarvoor de beschikking nodig over instrumenten (stembanden, pen, laptop, videocamera, etc.), anderzijds de kennis en de kunde om die instrumenten te gebruiken. Daarnaast is het van belang de gecreëerde stimuli zodanig te bundelen en te rangschikken dat zij de beoogde boodschap zo goed mogelijk communiceren. Beschikking over kennis en kunde van de wetten van de media en de beheersing van talen

(Nederlands, beeldtaal etc.) zijn daarbij bepalend voor de beoordeling door anderen van de kwaliteit van de toevoeging.

Als crossmediale producent zijn er allerlei mogelijkheden om de consument in de gelegenheid te stellen zelf aan het crossmediale verhaal bij te dragen. Eén van de mogelijkheden is om ze een bepaalde rol in de fictieve wereld te laten spelen. Askwith benoemt drie manieren waarop het publiek een rol in het crossmediale verhaal kan krijgen: de diëgetische uitbreiding, role-playing games en reproducties. Hij onderscheidt ze als volgt van elkaar:

“Diegetic extensions present themselves as “diegetic artefacts” from within the world or narrative of the show. (...) While diegetic extensions require viewers to “play a role”, it is important to distinguish them from two other types of extensions that share some common elements: role-playing games and reproductions. Role-playing games (...) [provide] a series of rules and game mechanics that allow players to imagine and act out their own adventures in the show’s narrative space. Reproductions [are] (...) detailed replicas of objects featured in a show’s narrative, (...) [with] their status as convincing replicas. (...) Diegetic extensions represent themselves as “actual” objects from within the show’s narrative.¹⁸⁸

Een voorbeeld van wat Askwith een diëgetische extension noemt, is de app van *In Therapie* waarbij de telefoon van de consument die van het hoofdpersonage wordt. Door het in je handen hebben van de ‘daadwerkelijke’ telefoon van de therapeut, betreedt de gebruiker als het ware de fictieve verhalenwereld. In dit geval is zijn rol niet geheel duidelijk. Want wat is de verklaring binnen de verhaalwereld voor het feit dat hij deze telefoon in bezit heeft? Ook wordt hem niet gevraagd de ‘gevonden’ telefoon terug te brengen, of om personages te bellen, sms’en of mailen. Al dat soort mogelijkheden kent de app bovendien niet. De vraag is dan in hoeverre er hier sprake is van een volwaardige diëgetische rol die moet worden aangenomen, of dat men in feite dezelfde voyeur blijft als bij de televisieserie. De beoordeling van de toegevoegde waarde van de app zou daardoor beïnvloed kunnen worden, zo argumenteert Askwith:

“While there is no formal system for understanding how audiences evaluate and respond to diegetic texts, (...) the “success” of diegetic extensions requires them to be consistent with the audience’s existing understanding and knowledge of a show’s narrative. Due to their unusual nature as ‘real’ fictional objects, it seems likely that audiences will also evaluate diegetic extensions on the basis of how logical and plausible it is for them to exist within the narrative world.”¹⁸⁹

Vanuit die gedachte gaat het dan bij de *In Therapie* app mis, omdat niet voorzien wordt in een logische verklaring voor het bezit van de telefoon. De gebruiker heeft de telefoon bijvoorbeeld niet op afstand moeten hacken om stiekem mee te kunnen kijken in de privécommunicatie van de therapeut. Overigens zou dat ook niet gepast hebben bij de televisieserie omdat die niet zodanig gepresenteerd wordt alsof je door geheime beveiligingscamera’s in de behandelruimte meekijkt. Men zou Askwith in deze dan ook de wedervraag kunnen stellen hoe logisch het is om een diëgetische wereld op televisie tot je te nemen zonder daarin zelf een rol te spelen. Of met andere woorden: waarom zou het genoemde criterium wel voor de diëgetische uitbreiding (de

¹⁸⁸ Askwith, p: 65.

¹⁸⁹ Askwith, p: 70.

app) gelden, maar niet voor de 'hoofdttekst' (de televisieserie)? Wanneer de rol die van 'voyeur' blijft zoals dat bij *In Therapie* het geval is, is het 'bezit' van de telefoon misschien onlogisch, maar daardoor niet per se van invloed op de evaluatie van de extra informatie die middels de app tot de gebruiker komt. Wat hieruit wel duidelijk naar voren komt is dat de app van *In Therapie* klaarblijkelijk niet geldt als een toevoeging van de gebruiker, maar als een van de officiële kanalen van de crossmediale storyteller.

Het manuscript *Bad Twin* dat in paragraaf 3.2 aan bod kwam, is in die zin een geslaagder voorbeeld van een diëgetische extensions omdat ten eerste het ongepubliceerde manuscript als daadwerkelijk voorwerp in de televisieserie *LOST* te zien is, en het ten tweede aannemelijk is dat het later alsnog gepubliceerd zou kunnen worden en het in die zin verklaart waarom het publiek in het bezit van dit manuscript kan zijn. Tegelijk is ook hier de rol die de gebruiker gevraagd wordt te spelen niet geheel duidelijk. Askwith besteedt echter niet veel aandacht aan welke typen rollen er gespeeld kunnen worden in het geval van deze uitbreidingen. Het enige dat hij erover zegt is het volgende: "Such [diegetic] extensions may or may not explicitly advance the narrative events (...), but in all cases, they are designed to give viewers the sensation of "direct interaction" with the show's narrative world and/or characters."¹⁹⁰ In feite laat hij daarmee de rol van de gebruiker ongedefinieerd. De gebruiker hoeft dus niet zozeer een bepaald personage te spelen, maar kan zichzelf blijven terwijl hij de fictieve wereld met de zijne verbind door de directe interactie die hij met een object uit die wereld aan kan gaan.

Toch blijft Askwith's theorie hier enigszins problematisch omdat hij de diëgetische extension niet goed van de reproduction weet te onderscheiden. Askwith definieert reproducties als "detailed replicas of objects featured in a show's narrative, (...) [with] their status as convincing replicas"¹⁹¹, maar in feite geldt hetzelfde voor een manuscript zoals *Bad Twin*. Want zoals Walter Benjamin in zijn essay "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction"¹⁹² in 1937 al aangaf, verdwijnt bij het kunstwerk dat gemaakt is voor reproductie (bijvoorbeeld een boek dat in groten getale gedrukt wordt) de authenticiteit van het origineel. "From a photographic negative, for example, one can make any number of prints; to ask for the "authentic" print makes no sense."¹⁹³ In feite is *Bad Twin* in gedrukte vorm dus ook slechts een replica: het boek dat de gebruiker in handen heeft, is namelijk nooit op de televisieset geweest. Indien er inderdaad maar één manuscript zou zijn geweest dat de nieuwsgierigheid van alle fans had moeten bevredigen, dan zou het tot in lengte van dagen duren totdat iedereen de informatie tot zich genomen zou hebben. Vandaar dat het boek in grote aantallen gedrukt wordt, want "[the] technical reproduction can put the copy of the original into situations which would be out of reach for the original itself."¹⁹⁴ En dat is tevens een slimme zet in het kader van de financiën, want al die verkochte exemplaren kunnen een flinke duit opleveren. Overigens kunnen originele objecten uit de fictieve verhalenwereld ook aardig wat geld opbrengen. De producers van *LOST* veilden na afloop van de serie via veilinghuis Profiles in History op 21 en 22 augustus 2010 verschillende attributen uit de serie:

"Fans van de serie zullen veel van de iconische objecten herkennen: het zelfmoordbriefje van John Locke, het lottoticket waar Hurley zijn miljoenen mee

¹⁹⁰ Askwith, p: 65.

¹⁹¹ Ibidem.

¹⁹² Walter Benjamin "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction" vertaald door Harry Zohn in *Illuminations* onder redactie van Hannah Arendt (New York: Random House Usa Inc, 1969), paginanummers onbekend.

¹⁹³ Ibidem.

¹⁹⁴ Ibidem.

won (met de beruchte nummers) of de brief waarin een jonge Sawyer wraak zweert voor zijn omgekomen ouders.¹⁹⁵

En dat een dergelijke veiling lucratief kan zijn, bewijst de opbrengst: "Naar schatting bracht de veiling in totaal 1,8 miljoen dollar (1,4 miljoen euro) op."¹⁹⁶ Omdat het hier om de daadwerkelijke rekvisieten uit de televisieserie gaat, wordt er een grotere waarde aan toegekend. "[D]e boxershirt van (...) Sawyer (...) bracht \$850 dollar op (...) en zelfs [op] een opgevouwen papiertje met de tekst: "Don't trust the captain" (...) [werd] maar liefst 1900 dollar geboden."¹⁹⁷ Dat zijn bedragen die voor reproductions natuurlijk niet worden neergelegd. Maar de vraag is of de (nieuwe) eigenaar anders omgaat met de originele dan met de replica's. Het antwoord is tweedelig. Ten eerste heeft het origineel natuurlijk een andere status dan de kopie omdat dat daadwerkelijk gebruikt is in de productie van de televisieserie. Daarmee bezit het voorwerp volgens Benjamin een belangrijk element, namelijk een aura:

"its presence in time and space, its unique existence at the place where it happens to be. This unique existence of the work of art determined the history to which it was subject throughout the time of its existence. This includes the changes which it may have suffered in physical condition over the years as well as the various changes in its ownership"¹⁹⁸

Ten tweede speelt de acteur die met het originele object interacteert ook maar een rol. De acteur die het personage van Hurley speelt, wint niet echt de loterij. In feite is het lottoticket daarmee een betekenisloos papiertje dat geen enkele authenticiteit of aura beschikt, omdat zijn bestaan slechts het doel heeft geredimeerd te worden in een televisieserie en pas zijn betekenis krijgt door het spel van de acteurs en alle andere conventies en afspraken die voortkomen uit de verschillende frameworks zoals Fine ze benoemt heeft (zie paragraaf 2.1). Kortom, om de betekenis van het voorwerp in stand te houden, wordt van de eigenaar gevraagd het spel mee te spelen door de 'echtheid' van het originele object te erkennen. En dat is in feite de minimale rol die van hem gevraagd wordt. In wezen is daar geen verschil met de reproductions te vinden, omdat ook daar de gebruiker doet alsof het om de ware objecten uit de fictieve verhaalwereld gaat.

De rolonderhandeling is een belangrijke factor in toevoegingen waarbij de consument een bepaalde rol speelt. In drie van de vier vormen die Askwith beschrijft wanneer hij spreekt over door de producent gestructureerde activiteiten, wordt de consument geacht een rol aan te nemen en vanuit die rol iets aan het geheel toe te voegen.

In de eerste vorm is dat echter nog niet het geval. Het betreft hier de zogenaamde 'themed activities': "themed activities (...) have no inherent or inextricable relationship to the program. Instead, themed activities have been retrofitted with "show-related materials and themes" to make the activity relevant."¹⁹⁹ Askwith geeft als een voorbeeld hiervan een patiencespel met kaarten waarop de personages uit de televisieserie *The Office* staan afgebeeld. In andere gevallen zou een dergelijk activiteit al snel banaal zijn, maar in de context van deze

¹⁹⁵ NOS "Beroemde Lost-attributen geveild" op www.nos.nl (25 mei 2010)

p: <http://nos.nl/artikel/159603-beroemde-lostattributen-geveild.html>.

¹⁹⁶ Z24 "Veiling spullen van de serie 'Lost' brengt bijna 2 miljoen dollar op" op www.z24.nl (25 augustus 2010)

p: <http://www.z24.nl/ondernemen/veiling-spullen-van-de-serie-lost-brengt-bijna-2-miljoen-dollar-op>.

¹⁹⁷ Ibidem.

¹⁹⁸ Ibidem.

