

DE KUNST VAN SONGWRITING

*21 creatietools
die elke songwriter moet kennen*

Eerste druk, 2020

Tinksel

www.tinksel.nl

© Jenne Snijders, Tinksel, Asten

ISBN/EAN 978 90 811 4765 1

NUR 600

Alle rechten voorbehouden / All rights reserved

Niets uit deze uitgave mag worden veeelvoudigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze en/of door welk ander medium ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever en auteur.

De uitgever heeft zijn uiterste best gedaan om alle rechthebbenden te benaderen om toestemming te vragen voor het materiaal dat is afgebeeld in dit boek. Meen je recht te hebben op iets wat in deze uitgave staat, neem dan alsnog contact op met Tinksel.



**Take me home
to the days
of dawn
and hope
where I belong.**

Jenne Snijders

INHOUD

Inleiding	7
Hoe werkt dit boek?	8
Wat weet de auteur over songwriting?	11
<i>Ring 1 Beginnen</i>	15
Bouwsteen Inspiratie	16
Creatietool 1 Vlinders Vangen	18
Een woordje over inspiratie-bevorderende middelen	22
Voorbij de Innerlijke Criticus: Vul De Vorm	26
<i>Ring 2 Betekenis toevoegen</i>	31
Bouwsteen Titel	32
Creatietool 2 Geïnspireerde Associatie	37
Creatietool 3 Listing	41
Creatietool 4 Paring	44
Creatietool 5 Contrasting	47
Creatietool 6 Het Oog	51
Voorbij de Innerlijke Criticus: Make Shit Happen	54
Bouwsteen Plot	56
Creatietool 7 De 5 W's	60
Creatietool 8 The End	62
Creatietool 9 Walk & Talk	64

<i>Ring 3 Vorm & verhaal ontwikkelen</i>	67
Bouwsteen Songstructuur	68
Creatietool 10 Prototyping	77
Bouwsteen Verhaallijn	82
Creatietool 11 Box-in-Box	86
Een uitstapje naar de kunst van verhalen vertellen	91
 <i>Ring 4 Details creëren</i>	 97
Bouwsteen Songtekst	98
Een uitstapje naar andere kunstdisciplines	100
Creatietool 12 Woordenpalet	110
Creatietool 13 Bracketing	116
Creatietool 14 De Zintuigenradar	118
Voorbij de Innerlijke Criticus: Verlaag Verwachtingen	122
Bouwsteen Melodie	124
Creatietool 15 Sticky Melody	126
Creatietool 16 Contrasting	130
Creatietool 17 Sculpting	135
Creatietool 18 Spotlighting	138
Creatietool 19 Patrooncreatie	142
Bouwsteen Akkoorden	146
Creatietool 20 Vind De Bas	148
Creatietool 21 De Spanningzoeker	150
Bouwsteen Riffs & Hooks	152
 Slotwoord	 156
Tinksel	158
Literatuurlijst	159



INLEIDING



Doe je aan songwriting, dan ken je het. Het begin is makkelijk. Je creatieve binnenste komt met een melodietje of zinnetje dat bevalt. Maar dan begint de ellende. Op weg van inspiratie naar song stikt het van de versperringen. Frustraties, onzekerheden en dilemma's houden de boel tegen. Dat wat in je binnenste borrelt, krijg je niet soepel op papier. Verdomme.

Is er een makkelijke route? Eentje die je creatieve binnenste vooruit duwt in plaats van tegenwerkt?

Dit boek zet de gereedschapskist van de conceptontwikkelaar op de werkbank van de songwriter. Het legt 21 creatietools in jouw handen. De tools helpen je om blokkades te omzeilen en over creatieve hordes te springen. Dat scheelt tijd en frustratie. En als bonus blijf je geïnspireerd schrijven aan betere songs.

Dit boek is geschreven voor songwriters in alle soorten en maten. Van beginneling tot pro. Maar ook creatieve geesten zoals schrijvers, filmmakers, ontwerpers en reclamemakers zullen in dit boek inspiratie opdoen om hun creatieve talent nog verder te ontwikkelen.

HOE WERKT DIT BOEK?



Het songwriting proces is opgedeeld in vier ringen: beginnen, betekenis toevoegen, vorm & verhaal ontwikkelen en details creëren. Hoe verder je komt met het schrijven van een lied, hoe verder je in de buitenste ringen terecht komt.

De vier ringen bestaan uit bouwstenen. Die bouwstenen heb je nodig om een lied te schrijven. Maar hoe tover je zonder toverstaf die bouwstenen uit je creatieve binnenste? Daar gebruik je de creatietools voor.

De creatietools komen uit de praktijk van de conceptontwikkeling. Conceptontwikkelaars gebruiken aan de lopende band creatietools. Ze moeten wel. Ze verdienen hun dagelijks brood met creativiteit. Dus gebruiken ze gereedschappen om hun creatieve binnenste aan de praat te houden.

Deze gereedschappen zijn waardevol voor songwriters. Ze houden je creativiteit op gang. Ze helpen je om een middelmatig lied uit te laten groeien tot een sterk en betekenisvol lied. Zonder vast te lopen in frustratie of hoe moet ik nu verder.