¹⁹⁹ Askwith, p: 76.

televisieserie die juist de banaliteit van het kantoorleven als onderwerp heeft, is het zeer passend:

"these activities provide compelling diversions that convey and reinforce the show's basic appeal. (...) On the other hand, when themed activities are developed which fail to enhance (or even correspond with) the specific pleasurable aspects of a program, the results can be perplexing (at best), or in a worst case scenario, downright insulting to a show's audience. A simple example of this might consist of a simple jigsaw puzzle which, when assembled, reveals a show-related image or logo. (...) Such themed activities can appear transparent and patronizing, designed not for the benefit of the audience, but to serve the interests of sponsoring advertisers, who generally interpret all show-related activities as opportunities to reach potential consumers with brand messages."²⁰⁰

De tweede vorm van gestructureerde activiteiten zijn de "experiential activities [which] place participants in a specific role, which in turn allows them to experience show-related thrills through their own actions."²⁰¹ Askwith spreekt hier over verschillende soorten spellen waarbij men vier soorten rollen kan hebben: 1) als zichzelf, 2) als een bekend personage uit de verhalenwereld, 3) als een nieuw karakter binnen die verhaalwereld of 4) als een ongespecificeerde persoon.²⁰² Toch is ook hier de vraag in hoeverre een persoon zelf iets toe kan voegen aan het geheel. Want hoewel je doordat je zelf handelt (het spelen van een rol, bijvoorbeeld door in de *Raveleijn Game* als een Ruiters van Raveleijn allerlei opdrachten uit te voeren om uiteindelijk de stad te bevrijden) het gevoel hebt dat jij de ontwikkelingen binnen het verhaal medebepaald, is die vrijheid door de vooraf bedachte regels van het spel reeds zeer ingeperkt. Overigens ligt het maar net aan het type experiential activity hoe sterk die vrijheid beperkt wordt. In zijn algemeenheid kan daarom gesteld worden dat hoe vrijer de persoon gelaten wordt, hoe meer hij in staat gesteld wordt om daadwerkelijk iets vanuit zichzelf aan de verhalenwereld toe te voegen. Neemt hij de rol van een bestaand personage aan, dan is hij in principe gebonden aan de karaktertrekken zoals die reeds bekend zijn. Creëert hij echter een geheel nieuw karakter, dan is de persoon in kwestie veel vrijer en daardoor in staat om vanuit zijn creativiteit nieuwe elementen aan de fictieve wereld toe te voegen.

Askwith vervolgt vervolgens met 'productive activities': "touchpoints that position viewers, whether as individuals or collaborators, as authors and producers of 'new' content"²⁰³ die drie vormen kennen: 1) kennis, 2) creatieve werken en 3) sociale teksten. Met betrekking tot de eerste vorm geeft hij het voorbeeld van een wiki, een verzameling hypertextdocumenten waarbij fans van over de hele wereld met elkaar samenwerken om online zoveel mogelijk kennis met elkaar te verzamelen en delen. De creatieve werken zijn door fans gecreëerde artefacten, zoals nieuwe hoofdstukken voor een boek, of filmpjes op YouTube waar de personages nieuwe avonturen beleven. Vaak worden deze zaken gemaakt zonder toestemming en meestal wordt dat oogluikend toegestaan. Een enkele keer wordt het publiek wel officieel in de gelegenheid gesteld. Sociale teksten zijn die uitingen op fora, chatboxen etc. waarin bepaalde uitlatingen over het verhaal gedaan worden.²⁰⁴

²⁰⁰ Ibidem, pp: 76-77.

²⁰¹ Ibidem, p: 77.

²⁰² Ibidem, p: 78.

²⁰³ Ibidem, p: 80.

²⁰⁴ Ibidem, pp: 80-82.

Als laatste behandelt Askwith de 'challenge activities': "pastimes that provide viewers with an opportunity to demonstrate their skills, competencies or expert capabilities (...) as a means of overcoming challenges."²⁰⁵ Askwith geeft daarbij het voorbeeld van de Trivia quiz, waarbij allerlei details opgerakeld moeten worden. Deze laatste categorie is niet erg sterk, te meer omdat Askwith zelf ook aangeeft dat de computerspellen die hij eerder als experiential beschreef ook uitdagingen (kunnen) bevatten.²⁰⁶ Hetzelfde kan gelden voor een 'productive activity' zoals het verzamelen van kennis.

Maar welke activiteit de gebruiker ook aanneemt, er is altijd een bepaalde rol mee gemoeid: van voyeur tot auteur, van zichzelf tot personage. Sommige van die rollen vragen hem om enkel de zintuiglijke prikkels te consumeren, te interpreteren en te reconstrueren, andere stimuleren hem om op basis van die reconstructie zelf iets aan het geheel toe te voegen. Die stimulans kan de crossmedia verteller er zelf in proberen te stoppen in de hoop dat de consument hem oppikt en er mee aan de slag gaat, soms ontstaat die stimulans in de consument zelf, doordat hij helemaal in de verhalenwereld opgaat en middels een eigen creatie zijn fan zijn wil uiten.

²⁰⁵ Ibidem, p: 82.

²⁰⁶ Ibidem.

**EN ZE LEEFDEN
NOG LANG EN
GELUKKIG...**

"Nooit komt er een eind aan het leed."

Jan Jacob Slauerhoff

EN ZE LEEFDEN NOG LANG EN GELUKKIG...

De discipline van de crossmedia dramaturgie staat nog in de kinderschoenen. Dat komt niet zozeer omdat het fenomeen crossmedia nieuw is. Dat is namelijk ook niet. Zo maakte de kerk immers eeuwen geleden al gebruik van Bijbel, mis, processie, glas-in-loodramen en beeldwerken om verschillende delen van haar verhaal te vertellen aan verschillende doelgroepen. Voor de simpele ziel die het Latijn van de mis niet verstond en die niet lezen kon, waren er bijvoorbeeld nog de 14 staties: beelden of glas-in-loodramen die de belangrijkste momenten in de lijdensweg van Christus toonden. Wel nieuw is de mate waarin deze techniek wordt toegepast. In een in rap tempo uitdijend medialandschap wordt crossmedia storytelling steeds meer ingezet om te kunnen overleven in de strijd om de relatief steeds kleiner wordende hoeveelheid aandacht. Het is deze toename in het gebruik van crossmedia storytelling die de aandacht van mediawetenschappers zoals Henry Jenkins heeft weten te trekken, waardoor het vakgebied van crossmedia storytelling kon ontstaan.

In deze scriptie heb ik getracht aan dat vakgebied bij te dragen door een nieuw theoretisch raamwerk voor te stellen op basis waarvan de crossmedia producer de ervaring voor de ontvanger zo consistent mogelijk kan maken. Dat raamwerk is ten eerste gestoeld op het begrip van het verhaal als een genetwerkte constructie die meerdere betekenislagen kent: de verbinding, de contactvorm, de perceptie, de directheid en de context. Dit raamwerk ontwikkelde ik reeds eerder in mijn artikel "The Networks of Stories"²⁰⁷ maar heb ik in deze thesis op een aantal fronten aangepast. De eerste laag, de verbinding, is op basis van de theorieën van Christy Dena (verschillende typen kanalen) en Ivan Askwith (relaties tussen publiek en personages) uitgebreid met een model van de relaties tussen toeschouwer, publiek, 'beroemdheden' en de fictieve verhalenwereld. De crossmedia producer heeft invloed op een flink aantal van deze relaties binnen dit model, maar heeft uiteraard geen controle over de rollen die zijn publiek in het echte leven heeft. Belangrijk voor hem is om van zijn beoogde doelgroep te inventariseren welke relaties zij interessant vindt om met de verhalenwereld (diëgetisch of non-diëgetisch) aan te willen gaan. In de tweede laag, de contactvorm, heb ik het basismodel voor de schematische weergave van een crossmediaal verhaal toegevoegd. De belangrijkste aspecten daarbij zijn de connectoren (Dena's CTA's) tussen en de beschikbaarheid van de verschillende media-uitingen in de tijd. Gezamenlijk bepalen zij welke paden (idealiter) door het crossmediale verhaal te bewandelen zijn. Verder is met een tweetal experimenten van het Chinese fluisterspel inzichtelijk gemaakt hoe een 'verhaal' verandert wanneer het keer op keer wordt doorverteld. Enerzijds diende dit slechts ter illustratie en ondersteuning van de laag van de directheid. Anderzijds was het doel de nieuwe vijfde laag - de context - te introduceren en onderbouwen. De twee uitgevoerde experimenten bieden uiteraard onvoldoende data om echte conclusies te trekken over de werking van de mechanismen die optreden wanneer mensen elkaar verhalen doorvertellen. Op basis van de twee resultaten is echter het belang van krachtige connectoren en de iconische en symbolische relaties (Van Vliet) aannemelijk gemaakt. Zeker omdat er soms veel tijd en dus andere verhalen tussen de verschillende media-uitingen van het crossmediale verhaal

²⁰⁷ Smoorenburg "The Networks of Stories".

kunnen zitten. Verder onderzoek naar de werking van connectoren en de mate waarin de context van invloed is op het onthouden en doorgeven van een verhaal lijkt in ieder geval zeer zinvol.

Ten tweede bouwt het model voort op de beginselen van de dramaturgie zoals die door Aristoteles zijn vastgelegd en zoals die later begrepen zijn: de eenheid van tijd, plaats en handeling. Waar de Griekse filosoof deze eenheden beschreef als 'wetmatigheden' voor de plot van de tragedie, heb ik ze in deze scriptie ingezet als de drie hoofdcomponenten van een nieuw theoretisch kader voor de ontwikkeling en analyse van crossmediale verhalen. Waar de eenheid van tijd, plaats en handeling van de plot van een verhaal, reeds achterhaald is (daarmee niet zeggende dat zij niet meer toegepast zou kunnen worden), is de eenheid van tijd, plaats en handeling van het publiek dat niet. De mens leeft nu eenmaal in een chronologische aaneengesloten tijdsperiode. Hij kan zich zowel in plek A als in plek B bevinden, echter nooit tegelijkertijd. En als hij van A naar B gaat, heeft hij daar altijd eerst een weg voor af te leggen. Aristoteles stelt dat het individu nooit onderwerp van de plot kan zijn, omdat diens leven en handelen te diffuus is om er een eenheid van te smeden: dat is echter wel de dagelijkse praktijk van de mens. Alles wat hij meemaakt en doet brengt hij in meer of mindere mate in verband met elkaar op basis van zijn sociaal-culturele achtergrond. Het crossmediale verhaal gehouden tegen de eenheid van tijd, plaats en handeling van het publiek door middel van de analyses van drie hoofd case studies (*LOST*, *In Therapie* en *Raveleijn*) en verschillende kleine studies (*Sprookjesboom*, KPN "Thuis Live TV op je laptop en tablet" etc.) levert een aantal belangrijke inzichten op.

Met betrekking tot de eenheid van tijd zijn de volgende conclusies te noemen: de volgorde waarin de kanalen gepubliceerd worden vormt de eerste beschikbare route die het publiek door het crossmediale verhaal kan volgen. De plaatsing van connectoren in combinatie met de beschikbaarheid in tijd van die verschillende kanalen, bepaalt welke andere routes het publiek kan volgen. Deze routes zijn slechts de ideale routes zoals die door de producer zijn uitgestippeld. De werkelijkheid is echter grilliger doordat men bijvoorbeeld ook halverwege een televisie-uitzending in kan vallen. De volgorde en mate waarin het publiek de verschillende verhaalonderdelen tot zich neemt, kan variëren doordat daar of 1) bewust voor gekozen is in het design door verschillende routes te ontwikkelen of 2) personen bepaalde connectoren missen of bepaalde onderdelen niet meer beschikbaar zijn. De volgorde waarin informatie tot het publiek komt, is van invloed op het effect van de dramatische ironie constructie en kan daarmee de ervaren emotie en de reconstructie van het verhaal sterk beïnvloeden. Met betrekking tot de beschikbaarheid moet tevens gesteld worden dat in het digitale tijdperk steeds meer enkelvoudige media onbepert en vrijwel kosteloos beschikbaar blijven, een fenomeen dat door Anderson 'the long tail' wordt genoemd. Uit de case study van *In Therapie* blijkt echter dat hoewel de serie (op DVD en als herhaling op televisie) en de app beschikbaar blijven, de wisselwerking en de connectoren tussen die twee kanalen inmiddels verloren zijn gegaan. In het toekomstig design van crossmediale producties verdient het behoud van de routes in het kader van 'the long tale' derhalve bijzondere aandacht.

Ook de eenheid van plaats kent een aantal punten van aandacht met name met betrekking tot de plaatsgebonden consequenties: 1) de fysieke plek van het kanaal waar het publiek aanwezig moet zijn om het deel van het verhaal te consumeren kan bepaalde toegangseisen hebben zoals entreegeld en leeftijds grenzen etc. 2) deze fysieke plek kan bepalend zijn voor de context waarbinnen het verhaaldeel geconsumeerd wordt, bijvoorbeeld de 'verplichte' bioscoopreclames voor aanvang van de film. In het geval van *LOST* dat een internationale doelgroep bediende, traden daarnaast ook landspecifieke consequenties op zoals taal, wetgeving en tijdsverschillen waardoor voor verschillende landen/nationaliteiten verhaalonderdelen weg

bleken te vallen omdat bijvoorbeeld connectoren vernuftig 'verstopt' in de context van een televisie-aflevering niet meereisden naar het buitenland. Het is daarom belangrijk om van tevoren de doelgroep te bepalen en inzichtelijk te krijgen tot welke kanalen zij fysiek toegang heeft. Wanneer de verschillende soorten plaatsen samenvallen (de plaats waar het verhaal zich afspeelt, de plaats waar het verhaal geproduceerd wordt, de plaats waar het verhaal wordt gepubliceerd, de plaats waar het wordt geconsumeerd en de plaats waar het verhaal zich volgens de reconstructie van de gebruiker manifesteert) kunnen er 'problematische' situaties ontstaan. Dit bleek bijvoorbeeld uit de parkshow *Raveleijn* waar de consument zich fysiek midden in het verhaal waant, maar door middel van omroepberichten en televisieschermen er tegelijkertijd weer buiten geplaatst wordt. Dat maakt de plek diffuus en daardoor onlogisch. Tevens is het zo dat door de plaatsgebonden consequenties in de parkshow bepaalde handelingen in het verhaal anders ingevuld worden dan in het boek en de televisieserie. Omdat het getoonde in de parkshow de verhaalonderdelen uit de televisieserie en het boek overlappen, loopt de reconstructie van tijd, plaats en handeling van het verhaal spaak: het publiek constateert inconsistenties. Beter zou het zijn om de overlappings van de verhaalonderdelen in de verschillende kanalen alleen dan toe te staan wanneer zij geen inconsistenties opleveren.

In Hoofdstuk 5 De eenheid van handeling is eerst ingegaan op de indeling van de verschillende type media waaruit een crossmediaal verhaal kan bestaan en welke handelingen daarmee gepaard gaan. Op basis van de theorie van Dena en Glassman is een model vast te stellen dat bestaat uit kanalen die elk één of meerdere medialiteiten (type zintuiglijke prikkels) kunnen bevatten die op hun beurt weer één of meerdere modaliteiten (variëteiten binnen het type zintuiglijke prikkel) aan kunnen roepen. Het filteren van zintuiglijke prikkels is een proces van het verleggen van aandacht. Dat maakt dat het schakelen tussen media-uitingen een zeer complexe aangelegenheid is om naar de gebruiker te communiceren. Het belang van een duidelijke, stimulerende connector is groot: waar moet de consument naar toe gaan voor het volgende deel, hoe komt hij daar en kan hij daar ook komen (het medium framework van Fine en de Skills/Knowledge accessibility value van Dena die liggen opgeslagen in het procedureel geheugen van het LTG) en wat is de beloning (is het de moeite waard, krijgt hij wat hem beloofd is)? Al deze onderdelen staan of vallen bij een juiste interpretatie van de zintuiglijke prikkels. In het interpretatieproces spelen de vijf betekenislagen van het netwerk van het crossmediale verhaal een cruciale rol, waarbij o.a. de rolonderhandeling een groot aandeel heeft omdat een nieuw kanaal, medialiteit en/of modaliteit ook een andere verhouding tot het verhaal en de personages kan inhouden en daardoor motiverend kan werken. Te denken valt aan een meet and greet met de cast en crew. Datzelfde geldt uiteraard ook voor de interpretatie van de verschillende verhaaldelen. Verreweg het belangrijkste onderdeel in de eenheid van handeling is echter de reconstructie, als het ware het oplossen van een puzzel door het consumeren van verschillende media-uitingen. Dit is de drijvende kracht achter het succes van het crossmediale verhaal. Wanneer echter teveel fouten gemaakt worden in de eenheid van tijd, plaats en handeling van de plot, kan dat grote gevolgen hebben voor de ervaring van de gebruiker. Inconsistenties worden slechts tot op bepaalde mate getolereerd. Niet iedereen zal zich bijvoorbeeld bewust zijn geweest van de geografische fouten in *LOST*, maar een kaartenmaker zoals Jonah M. Adkins, die zich er vanuit zijn professionele wellicht behoort aan zou storen, laat zich er toch niet door weerhouden een kaart van het eiland te maken. De verschillen tussen het boek, de televisieserie en de parkshow van *Raveleijn* waren voor mij persoonlijk in ieder geval zo talrijk dat ze mijn persoonlijke ervaring en beoordeling van het crossmediale verhaal wel negatief hebben beïnvloed. Naast het consumeren van het crossmediale verhaal is de gebruiker ook in staat er iets aan toe te voegen, ongeacht of hij daar officieel door de makers voor in de

gelegenheid wordt gesteld. Zijn toevoegingen creëert hij op basis van zijn actuele reconstructie van het crossmediale verhaal. Wat de fan kan toevoegen, is gebaseerd op zijn vermogen bepaalde zintuiglijke stimuli te creëren en die vervolgens samen te brengen in kanalen, medialiteiten en modaliteiten. Welke activiteit de gebruiker ook aanneemt, er is altijd een bepaalde rol mee gemoeid: van voyeur tot auteur, van zichzelf tot personage. Sommige van die rollen vragen hem om enkel de zintuiglijke prikkels te consumeren, te interpreteren en te reconstrueren, andere stimuleren hem iets aan het geheel toe te voegen. De crossmedia producer kan proberen de consument daartoe te verleiden, maar soms ontstaat die stimulans al in de gebruiker zelf doordat die geheel in de fictieve wereld opgaat en als fan er zelf iets aan toe wil voegen.

Helaas spelen ook een aantal financiële factoren een grote rol in de huidige crossmedia praktijk. Zo zien we dat auteursrechten en licentiekosten per land verschillen en dat de (on)bereidheid van producenten om de vraagprijs aan te passen en van lokale afnemers om de kosten te betalen bepalend is voor de lokale beschikbaarheid van de verschillende verhaaldelen. De analyse van *Raveleijn* toonde ons daarnaast dat er inconsistenties tussen overlappende delen in verschillende kanalen kunnen optreden, die mogelijk veroorzaakt worden door het kostenbeleid: het inhuren van minder acteurs dan beschreven in het boek, en het inhuren van andere acteurs voor de tv-serie dan voor de parkshow. Zeker bij een gelijktijdige productie van een crossmediaal verhaal zouden zulke 'feiten' beter met elkaar afgestemd kunnen worden. Het opvoeren van drie personages in een boek is veel makkelijk aan te passen naar twee, dan het inhuren van een extra acteur voor de televisieserie. Om echter zeker te zijn dat de financiën de reden van deze inconsistenties zijn, zouden diepte-interviews met de makers en producenten gehouden moeten worden. Iets dat zich prima voor nader onderzoek kan lenen. Ook worden omwille van de tijd en kostenbesparingen verschillende media-uitingen tegelijkertijd geproduceerd terwijl er geen gedegen pre-productiefase heeft plaatsgevonden. Hierdoor loopt men het risico dat er inconsistenties optreden zoals dat bij *LOST* het geval was met het manuscript *Bad Twin*. Ook komt het voor dat uitbreidingen pas ontwikkeld worden nadat het 'originale' verhaal zich bewezen heeft. Wanneer een verhaal succesvol is, bestaat er tevens de neiging om de succesformule tot op de laatste druppel uit te melken. Dit levert dan bijvoorbeeld de 'themed activities' van Askwith op die vaak niets aan het geheel toevoegen en die door de fans als een 'belediging' worden beschouwd omdat ze overduidelijk alleen voor het economisch gewin van de producenten ontworpen zijn terwijl de fan er geen toegevoegde waarde in vinden kan. Het is bovendien gevaarlijk, omdat het uitmelken uiteindelijk leidt tot redundantie. Iets dat Jenkins in zijn definitie van transmedia al aangeeft als de oorzaak voor het verdwijnen van de interesse van de fan. Hierdoor eindigt een crossmediaal verhaal niet onder zijn eigen voorwaarden, wordt de ervaring van de gebruiker niet op zijn allerbest afgerond en heeft de katharsis, om met Aristoteles te spreken, een bittere nasmaak.

Gelukkig zijn er ook goede ontwikkelingen. De *LOST* finale die min of meer gelijktijdig over de hele wereld werd uitgezonden is daar een mooi voorbeeld van. Hoewel er nog wat te winnen valt m.b.t. de plaatsgebonden consequenties (zoals het ontbreken van ondertitelingen in de lokale taal) toont het in ieder geval aan dat men de bereidheid heeft om de beschikbaarheid in tijd voor de gehele (internationale) doelgroep gelijk te trekken. En ook de poging van de *LOST* makers om het verhaal onder zijn eigen voorwaarden te laten eindigen door het niet eindeloos uit te blijven breiden, stemt positief. Het zit misschien in de aard van crossmedia om de verhalenwereld steeds verder uit te breiden naar nieuwe platformen en kanalen, maar het gevaar zit er in dat men het overzicht kwijt raakt, er meer inconsistenties optreden, en dat de oorspronkelijke creatieve bron uitgeput raakt waardoor een herhaling van zetten optreedt. Om

meer economisch gewin uit een crossmediaal verhaal te halen, kan men echter ook het ontwerp zo maken dat het in zijn originele vorm beschikbaar blijft. Dat wil zeggen dat niet alleen alle individuele media-uitingen moeten blijven bestaan, maar dat ook de connectoren die de delen met elkaar verbinden en de originele 'pacing' er tussen in tact blijven. Zo creëert men een *long tale*: een optimale crossmediale verhalenwereld die in omvang (toevoegingen van de gebruikers buiten beschouwing gelaten) begrensd is maar die in tijd, plaats en handeling tot in einde van dagen volledig beschikbaar blijven. Verder onderzoek naar de kansen en mogelijkheden om dit behoud te bewerkstelligen lijkt mij zeer waardevol. Want crossmedia storytelling is here to stay.

LITERATUUR

BRONNEN EN LITERATUUR

Anonieme auteur. "Open einde voor Lost?" op *www.televizier.nl* (02 mei 2010)
p: <http://www.televizier.nl/nieuws/tv-nieuws/open-einde-voor-lost.372406.lynkx>.

Anonieme auteur. "Laatste beetje Lost" op *www.televizier.nl* (07 augustus 2010)
p: <http://www.televizier.nl/nieuws/tv-nieuws/laatste-beetje-lost.374412.lynkx>.

Anonieme auteur. "Finale Lost wereldwijd tegelijk" op *www.televizier.nl* (22 mei 2010)
p: <http://www.televizier.nl/nieuws/tv-nieuws/finale-lost-wereldwijd-tegelijk.372816.lynkx>.

Meerdere anonieme auteurs. "Signs of Life" op *Lostpedia: The Lost Encyclopedia* (laatst geredigeerd op 01 september 2010) p: http://lostpedia.wikia.com/wiki/Signs_of_Life.

Meerdere anonieme auteurs. "Live Together, Die Alone" op *Lostpedia: The Lost Encyclopedia* (laatst geredigeerd op 3 juli 2012) p: http://lostpedia.wikia.com/wiki/Live_Together,_Die_Alone.

Meerdere anonieme auteurs. "Pilot, Deel 1" op *Lostpedia: The Lost Encyclopedia* (laatst geredigeerd op 24 juni 2011) p: http://nl.lostpedia.wikia.com/wiki/Pilot,_Deel_1.

ABC. Still uit "Two for the Road" (aflevering 20 seizoen 2) van *LOST*.

ABC "Cook Certificate" uitgereikt aan Rutger Smoorenburg op 18 november 2008 na voltooiing van de Alternate Reality Game *The Dharma Initiative Recruiting Project*.

Adkins, Jonah M. *The Geography of LOST* op *Tumblr* p: <http://geographyoflost.tumblr.com> en op *Facebook* p: <http://www.facebook.com/pages/The-Geography-of-LOST/146926845329593>.

Anderson, Chris. *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More* (New York: Hyperion, 2008).

Apperley, Tom. *Getting Stuck on Level One: Designing a Research Method Appropriate to X-box* (Melbourne: Melbourne University, 2004).

Aristoteles. *Poëtica*. Vertaald door N. van der Ben en J. M. Bremer. (Amsterdam: Athenaeum-Polak & Van Gennep, 1999).

Askwith, Ivan D. *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium*. (Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, 2007).

Azéma, Marc en Florent Rivère. "Animation in Palaeolithic art: a pre-echo of cinema" in *Antiquity* 86 (332) 2012, pp: 316–324.

BBC. "Identity" uit *Absolutely Fabulous* (Londen: BBC, 25 december 2011).

Benjamin, Walter. "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction" vertaald door Harry Zohn in *Illuminations* onder redactie van Hannah Arendt (New York: Random House Usa Inc, 1969), paginanummers onbekend.

Blumer, Herbert. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method* (Berkeley: University of California Press, 1969).

Bolter, Jay David en Richard Grusin. *Remediation. Understanding New Media* (Cambridge, Ma: MIT Press, 2000).

Borg, Marlies ter *Koran en Bijbel in verhalen* (Amsterdam: Van Holkema & Warendorf, 2007).

Bosdriesz, Jan. *Dick Bos weer in actie* (Cinevista en de AVRO: 2004).

Boyd, Brian. *On the Origin of Stories: Evolution, Cognition, and Fiction*. (Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press, 2009).

Break Media. *Digital Video Advertising Trends: 2011* (Break Media, 2010)

Caldwell, John. "Convergence Television: Aggregating Form and Repurposing Content in the Culture of Conglomeration" *Television after TV: Essays on a Medium in Transition* onder redactie van Lynn Spigel en Jan Olsson (Durham: Duke University Press, 2004): pp: 41-74.

Copier, Marinka. *Beyond the Magic Circle: A Network Perspective on Role-Play in Online Games* (Utrecht, Universiteit Utrecht, 2007).

De Efteling. *Parkshow Raveleijn* (eigen opname, 28 juni 2012).

Dena, Christy . "Current State of Cross Media Storytelling: Preliminary observations for future design" onder redactie van Monique de Haas in '*Crossmedia communication in the dynamic knowledge society*' *networking session* (Den Haag: European Information Systems Technologies Event, 15 november 2004).

Dena, Christy. "Patterns in Cross-Media Interaction Design: It's much more than a URL..." (Sydney: University of Sydney, 2007).

Dena, Christy. "Towards a Poetics of Multi-Channel Storytelling" (Melbourne: School of Creative Arts, University of Melbourne, 2004).

Dijkerman, Daphne en Indira Reynaert. *Basisboek Crossmedia Concepting* onder redactie van Noline Fokkema (Den Haag: Boom Onderwijs, 2009).

Ehrbar, Ned. "Na einde van Lost drukker dan ooit" in *Metro* (27 mei 2010)
p: <http://www.metronieuws.nl/nieuws/na-einde-van-lost-drukker-dan-ooit/dYBjeA!n190329/>.

Evangelische Omroep "Geloof in de Schepping?" uit '*t Zal je maar gebeuren* (Hilversum: EO, 03 februari 2009).

Dilli, Şirin en Sjors Bos. "Transmedia storytelling: de ontvanger als onderdeel van het verhaal" op www.frankwatching.com (16 juli 2012),
p: <http://www.frankwatching.com/archive/2012/07/16/transmedia-storytelling-de-ontvanger-als-onderdeel-van-het-verhaal/>.

Efteling Media en FourOne Media B.V. *De TV Serie Raveleijn* (2011).

Fine, Gary Alan. *Shared Fantasy: Role-Playing Games as Social Worlds*. (Chicago: University of Chicago Press, 1983).

Fiske, John. *Television Culture* (New York & Londen: Methuen, 1987).

Glassman, William E. *Stromingen in de psychologie* Nederlandse bewerking door Hans Geluk. (Baarn: HBuitgevers, 2004).

Goffman, Erving. *The Presentation of Self in Everyday Life* (Edinburgh: University of Edinburgh, 1959).

Gool, Daniël van. "PICNIC: Everything We Know About Transmedia Is Wrong" op www.argn.com (Alternate Reality Gaming Network, 2010)
p: http://www.argn.com/2010/09/picnic_everything_we_know_about_transmedia_is_wrong/.

Gripsrud, Jostein. *Understanding Media Culture* (Londen: Arnold, 2002).
Hildebrand, Wil. "De Poëtica van Aristoteles" in *Syllabus Verbeeldingsprincipes 1* (Utrecht: Universiteit Utrecht, 2003): pp: 78-86.

ING Nederland. "De Mol trapt af met Van der Wiel" op [www.youtube.com](http://www.youtube.com/watch?v=YI8BAQT4FqE&feature=g-all-u) (06 juni 2012),
p: <http://www.youtube.com/watch?v=YI8BAQT4FqE&feature=g-all-u>.

Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. (Londen, New York: New York University Press, 2006).

Kamberbeek, J.C. "Aspecten van de Tijd in de Griekse Tragedie (speciaal bij Aeschylus)" in *Mededelingen der Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, Afd. Letterkunde* (Jaargang 26, Nummer 4) (Amsterdam: N.V. Noord-Hollandsche Uitgevers Maatschappij, 1963): pp: 147-158.

Kelly, Kevin. "The Technium and the 7th Kingdom of Life" in *Edge: The Third Culture* (19 juli 2007) p: http://www.edge.org/3rd_culture/kelly07/kelly07_index.html.

Kelly, Kevin. "How does technology evolve? Like we did" lezing op www.ted.com (gefilmd februari 2005, gepost november 2006):
p: http://www.ted.com/talks/kevin_kelly_on_how_technology_evolves.html.

Konijn, Elly A. *Welke rol speelt u vandaag?* (Amsterdam: Universiteit van Amsterdam, 1985).

KPN "Thuis Live TV op je laptop en tablet" op [www.youtube.com](http://www.youtube.com/watch?v=hBiLRlIpBfg) (27 februari 2012)
p: <http://www.youtube.com/watch?v=hBiLRlIpBfg>.

Kress, Gunther en Theo van Leeuwen *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication* (Londen: Arnold, 2001).

Limburg, Dirk. "CS-Recensent: Lost is onbegrijpelijk en toch fantastisch" op [www.nrc.nl](http://weblogs.nrc.nl/cultuurblog/2010/05/21/lost-niet-te-begrijpen-en-toch-fantastisch/) (21 mei 2010)
p: <http://weblogs.nrc.nl/cultuurblog/2010/05/21/lost-niet-te-begrijpen-en-toch-fantastisch/>.

Loon, Paul van. *Raveleijn* (Amsterdam: Leopold, 2012).

McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The Extensions of Man* (Bergenfield, New Jersey: New American Library, 1964).

Meehan, Eileen R. "'Holy Commodity Fetish, Batman!': The Political Economy of a Commercial Intertext" in *The Many Lives of the Batman: Critical Approaches to a Superhero and his Media*. Onder redactie van Roberta E. Pearson en William Uricchio. (New York & Londen: Routledge, 1991): pp: 47-65.

NCRV, NPO Innovatie en Elastique. *In Therapie* versie 1.1 (11 augustus 2011).

NOS "Beroemde Lost-attributen geveild" op www.nos.nl (25 mei 2010)
p: <http://nos.nl/artikel/159603-beroemde-lostattributen-geveild.html>.

NOS "Omstreden therapeut op non-actief" op www.nos.nl (17 augustus 2011)
p: <http://nos.nl/artikel/264998-omstreden-therapeut-op-nonactief.html>.

Quest "Zou er ooit een geurtelevisie kunnen bestaan?" op www.quest.nl (15 augustus 2012)
p : <http://www.quest.nl/vraag-en-antwoord/zou-er-ooit-een-geurtelevisie-kunnen-bestaan>.

Reijerman, Dimitri. "Nederlands bedrijf brengt Polaroid-films weer op de markt" op www.tweakers.net (23 maart 2010), p: <http://tweakers.net/nieuws/66356/nederlands-bedrijf-brengt-polaroid-films-weer-op-de-markt.html>.

Russell, Cristel Antonia, Andrew T. Norman en Susan E. Heckler. "People and "Their" Television Shows: An Overview of Television Connectedness" in *The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion* onder redactie van L.J. Shrun (Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2004): pp: 275-290.

Sannevgaalen1980 "Efteling Raveleijn complete show eerste versie (april 2011)" op www.youtube.com 08 april 2011,
p: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=0VWQJJOI5Dw#1.

Schmidt, Annie M.G. "Hendrik Haan" uit *Ja Zuster, Nee Zuster* (VARA, 1966-1968).

Shakespeare, William. *As You Like It* (Shakespeare Literature, 2003 (origineel rond 1600)): p: http://www.shakespeare-literature.com/As_You_Like_It/10.html.

Smoorenburg, Rutger. "Crossmedia Storytelling en het Verlangen naar een Übermedium" (Utrecht: Universiteit Utrecht, 2008) ongepubliceerd artikel.

Smoorenburg, Rutger. "The Networks of Stories" in *The Journal of Network Theory* (Utrecht: Universiteit Utrecht, 2006): pp: 30-48.

Snuf94 "Raveleijn Show nieuwe versie (25 oktober)" op www.youtube.com (29 oktober 2011),
p: <http://www.youtube.com/watch?v=ahzqEbq4IH4&feature=related>.

SPOT. *Alles over tijd: tijdsbestedingsonderzoek 2008* (SPOT, RAB en PBE, 2008).

SPOT. *Alles over tijd: tijdsbestedingsonderzoek 2012* (SPOT, 2012).

Stichting KijkOnderzoek. "Jaar top 100 inclusief sport" op www.kijkonderzoek.nl (2011),
p: http://kijkonderzoek.nl/component/Itemid,45/option,com_kijkcijfers/file,j1-0-1-p.

Stichting SpinAwards "In Therapie" op www.spinawards.nl,
p: <http://www.spinawards.nl/inzending/bekijken/979>.

TheFineBros still uit "LOST Parody #3 - Harry Potter" op www.youtube.com (25 maart 2008),
p: https://www.youtube.com/watch?v=CbgECF72kLc&list=FLxYzfv2Ts7qHDEGNPuKT_tA.

Thompson, Frank. *LOST: Signs of Life* (New York: Hyperion, 2006).

Toebosch, Theo. "Cartoons uit de prehistorie" in *NRC Next* (11 juni 2012), pp: 14-15.

Troup, Gary. *Bad Twin* spookschrijver Laurence Shames (New York: Hyperion, 2006).

Ven, Arthur van de. ".View of Point Different A: The English Channel of Al Jazeera" presentatie gehouden tijdens *Crossmedia Storytelling: International Media Conference on Cross-Medial Future Mechelen* (Mechelen: Katholieke Hogeschool Mechelen, 23 en 24 november 2007).

Verbraak, Coen. "Paul Witteman is een bange poeperd" in *NRC Weekend* (11 augustus 2012), pp: 18-19.

Vliet, Harry van. *Idola van de Cross-Media* (Utrecht: Hogeschool Utrecht, 2008).
Wwwendy. "Super" App recensie nr. 13 van *In Therapie* in de *AppStore* van Apple, (10 augustus 2011).

YouTube "Holy Nyans! 60 hours per minute and 4 billion views a day on YouTube" op *The Official YouTube Blog* (23 januari 2012), p: <http://youtube-global.blogspot.nl/2012/01/holy-nyans-60-hours-per-minute-and-4.html>.

Zeitchik, Steve. "Inside Move: It's a Shames: 'Lost' finds forgotten 'Twin'" op *www.variety.com* (18 juni 2006), p: <http://www.variety.com/article/VR1117945504?categoryId=14&cs=1>.

Z24 "Veiling spullen van de serie 'Lost' brengt bijna 2 miljoen dollar op" op *www.z24.nl* (25 augustus 2010) p: <http://www.z24.nl/ondernemen/veiling-spullen-van-de-serie-lost-brengt-bijna-2-miljoen-dollar-op>.

BIJLAGEN

BIJLAGE A

TRANSCRIPTIE PROEF 1 FLUISTERSPEL

N.B. In verband met privacy zijn de namen van de deelnemers aan het experiment in onderstaande transcriptie vervangen door de coderingen P1, P2, P3 etc.

START PROEF 1

(De eerste deelnemer P1 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2.)

Onderzoeker: Ok, je mag hier *(wijst naar stoel 1)* gaan zitten.

(P1 gaat zitten op stoel 1.)

Onderzoeker: Ik ga je zo dadelijk een zin vertellen...

P1: *(bevestigend)* hmhm.

Onderzoeker: ... en daarna haal ik de volgende persoon erbij en dan ga ik jou vragen om die zin die je zojuist gehoord hebt aan die persoon door te vertellen.

P1: We moeten het dus gewoon herhalen. In mijn eigen woorden of exact hetzelfde?

Onderzoeker: Exact hetzelfde proberen. Maar ik zeg de zin maar 1 keer. En zo goed mogelijk doorgeven. En daarna vraag ik je om naar de volgende ruimte te gaan. Ok. Klaar voor?

P1: Ja.

Onderzoeker: **Van de 112 passagiers aan boord van het vliegtuig dat vorig jaar in zee neerstortte, werden na 3 maanden zoeken 13 personen levend teruggevonden op een tropisch eiland. (ZIN 1)**

(De volgende deelnemer P2 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2. Tegelijkertijd staat deelnemer P1 op van stoel 1 en neemt plaats op stoel 2.)

Onderzoeker: *(tegen P2)* Je mag daar *(wijst naar stoel 1)* gaan zitten.

P2: Ja. *(gaat op stoel 1 zitten)*

Onderzoeker: P1 gaat jou een zin vertellen...

P2: Ja.

Onderzoeker: En daarna gaat hij weg en komt de volgende persoon binnen...

P2: Ja.

Onderzoeker: ... en dan moet je die zin zo goed mogelijk navertellen aan de volgende persoon.

P2: Ok.

P1: *(lacht)* Ik ben al de helft kwijt...
Van de 112 passagiers... *(ZIN 2 – deel 1 van 3)*

P2: *(herhaalt voor zichzelf)* 112

P1: **...in het vliegtuig...** *(ZIN 2 – deel 2 van 3)*

P2: *(herhaalt voor zichzelf)* 112 ... 122 passagiers

P1: **... werden er 12 teruggevonden op een tropisch eiland.** *(ZIN 2 – deel 3 van 3)*

P2: *(tegen P1)* Was dat het?

P1: Nee, maar *(lacht)* dat is wat ik onthouden heb.

P2: Oh wacht ... wacht *(herhaalt voor zichzelf)* Van de 112 passagiers zijn er 12 teruggevonden...

Onderzoeker: *(tegen P1)* Wil jij naar de volgende ruimte gaan? *(P1 vertrekt naar ruimte 3)*
(tegen P2) Wil jij op die stoel gaan zitten?

P2: Ja *(en verplaatst zich naar stoel 2)*

(De volgende deelnemer P3 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2.)

Onderzoeker: *(tegen P3, wijst naar stoel 1)* Mag je hier plaats gaan nemen.

P3: Ja. *(gaat op stoel 1 zitten)*

P2: Het is net "Ik hou van Holland".

Onderzoeker: P2 gaat zo dadelijk aan jou een zin vertellen...

P3: Ja.

Onderzoeker: ...daarna gaat ze naar de volgende ruimte en dan wil ik aan jou vragen om aan de volgende persoon die zin die je gehoord hebt zo goed mogelijk door te vertellen.

P3: OK.

P2: **Van de 112 passagiers van het vliegtuig zijn er 12 teruggevonden op een tropisch eiland. (ZIN 3)**

Onderzoeker: *(tegen P2)* OK. Dankjewel. Mag je daar naartoe *(wijst naar ruimte 3)*.

(P2 vertrekt naar ruimte 3. Tegelijkertijd staat deelnemer P3 op van stoel 1 en neemt plaats op stoel 2. De volgende deelnemer P4 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2.)

Onderzoeker: *(tegen P4)* Mag je daar *(wijst naar stoel 1)* plaats gaan nemen, P4. P3...

P4: P3. Ja. *(gaat op stoel 1 zitten)*

Onderzoeker: ... gaat je zo dadelijk een zin vertellen. Daarna gaat ze naar de volgende ruimte en dan komt de volgende patiënt binnen...

P4: Ja.

Onderzoeker: En dan wil ik aan jou vragen om die zin zo goed mogelijk aan de volgende persoon door te vertellen die dadelijk komt.

P4: Ja. OK.

Onderzoeker: OK.

P3: **Van de 112 passagiers in het vliegtuig zijn er 12 teruggevonden op een tropisch eiland. (ZIN 4)**

Onderzoeker: *(tegen P3)* Dankjewel. Dan mag je naar de volgende ruimte gaan. *(tegen P4)* P4, dan mag jij opschuiven als je wil.

(P3 vertrekt naar ruimte 3. Tegelijkertijd staat deelnemer P4 op van stoel 1 en neemt plaats op stoel 2. De volgende deelnemer P5 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2.)

Onderzoeker: *(tegen P5, wijst naar stoel 1)* Mag je daar gaan zitten.

(P5 gaat op stoel 1 zitten)

P4: Je dingetje *(iPhone waarmee het experiment wordt geregistreerd)* is uit.

Onderzoeker: *(tegen P4)* Hij loopt volgens mij gewoon door hoor. *(checkt dat)* Ja.

P5: Wouw.

Onderzoeker: Ja. *(tegen P5)* P5, P4 gaat jou dadelijk een zin vertellen.

P5: Ja.

Onderzoeker: Daarna gaat hij naar de volgende ruimte. Dan komt de volgende persoon binnen en dan wil ik aan jou vragen om die zin zo goed mogelijk aan de volgende persoon door te vertellen.

P5: Oeioei.

P4: **Van de 112 passagiers in het vliegtuig zijn er 12 teruggevonden op het tropisch eiland. (ZIN 5)**

Onderzoeker: *(tegen P4)* Dankjewel. *(P4 vertrekt naar ruimte 3)* Je kunt doorschuiven P5.

(Deelnemer P5 staat op van stoel 1 en neemt plaats op stoel 2. De volgende deelnemer P6 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2.)

Onderzoeker: *(tegen P6, wijst naar stoel 1)* Je kunt daar gaan zitten, P6.

(P6 gaat op stoel 1 zitten.)

Onderzoeker: P6, P5 gaat je dadelijk...

P6: *(lacht door de blik van P5)*

Onderzoeker: P5 gaat je dadelijk een zin vertellen...

P6: Ja.

Onderzoeker: ... en dan gaat hij naar de volgende ruimte...

P6: Ja.

Onderzoeker: En dan wil ik je vragen om even op te schuiven en komt de volgende persoon binnen en dan wil ik aan jou vragen die zin zo goed mogelijk aan de volgende persoon door te vertellen.

P6: Ja.

Onderzoeker: *(tegen P5)* Ga je gang P5.

P5: *(gniffelt)* ehmm... *(gniffelt)* **Van de 112 passagiers in het vliegtuig zijn er 80 teruggevonden op een tropisch eiland. (ZIN 6)**

Onderzoeker: Ja, dankjewel. Dan mag je naar de volgende.

(P5 vertrekt naar ruimte 3. Tegelijkertijd staat deelnemer P6 op van stoel 1 en neemt plaats op stoel 2. Daarna herhaalt P6 zachtjes de zin voor zichzelf terwijl de volgende deelnemer P7 uit ruimte 1 wordt gehaald en ruimte 2 betreedt.)

P7: *(ziet dat P6 er nog zit)* Oh, je bent er nog. *(gaat op stoel 1 zitten)*

Onderzoeker: P7, P6 gaat je zo dadelijk een zin vertellen. Daarna gaat hij naar de volgende ruimte. En komt de volgende persoon binnen. En ik wil je dan vragen om daar *(wijst naar stoel 2 waar P6 nu zit)* te gaan zitten.

P7: *(bevestigend)* hmhm.

Onderzoeker: En aan die volgende persoon de zin die je zojuist gehoord hebt zo goed mogelijk door te vertellen.

P6: **Van de 112 passagiers van een vliegtuig zijn er 80 teruggevonden op het tropisch eiland.** *(ZIN 7)*

P7: OK

Onderzoeker: *(tegen P6)* Dankjewel P6.

(P6 vertrekt naar ruimte 3. Tegelijkertijd staat deelnemer P7 op van stoel 1 en neemt plaats op stoel 2. Deelnemer P8 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2.)

Onderzoeker: P8, je mag daar *(wijst naar stoel 1)* gaan zitten.

P8: O. *(gaat op stoel 1 zitten)*

Onderzoeker: P7 gaat je zo dadelijk een zin vertellen...

P8: Ja.

Onderzoeker: Daarna gaat ze naar de volgende ruimte...

P8: Ja.

Onderzoeker: En dan wil ik aan jou vragen om aan mij nog een keer die zin te herhalen.

P8: Te herhalen?

Onderzoeker: Ja.

P8: Ok.

P7: **Van de 112 passagiers van een vliegtuig zijn er 80 teruggevonden op het tropisch eiland.** *(ZIN 8)*

(P7 vertrekt naar ruimte 3.)

Onderzoeker: Wil je nog een keer de zin herhalen?

P8: **Van de 112 passagiers zijn er 80 teruggevonden op een tropisch eiland.***(ZIN 9)*

EINDE PROEF 1

BIJLAGE B

TRANSCRIPTIE PROEF 2 FLUISTERSPEL

N.B. In verband met privacy zijn de namen van de deelnemers aan het experiment in onderstaande transcriptie vervangen door de coderingen P1, P2, P3 etc.

START PROEF 2

(De eerste deelnemer P1 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2.)

Onderzoeker: Je mag gaan zitten *(wijst naar stoel 1)* P4.

P4: Ja.

(P4 gaat zitten op stoel 1.)

Onderzoeker: Hetzelfde principe...

P4: Ja.

Onderzoeker: Alleen net even iets anders.

P4: Ow, waarom staat dit *(wijst naar laptop)* nou zo?

Onderzoeker: Ja dat ga ik je... dat komt vanzelf ... Komt de zin: **Juliette werd door haar man verlaten voor een vrouw die later de 12 jaar jongere schooljuf van hun zoon bleek te zijn.** *(ZIN 1)* ... Dan wil ik vragen om nu naar dit filmpje te kijken *(start op de laptop een YouTube filmpje²⁰⁸ van 2 minuten en 29 seconden waarin Johnny de Mol langsgaat bij voetballer Gregory van de Wiel thuis. Het filmpje wordt volledig uitgekeken.)* Ok, mag je op die stoel *(wijst naar stoel 2)* gaan zitten.

P4: *(gniffelt)*

(De volgende deelnemer P8 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2. Tegelijkertijd staat deelnemer P4 op van stoel 1 en neemt plaats op stoel 2.)

Onderzoeker: *(tegen P8)* Neem plaats *(wijst naar stoel 1)*. P4 gaat aan jou een zin vertellen, daarna gaat hij naar de volgende ruimte en dan gaan wij verder hier.

P8: Ow dan gaan we hier verder. Ow, spannend. *(gaat op stoel 1 zitten)*

P4: **Julietta haar man heeft Julietta verlaten voor een vrouw die meer als 12 jaar jonger was dan haar ... en haar zoon... bleek weer een vriend van hun dochter te zijn.** *(ZIN 2)*

²⁰⁸ ING "De Mol trapt af met Van der Wiel" op [www.youtube.com](http://www.youtube.com/watch?v=YI8BAQT4FqE&feature=g-all-u) 06-06-2012, p:
<http://www.youtube.com/watch?v=YI8BAQT4FqE&feature=g-all-u>

Onderzoeker: (tegen P4) Ok, dankjewel P4, mag je naar de volgende ruimte gaan. P8 wil je daar... nee blijf lekker zitten.

(P4 vertrekt naar ruimte 3)

Onderzoeker: Dan wil ik je vragen naar het volgende filmpje te kijken. (start weer hetzelfde filmpje op de laptop. Het filmpje wordt volledig uitgekeken.) Dan ga ik je nu vragen op die (wijst naar stoel 2) te gaan zitten.

P8: (lacht)

(De volgende deelnemer P6 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2. Tegelijkertijd staat deelnemer P8 op van stoel 1 en neemt plaats op stoel 2.)

Onderzoeker: (tegen P6) Mag je hier (wijst naar stoel 1, P6 neemt plaats op stoel 1) plaatsnemen. P8 gaat jou dadelijk een zin vertellen, en daarna gaat ze naar de volgende ruimte en dan gaan wij hier nog even verder.

P6: Ok.

P8: **Julietta is een vrouw ... en haar ... haar relatie met haar man is verbroken en nu heeft ze een relatie met een vrouw en die 12 jaar ... ouder is als haarzelf en die heeft een zoon** (ZIN 3 – deel 1 van 2)

P6: (gniffelt)

P8: ... die verliefd is op hun dochter. (ZIN 3 – deel 2 van 2)

Onderzoeker: Ok.

P6: (tegen P8) Wie zijn dochter?

Onderzoeker: (tegen P6) Nee, geen wijzigingen. (tegen P8) Dat was hem?

P8: Ja.

Onderzoeker: (tegen P8) OK, dankjewel dan mag je naar de volgende ruimte gaan.

(P8 vertrekt naar ruimte 3)

Onderzoeker: P6, mag ik jou vragen nu naar dit filmpje te kijken (start weer hetzelfde filmpje op de laptop. Het filmpje wordt volledig uitgekeken.) Mag ik je nu vragen op die stoel (wijst naar stoel 2) plaats te nemen.

(De volgende deelnemer P5 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2. Tegelijkertijd staat deelnemer P6 op van stoel 1 en neemt plaats op stoel 2.)

- Onderzoeker: *(tegen P5)* Dan mag je daar *(wijst naar stoel 1)* plaatsnemen.
- P5: Oei oei. *(gaat op stoel 1 zitten)*
- Onderzoeker: P6 gaat je zo dadelijk een zin vertellen, daarna gaat hij naar de volgende ruimte.
- P5: Ja.
- Onderzoeker: En dan gaan wij hier daarna nog even verder.
- P5: O. Oei oei...
- Onderzoeker: *(tegen P6)* Ga je gang.
- P5: ...dan krijg je twee dingen tegelijkertijd.
- P6: **Julietta is een vrouw en haar relatie is verbroken en nou heeft ze een relatie met een vrouw die 12 jaar ouder is als haar en die heeft een zoon en die wil een relatie met hun dochter.** *(ZIN 4)*
- Onderzoeker: *(tegen P6)* OK, dankjewel. Dan mag je naar de volgende ruimte gaan.
- (P6 vertrekt naar ruimte 3)*
- Onderzoeker: P5, dan wil ik jou vragen om naar dit filmpje te kijken. *(start weer hetzelfde filmpje op de laptop. Het filmpje wordt volledig uitgekeken.)* Dan mag ik je vragen op die *(wijst naar stoel 2)* stoel plaats te nemen.
- (De volgende deelnemer P7 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2. Tegelijkertijd staat deelnemer P5 op van stoel 1 en neemt plaats op stoel 2.)*
- Onderzoeker: *(tegen P7)* Mag je op die *(wijst naar stoel 1)* stoel plaatsnemen.
- P7: Gezellig.
- Onderzoeker: P5 gaat je nu een zin vertellen...
- P5: *(lacht)*
- P7: Hij lacht nog...
- Onderzoeker: ...daarna gaat hij naar de volgende ruimte en dan gaan wij hier nog even verder.
- P7: Ok

Onderzoeker: *(tegen P5)* Ga je gang.

P5: Even denken... **Julietta is een vrouw en die had een relatie die is verbroken en nu wil ze een nieuwe relatie met een vrouw en die vrouw die heeft een dochter en die wil een relatie met haar.** (ZIN 5)

(P5 vertrekt naar ruimte 3.)

Onderzoeker: *(tegen P7)* Dan mag je... ow nee, blijf maar even zitten, want ik wil je vragen om naar het volgende filmpje te kijken. *(start weer hetzelfde filmpje op de laptop. Het filmpje wordt volledig uitgekeken.)* Ok, dan wil ik je vragen...

P7: Ja.

Onderzoeker: ...om in die *(wijst naar stoel 2)* stoel plaats te nemen.

(De volgende deelnemer P2 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2. Tegelijkertijd staat deelnemer P7 op van stoel 1 en neemt plaats op stoel 2.)

Onderzoeker: *(tegen P2)* Yes, dan mag je op die *(wijst naar stoel 1)* stoel plaatsnemen. P7, gaat jou een zin vertellen...

P2: *(gaat op stoel 1 zitten)* Ja.

Onderzoeker: ... daarna gaat ze naar de volgende ruimte en dan gaan wij nog even verder.

P2: OK. Is goed.

P7: **Julietta is een vrouw...** (ZIN 6 – deel 1 van 7)

P2: Hoe? Sorry.. Juliette?

P7: **Julietta...** (ZIN 6 – deel 2 van 7)

P2: Julietta.

P7: ... **is een vrouw en die had een relatie maar die is verbroken...** (ZIN 6 – deel 3 van 7)

P2: Ja, ok.

P7: **...en nu wil ze een nieuwe relatie...** (ZIN 6 – deel 4 van 7)

P2: Ja.

P7: **...met een vrouw...** (ZIN 6 – deel 5 van 7)

P2: Ja.

P7: **... die vrouw heeft een dochter...** (ZIN 6 – deel 6 van 7)

P2: Ja.

P7: **... die wil een relatie met haar.** (ZIN 6 – deel 7 van 7)

P2: OK.

Onderzoeker: (tegen P7) Dankjewel.

(P7 vertrekt naar ruimte 3.)

Onderzoeker: P2, dan wil ik je vragen om nu naar het volgende filmpje te kijken.

P2: Ja.

(Onderzoeker start weer hetzelfde filmpje op de laptop.)

P2: (zegt tijdens het filmpje) Ow, dat is Gregory van de Wiel. ... (ziet een reclame van ING naast het YouTube filmpje afgebeeld) ING, Rutger?²⁰⁹

Onderzoeker: (nadat het filmpje volledig is bekeken) Dan wil ik je vragen nu om op die stoel (wijst naar stoel 2) te gaan zitten.

P2: (heeft door dat ze van het filmpje niets hoefde te onthouden) Godverdomme. (lacht)

(De volgende deelnemer P1 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2. Tegelijkertijd staat deelnemer P2 op van stoel 1 en neemt plaats op stoel 2.)

Onderzoeker: (tegen P1) Mag je daar (wijst naar stoel 1) plaatsnemen.

(P1 neemt plaats op stoel 1.)

Onderzoeker: (tegen P1) P2 gaat je dadelijk een zin vertellen. Daarna gaat ze naar de volgende ruimte en dan gaan wij nog even verder hier.

P1: OK.

P2: ehm... **Guanita** (lacht) **iets in die trant... is een vrouw en haar relatie is verbroken en ze wil een relatie met een andere vrouw en die vrouw heeft een dochter maar die vrouw wil ook een relatie met Guanita.** (ZIN 7)

²⁰⁹ Deze persoon weet dat de onderzoeker werkzaam is bij ING. Vandaar dat dit haar opvalt en dat meldt aan de onderzoeker.

P1: Ok.

Onderzoeker: *(tegen P2)* Dankjewel.

(P2 vertrekt naar ruimte 3.)

Onderzoeker: *(tegen P1)* Dan wil ik je nu vragen om naar het volgende filmpje te kijken. *(start weer hetzelfde filmpje op de laptop. Het filmpje wordt volledig uitgekeken.)* Dan wil ik je vragen om op die stoel *(wijst naar stoel 2)* plaats te nemen.

(De volgende deelnemer P3 wordt uit ruimte 1 gehaald en betreedt ruimte 2. Tegelijkertijd staat deelnemer P1 op van stoel 1 en neemt plaats op stoel 2.)

Onderzoeker: *(tegen P3)* Mag je op die stoel *(wijst naar stoel 1)* plaatsnemen.

P3: Ja. *(gaat op stoel 1 zitten)*

Onderzoeker: *(tegen P3)* P1 gaat jou een zin vertellen. Daarna gaat hij naar de volgende ruimte...

P3: Ja.

Onderzoeker: ...en dan gaan wij nog even verder hier.

P3: OK.

Onderzoeker: *(tegen P1)* Ga je gang.

P1: Ok, eh... **Guanita, die heeft haar relatie verbroken en nu wil ze een relatie met een andere vrouw en die andere vrouw die heeft een dochter en die wil ook weer een relatie met Guanita.** *(ZIN 8)*

Onderzoeker: *(tegen P1)* OK, dankjewel. Mag je naar de volgende ruimte gaan.

(P1 vertrekt naar ruimte 3)

Onderzoeker: Dan wil ik jou vragen om naar het volgende filmpje te kijken. *(start weer hetzelfde filmpje op de laptop. Het filmpje wordt volledig uitgekeken.)* Dan wil ik je nu vragen om de zin die je hiervoor gehoord hebt, nog een keer aan mij te vertellen.

P3: **Guanita heeft een relatie verbroken en ze wil een relatie met een andere vrouw en de dochter van die andere vrouw wil weer een relatie met Guanita.** *(ZIN 9)*

EINDE PROEF 2

BIJLAGE C

VOLLEDIGE ANALYSE RESULTAAT VAN PROEF 1

De volgende kleurcodes geven de woordelijke veranderingen weer:

Gedeelte dat verandert wanneer de zin aan de volgende persoon wordt doorverteld.

Gedeelte dat verdwijnt wanneer de zin aan de volgende persoon wordt doorverteld.

Gedeelte dat ten opzichte van de vorige zin is veranderd.

Gedeelte dat ten opzichte van de vorige zin is toegevoegd.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|----------------------|--|
| 1 | P0 | P1 | Niet van toepassing. | Van de 112 passagiers aan boord van het vliegtuig dat vorig jaar in zee neerstortte, werden na 3 maanden zoeken 13 personen levend teruggevonden op een tropisch eiland. |

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|--|---|
| 2 | P1 | P2 | Van de 112 passagiers aan boord van het vliegtuig dat vorig jaar in zee neerstortte , werden na 3 maanden zoeken 13 personen levend teruggevonden op een tropisch eiland. | Van de 112 passagiers in het vliegtuig werden er 12 teruggevonden op een tropisch eiland. |

- "aan boord van" wordt vervangen door "in" het vliegtuig. Behalve dat het korter is, treedt er inhoudelijk geen verschil op.
- "dat vorig jaar in zee neerstortte" verdwijnt volledig. Daarmee is ook de afstand in tijd tussen de gebeurtenis van het neerstorten en het nu (het moment waarop het verhaal verteld wordt) verdwenen. "Vorig jaar" is niet een scherpe tijdsbepaling; het kan refereren naar het moment exact een jaar geleden, naar het moment bij benadering een jaar geleden of naar het vorige kalenderjaar (waarbij de gebeurtenis van het neerstorten en het heden maximaal bijna 24 maanden (er van uitgaande dat het neerstorten op 1 januari 2009 plaatsvond en het 'heden' eind december 2011 is) uit elkaar liggen. Minimaal is die periode 3 maanden, aangezien het zoeken drie maanden duurde.
- Bovendien verdwijnt ook een deel van de informatie over de locatie waar het vliegtuig neerstortte. "in zee" lijkt misschien geen nodige toevoeging, omdat de ontvanger van de zin dat uit de overige context ("op een tropisch eiland") logischerwijs wel zou moeten aannemen/concluderen. Dat gaat echter voorbij aan het feit dat uit de informatie in deze zin, net zo goed geconcludeerd zou kunnen worden dat het vliegtuig in plaats van in zee, op het eiland neergestort is. Sterker nog, omdat ook het woord "neerstortte" verdwenen is, is helemaal niet meer vast te stellen hoe en waarom de passagiers op een tropisch eiland werden teruggevonden. Zijn ze uit het vliegtuig gesprongen, geduwd, of zijn ze vergeten mee te nemen na een tussenstop? De nieuwe zin laat al deze opties open.

- Ook het gedeelte "na 3 maanden zoeken" verdwijnt. Een element dat aan het verhaal een extra dramatische lading geeft, omdat naasten van de passagiers 3 maanden lang in onzekerheid hebben geleefd.
- Ook het feit dat de teruggevonden passagiers "levend" zijn teruggevonden, toch geen onbelangrijk detail, verdwijnt in de nieuwe zin. Toegegeven, aangezien de meeste mensen uit zullen gaan van het goede, zullen zij er vanuit gaan dat de gevonden personen nog leven. Maar dat is puur een aanname die de ontvanger van de zin met enige waarschijnlijkheid zal doen. Zeker is dat niet. Het kan natuurlijk ook om gevonden dode lichamen gaan.
- Ook het woord "personen" is weggefallen. Hiermee is geen inhoudelijke informatie verloren gegaan. De zinsconstructie is zodanig opgebouwd dat duidelijk is dat met "12" een gedeelte van "112 passagiers" bedoeld wordt. En "passagiers" zijn naast een passagier natuurlijk ook een persoon.
- Het woord "er" is toegevoegd om de zin grammaticaal kloppend te houden en voegt inhoudelijk niets aan het verhaal toe. Zonder het woord "er" loopt de zin niet lekker. De toevoeging van het woord is met name nodig omdat het woord "personen" is verdwenen. Zou dat woord of een equivalent daarvan wel gebruikt zijn, dan is "er" niet noodzakelijk.
- Het aantal teruggevonden passagiers verandert van "13" naar "12". Dat is een inhoudelijk verschil, maar niet een al te grote omdat het originele verhaal (de eerste zin) niet uitweidt over de samenstelling van de groep passagiers en de groep teruggevonden personen. We weten geen namen, geen leeftijden etc. De verhouding passagiers en teruggevonden personen blijft nagenoeg gelijk en er treedt inhoudelijk dus geen wezenlijk verschil op.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|---|--|
| 3 | P2 | P3 | Van de 112 passagiers in het vliegtuig werden er 12 teruggevonden op een tropisch eiland. | Van de 112 passagiers van het vliegtuig zijn er 12 teruggevonden op een tropisch eiland. |

- Het woord "in" verandert in "van". Dit levert inhoudelijk geen verandering op.
- Het woord "werden" wordt vervangen door "zijn". Omdat bij de vorige zin de tijdsbepalingen "vorig jaar" en "na 3 maanden" al zijn verdwenen, neemt de oorspronkelijke afstand in tijd tot de gebeurtenis af en wordt het geheel meer naar het heden gehaald. "zijn teruggevonden" refereert aan een moment dat dichterbij het heden ligt dan het moment waarnaar "werden teruggevonden" verwijst.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|---|--|
| 4 | P3 | P4 | Van de 112 passagiers van het vliegtuig zijn er 12 teruggevonden op een tropisch eiland. | Van de 112 passagiers in het vliegtuig zijn er 12 teruggevonden op een tropisch eiland. |

- Het woord "van" verandert weer terug in "in". Dit levert inhoudelijk geen verandering op.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|--|--|
| 5 | P4 | P5 | Van de 112 passagiers in het vliegtuig zijn er 12 teruggevonden op een tropisch eiland. | Van de 112 passagiers in het vliegtuig zijn er 12 teruggevonden op het tropisch eiland. |

- Het woord "een" verandert in "het". Dit levert inhoudelijk geen verandering op, behalve dat met het gebruik van het woord "het" in plaats van "een" gesuggereerd wordt dat bekend is om welk tropisch eiland het hier gaat. 'Bekend' is hier betrekkelijk, de ontvanger van de zin krijgt de naam van het eiland en ook de ligging niet te horen. De ontvanger zou echter door het woord "het" getriggerd kunnen worden, om de zender te vragen naar meer informatie over dat tropische eiland. Wanneer de zender "een tropisch eiland" zou hebben gezegd, geeft hij daarmee indirect meteen al aan, ook niet specifiek te weten om welk eiland het gaat of dat in ieder geval niet ter zake vindt doen voor het verhaal.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|---|---|
| 6 | P5 | P6 | Van de 112 passagiers in het vliegtuig zijn er 12 teruggevonden op het tropisch eiland. | Van de 112 passagiers in het vliegtuig zijn er 80 teruggevonden op een tropisch eiland. |

- Het woord "het" verandert weer terug in "een". Dit levert inhoudelijk geen verandering op, behalve dat de zender hier indirect mee aangeeft ook niet specifiek te weten om welk eiland het gaat.
- Het aantal teruggevonden passagiers stijgt ineens behoorlijk. Van "12" naar "80". Aannemelijk is dat de persoon in kwestie het originele aantal teruggevonden passagiers zich niet meer kon herinneren en hier een willekeurig aantal voor heeft ingevuld. Vreemd is echter dat hij behoorlijk afwijkt van het originele aantal. Dit veronderstelt dat P5 niet alleen het exacte aantal niet heeft onthouden, maar dat ook het kleine aantal teruggevonden personen in verhouding tot het aantal passagiers hem niet is bijgebleven. Door het aantal van 80 gevonden passagiers te noemen, maakt hij de uitkomst van het verhaal een heel stuk positiever. In plaats van het terugvinden van 10% van de passagiers, wordt nu ruim 70% teruggevonden.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|---|--|
| 7 | P6 | P7 | Van de 112 passagiers in het vliegtuig zijn er 80 teruggevonden op een tropisch eiland. | Van de 112 passagiers van een vliegtuig zijn er 80 teruggevonden op het tropisch eiland. |

- Het wordt "in" verandert weer in "van" en het woord "een" weer in "het". Zie eerdere opmerkingen voor de summiere veranderingen in inhoud die het gevolg hiervan zijn.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|--|--|
| 8 | P7 | P8 | Van de 112 passagiers van een vliegtuig zijn er 80 teruggevonden op het tropisch eiland. | Van de 112 passagiers van een vliegtuig zijn er 80 teruggevonden op het tropisch eiland. |

- Dit is de enige keer dat de zin op precies dezelfde wijze wordt doorgegeven als dat zij ontvangen is.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|--|--|
| 9 | P8 | P9 | Van de 112 passagiers van een vliegtuig zijn er 80 teruggevonden op het tropisch eiland. | Van de 112 passagiers zijn er 80 teruggevonden op een tropisch eiland. |

- Het woord "het" verandert weer in "een". Geen inhoudelijke verandering.
- Het gedeelte "van een vliegtuig" verdwijnt. Daarmee kan dit verhaal ineens ook betrekking hebben op een boot in plaats van een vliegtuig. Andere type voertuigen (zoals een bus of een trein), hoewel niet onmogelijk, lijken gezien de context "teruggevonden op een tropisch eiland" echter niet aannemelijk.

BIJLAGE D

VOLLEDIGE ANALYSE RESULTAAT VAN PROEF 2

De volgende kleurcodes geven de woordelijke veranderingen weer:

Gedeelte dat verandert wanneer de zin aan de volgende persoon wordt doorverteld.

Gedeelte dat verdwijnt wanneer de zin aan de volgende persoon wordt doorverteld.

Gedeelte dat ten opzichte van de vorige zin is veranderd.

Gedeelte dat ten opzichte van de vorige zin is toegevoegd.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|----------------------|--|
| 1 | P0 | P4 | Niet van toepassing. | Juliette werd door haar man verlaten voor een vrouw die later de 12 jaar jongere schooljuf van hun zoon bleek te zijn. |

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|--|---|
| 2 | P4 | P8 | Juliette werd door haar man verlaten voor een vrouw die later de 12 jaar jongere schooljuf van hun zoon bleek te zijn. | Julietta haar man heeft Julietta verlaten voor een vrouw die meer als 12 jaar jonger was dan haar en haar zoon bleek weer een vriend van hun dochter te zijn. |

- "Juliette" verandert in "Julietta". Een kleine wijziging die niet per se impact heeft op de inhoud. Tenzij in de (bredere) context van het verhaal zowel sprake zou zijn van een Julietta als van een Juliette.
- Het onderwerp van de zin verandert van "Juliette" in "Julietta haar man". Dit verklaart ook de verandering van "werd verlaten door" in "heeft verlaten".
- De tijd verandert echter ook van voltooid verleden tijd naar voltooid tegenwoordige tijd.
- Het woord "later", dat toch een bepaalde dramatische ontwikkeling in de tijd suggereert (namelijk dat pas later bekend werd wie de vrouw was voor wie Juliette verlaten werd, namelijk de bij haar bekende schooljuffrouw van hun zoon) valt weg. Omdat ook het woord "schooljuf" wegvalt, verdwijnt dit dramatische gegeven echter in het geheel. Daar komt een ander gegeven voor in de plaats: zie verderop.
- "dan haar" wordt toegevoegd aan de originele zin, waarmee expliciet wordt gemaakt dat het leeftijdsverschil betrekking heeft op de twee vrouwen en niet op de man van Juliette en de schooljuf. In de originele zin was het leeftijdsverschil tussen de twee vrouwen bedoeld, maar de zin laat beide variaties open voor interpretatie. De keuze van P4 is echter wel de meest voor de hand liggende, omdat Juliette het 'onderwerp' (van de zin) is dat wordt vervangen. Het is dus aannemelijk dat de "12 jaar" slaat op het verschil tussen hetgeen vervangen wordt, en hetgeen dat daarvoor in de plaats komt.
- Het leeftijdsverschil van 12 jaar neemt toe door de toevoeging "meer als". Waarom dit wordt toegevoegd is niet te achterhalen, maar het legt in ieder geval meer nadruk op het 'grote' verschil in leeftijd.
- Het woord "jongere" verandert in "jonger" omdat het niet langer als bijvoeglijk naamwoord dient.
- Met betrekking tot de tijdsbepaling gebeurt er nog iets opvallends: de vrouw "was" namelijk meer dan 12 jaar jonger, in plaats van "is". Waarschijnlijk is dit een onbewuste 'fout' en

wordt niet bedoeld op het sterven van één van de twee vrouwen. Want dat zou de enige manier zijn om de verandering in leeftijd ten opzichte van elkaar te kunnen verklaren.

- "hun zoon" verandert in "hun dochter". Men zou in deze ook kunnen kiezen voor "haar zoon", maar omdat de "zoon" onderwerp van het zinsdeel wordt, kies ik daar niet voor. Bovendien verwijst "haar" in deze naar de nieuwe vrouw, althans dat is de meest logische interpretatie. Het woord "haar" kan natuurlijk ook verwijzen naar Juliette, zoals ook het woord "hun" zou kunnen verwijzen naar de man van Juliette en de vrouw die 12 jaar jonger was. Overigens zou dat laatste ook van toepassing kunnen zijn in de originele zin. Intuïtief is dat echter niet logisch, omdat men zo'n gegeven waarschijnlijk anders zou vertellen of daar meer nadruk op zou leggen.
- Er wordt een geheel nieuw dramatisch gegeven aan het verhaal toegevoegd, namelijk dat de zoon van de 'nieuwe' vrouw een vriend blijkt te zijn van de dochter van Julietta en haar man. Zowel de zoon als diens vriendschap met het kind van Julietta en haar man, waren niet in de oorspronkelijke zin aanwezig.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|---|---|
| 3 | P8 | P6 | Julietta haar man heeft Julietta verlaten voor een vrouw die meer als 12 jaar jonger was dan haar en haar zoon bleek weer een vriend van hun dochter te zijn. | Julietta is een vrouw en haar relatie met haar man is verbroken en nu heeft ze een relatie met een vrouw en die 12 jaar ouder is als haarzelf en die heeft een zoon die verliefd is op hun dochter. |

- Er wordt toegevoegd dat Julietta "een vrouw is", dat lijkt overbodig daar de naam reeds aanduidt dat het hier een vrouw betreft. Vermoedelijk wordt dit kenmerk echter toegevoegd in relatie met een ander belangrijk gegeven dat verandert: niet de man heeft een nieuwe relatie, maar Julietta. Een verklaring voor de toevoeging van "is een vrouw" zou kunnen zijn dat men wil benadrukken dat de nieuwe relatie van een lesbische aard is.
- Door de toevoeging "en nu" wordt de volgorde van de gebeurtenissen bepaald: eerst is de relatie verbroken, daarna heeft Julietta een nieuwe relatie.
- De nieuwe zin vertelt niet meer dat Julietta door haar man verlaten is, maar stelt alleen nog dat de relatie verbroken is. Wie voor de breuk verantwoordelijk is, blijft daarmee in het ongewisse.
- De vrouw die eerst nog twaalf jaar jonger is dan Julietta, is in de nieuwe zin 12 jaar ouder. Voor het personage van de vrouw in dit verhaal betekent dat zij in deze overgang 24 jaar ouder is geworden.
- De woorden "meer als" verdwijnen.
- Het woord "zelf" wordt aan "haar" geplakt. Dit levert inhoudelijk weinig impact op.
- Hier is de "zoon" dankzij de toegevoegde woorden "die heeft een" duidelijk van de 12 jaar oudere vrouw.
- De vriendschap tussen die zoon en de dochter van Julietta en haar man, verandert hier in een verliefdheid van de zoon op die dochter.
- De werkwoordformatie "bleek te zijn", die een dramatische 'ontknoping' aanduidde (eerst wordt Julietta verlaten, daarna blijkt de zoon een vriend van hun dochter te zijn) verdwijnt.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|--|---|
| 4 | P6 | P5 | Julietta is een vrouw en haar relatie met haar man is verboden en nu heeft ze een relatie met een vrouw en die 12 jaar ouder is als haarzelf en die heeft een zoon die verliefd is op hun dochter. | Julietta is een vrouw en haar relatie is verboden en nou heeft ze een relatie met een vrouw die 12 jaar ouder is als haar en die heeft een zoon en die wil een relatie met hun dochter. |

- Door het wegvallen van "met haar man" wordt deze in het verhaal volledig buiten spel gezet. Het enige wat nog enigszins refereert aan de man, zij het miniem is het woord "nu", vervangen door "nou" in de nieuwe zin, gevolgd door de mededeling dat ze een relatie met een vrouw heeft.
- De woorden "en" en "zelf" vallen weg, maar leveren geen inhoudelijke veranderingen op.
- Verderop wordt het woord "en" weer toegevoegd, maar ook dit levert geen inhoudelijke verandering op.
- De zoon is niet alleen verliefd, maar wil in de nieuwe zin een relatie met de dochter van Julietta en haar man. In de vorige zin was nog niet evident of de liefde wederzijds was, nu blijkt dat indien die wel wederzijds is, ze in ieder geval (nog) niet beklonken is in een relatie.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|---|--|
| 5 | P5 | P7 | Julietta is een vrouw en haar relatie is verboden en nou heeft ze een relatie met een vrouw die 12 jaar ouder is als haar en die heeft een zoon en die wil een relatie met hun dochter. | Julietta is een vrouw en die had een relatie die is verboden en nu wil ze een nieuwe relatie met een vrouw en die vrouw die heeft een dochter en die wil een relatie met haar. |

- Het woord "haar" valt weg, maar dat wordt inhoudelijk opgevangen door de toevoeging "die had een".
- Julietta "heeft" "nou" (wordt weer terug veranderd in "nu") echter geen "nieuwe" relatie met een vrouw, maar "wil" dat wel.
- Het verschil in leeftijd tussen Julietta en de vrouw verdwijnt als gegeven.
- Het woord "vrouw" wordt toegevoegd, waarschijnlijk om te benadrukken dat de "dochter" van haar is en niet van Julietta.
- De "zoon" verandert in een "dochter" waardoor dit verhaal vanaf nu geen mannelijke personages meer kent.
- Bovendien hebben we in de nieuwe zin voor het eerst te maken met een klassieke (hoewel lesbische) driehoeksverhouding: Julietta wil iets met een vrouw, wiens dochter weer iets met Julietta wil.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|--|---|
| 6 | P7 | P2 | Julietta is een vrouw en die had een relatie die is verboden en nu wil ze een nieuwe relatie met een vrouw en die vrouw die heeft een dochter en die wil een relatie met haar. | Julietta is een vrouw en die had een relatie maar die is verboden en nu wil ze een nieuwe relatie met een vrouw. Die vrouw heeft een dochter. Die wil een relatie met haar. |

- Er vallen drie kleine woorden weg ("en", "die" en "en") en het woord "maar" wordt toegevoegd, maar inhoudelijk verandert er niets aan het verhaal.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|--|---|
| 7 | P2 | P1 | Julietta is een vrouw en die had een relatie maar die is verbroken en nu wil ze een nieuwe relatie met een vrouw. Die vrouw heeft een dochter. Die wil een relatie met haar. | Guanita, iets in die trant, is een vrouw en haar relatie is verbroken en ze wil een relatie met een andere vrouw en die vrouw heeft een dochter maar die vrouw wil ook een relatie met Guanita. |

- "Julietta" verandert van naam. Ze heet nu "Guanita", of "iets in die trant." P1 heeft bij het horen van het verhaal gevraagd naar de naam, en deze na herhaling door P2 juist ("Julietta") herhaald, maar is na het zien van het filmpje de naam weer vergeten. P1 probeert zo goed mogelijk de naam te reconstrueren en slaagt er in om het aantal lettergrepen te handhaven en enigszins de klanken te handhaven, het levert desalniettemin een compleet andere naam op die ook een geheel andere achtergrond van het personage doet vermoeden.
- De woorden "die had een" verdwijnen, maar het woord "haar" wordt toegevoegd waardoor er inhoudelijk geen verschil optreedt. Het corrigeert precies de wijziging die een zin hiervoor heeft plaatsgevonden. Eerder gebeurde dat ook met "nu" en "nou". Bepaalde woordgroepen zijn dus onderling inwisselbaar zonder dat ze inhoudelijk een verandering teweeg brengen, maar zijn dat blijkbaar zodanig dat ze gemeengoed zijn.
- De woorden "maar die" verdwijnen, maar zorgen niet voor een inhoudelijke verandering. Datzelfde geldt voor de woorden "en" en "maar" die in de nieuwe zin worden toegevoegd.
- De laatste strohalm voor de aanwezigheid van een mannelijk personage verdwijnt in de nieuwe zin, door de toevoeging van het woord "andere" voor "vrouw", waarmee de verbroken relatie ook met een vrouw geweest moet zijn.
- Het toegevoegde woord "vrouw" lijkt te verwijzen naar de "dochter", maar kan ook verwijzen naar de vrouw met wie Guanita een relatie wil. In dat laatste geval is de driehoeksverhouding van de baan. Het toegevoegde woord "ook" verwijst dan naar de beantwoorde liefde aan Guanita door de vrouw die Guanita bemint. De opmerking dat zij een dochter heeft, lijkt in deze optie weinig relevant. In het andere geval neemt de heftigheid in de driehoeksrelatie juist toe, omdat het woord "ook" dan aangeeft dat zowel de vrouw als diens dochter een relatie met Guanita willen. Dat ze een relatie met Guanita willen wordt verduidelijkt doordat het woord "haar" door haar naam vervangen wordt.
- Het woord "nu" valt weg, waardoor de volgorde van de gebeurtenissen (eerst verbroken relatie, daarna de wens voor een nieuwe relatie) niet meer expliciet wordt vastgelegd.

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|---|--|
| 8 | P1 | P3 | Guanita, iets in die trant, is een vrouw en haar relatie is verbroken en ze wil een relatie met een andere vrouw en die vrouw heeft een dochter maar die vrouw wil ook een relatie met Guanita. | Guanita, die heeft haar relatie verbroken en nu wil ze een relatie met een andere vrouw en die andere vrouw die heeft een dochter en die wil ook weer een relatie met Guanita. |

- De opmerking "iets in die trant" verdwijnt. Men zou dat ook kunnen beschouwen als niet bij de zin horend, maar als disclaimer naar de toehoorder: toegeven dat je het niet meer helemaal zeker weet. De volgende persoon laat het waarschijnlijk ook om die reden weg.
- Dat Guanita een vrouw is, wordt niet meer nodig geacht te melden. Dit levert inhoudelijk geen verandering op, de naam geeft al de indicatie dat het een vrouw betreft.
- Guanita heeft in de nieuwe zin het heft in eigen handen genomen door de relatie zelf te verbreken, dat blijkt uit de toevoeging "die heeft".
- De volgorde waarin de gebeurtenissen plaatsvonden wordt door het toegevoegde woord "nu" weer opnieuw vastgelegd.
- Het woord "maar" verandert in "en", maar levert geen inhoudelijke verandering op. De woorden "andere" en "die" worden toegevoegd maar veranderen het verhaal evenmin.
- Het toegevoegde woord "weer" moet op basis van de intonatie niet als "opnieuw" begrepen worden, maar als een bevestiging van het woord "ook".

| Zin | V | O | Oude zin | Nieuwe zin |
|-----|----|----|--|--|
| 9 | P3 | P9 | Guanita, die heeft haar relatie verbroken en nu wil ze een relatie met een andere vrouw en die andere vrouw die heeft een dochter en die wil ook weer een relatie met Guanita. | Guanita heeft een relatie verbroken en ze wil een relatie met een andere vrouw en de dochter van die andere vrouw wil weer een relatie met Guanita. |

- Er vallen wat woorden weg en er komt een woord bij, maar dat brengt geen inhoudelijke verandering teweeg.
- De enige minieme verandering is dat Guanita niet "haar" relatie verbreekt, maar "een" relatie. Dat kan nog steeds net zo goed die van haar zelf zijn, maar zeker is dat niet.