Een boom groeit niet in een rechte lijn. Een lied ook niet. Songwriting is geen lineair proces. Het is een holistisch, natuurlijk proces. Dit boek schrijft dan ook geen strak stappenplan voor. Creëer de bouwstenen kriskras. Haal de creatietools naar eigen inzicht van de gereedschapswand. Dit boek wil je alleen maar helpen om je creativiteit aan het rollen te houden. Zo groeit jouw inspiratie uit tot een volwaardig lied.



beginnen

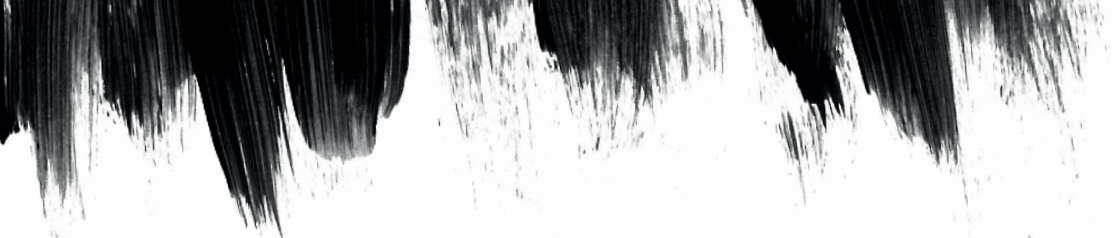
betekenis toevoegen

vorm & verhaal ontlekken

details creëren

ring 1





BOUWSTEEN

inspiratie

Hoe krijg je inspiratie?

Je hebt een avondje vrij. Geen afspraken. Geen repetitie. Niks. Alle ruimte om aan je liedje te schrijven.

Je ploft op de bank. Als het 8 uur journaal is afgelopen ga je naar boven. Écht. Naar je schrijfkamertje met lege schriftjes en fijne pen. Maar nu nog effe niet. Geen inspiratie.

Zonder inspiratie kom je niet ver met een liedje

Avonden, dagen, maanden en jaren gaan voorbij, waarbij je wacht tot de bliksem inslaat en je overloopt van geniale ideeën. We hopen allemaal dat die wereldhit zomaar uit ons brein floept. Of beter gezegd: er in floept.

Maar helaas. Zo werkt inspiratie niet. Maar hoe dan wel? Is er een manier om de geest op te roepen, zoals Aladdin de geest oproept door over zijn olielamp te wrijven?

Het probleem zit in onze verwachting van inspiratie

We willen groots. We willen uniek. We willen vlammenzee.

Maar inspiratie begint juist klein. Onbetekenend. Mini-vonkje waarmee je het gasfornuis niet eens aan krijgt.

Als je verwacht dat inspiratie iets groots is, ja, dan denk je daar ruimte voor vrij te moeten maken. Avonden vol tijd. Uren vol niks. Plaats maken.

De realiteit van alledag haalt je dan snel in

Je hebt geen uren aan een stuk de tijd. Je moet eerst nog even de was ophangen. Je bent moe. Je hoofd is dat voorval met die collega nog even aan het herkauwen. Kortom: je komt niet aan het schrijven van songs toe. Logisch. Zoveel tijd heb je écht niet.

Mocht je tóch drie vrije uren over hebben waarop je wilt wachten tot de inspiratie toeslaat, dan is die grote open ruimte beangstigend. De kans is klein dat inspiratie tevoorschijn zal komen. Inspiratie houdt niet van grote open wachtkamers.

Want daar bevindt zich ook de innerlijke criticus. Hij staat klaar om die kleine inspiratiemomentjes met een grote vliegenmepper kapot te meppen. Hij verplettert ze onder zijn verwachting. Dit is niks. Pats. Dat is flut. Pets.

Inspiratie houdt juist van kleine gaatjes plotselinge ontspanning. Waar niemand aan 'm denkt.

Dus. Vergeet grote open ruimtes vol tijd. Verwacht klein. Juist op momenten dat je het niet verwacht.

Ik noem die kleine inspiratiemomentjes vlinders

Dat brengt ons bij creatietool nummer I: Vlinders Vangen.



creatietool 1

VLINDERS VANGEN

De beste songs beginnen in je onderbewuste

Je zit achter de piano en droedelt wat noten. Of je hebt je gitaar vast en plotseling spelen je vingers een mooi rifje. Of je ligt half slapend in bed en hoort ineens een melodietje in je hoofd rondzingen. Of een regel tekst.

Dat zijn vlinders

Vlinders gebeuren gewoon. Je bedenkt ze niet. Ze fladderen voorbij op onverwachte momenten. Je onderbewuste geeft ze cadeau. Het zijn vaak schitterende cadeaus, waar leven doorheen gonst. En net als echte vlinders komen ze in allerlei kleuren, soorten en maten. Het is niet aan ons songwriters om ons te bemoeien met h oe ze aan ons verschijnen. Het is aan ons om ze te v angen. Met een vlindernetje. Hebbes.

Hoe werkt het vangen van vlinders?

Dat vlindernetje heeft meestal de vorm van een opname op onze smartphone. Het vlindertje zing je gewoon in met je eigen stem. Of je speelt ze op je nog valse gitaar. Of op je piano. Wees er vlug bij.

Aangezien vlinders op de meest onverwachte momenten voorbij fladderen, is het handig om altijd een voice recorder bij de hand te hebben. Want juist als je ze niet verwacht, komen de vlinders als vanzelf. Ongehinderd door allerlei gedachtes fladderen ze ongestoord rond.

Wat is het grootste gevaar om vlinders te verliezen?

Onze innerlijke criticus is het grootste gevaar om vlinders te verliezen. Als hij tegen rondfladderende vlinders buldert dat ze niet goed genoeg zijn, dan vertrekken ze halsoverkop. Dus wees alert op die stem. Hoor 'm, maar luister niet. In deze fase gaat het alleen maar om vlinders vangen. Meer niet.

Wacht niet met vangen tot je een goeie microfoon hebt, een foutloze take hebt of in de studio zit. Zeg niet tegen jezelf dat je het straks wel doet. Voor je het weet, fladdert de vlinder weer weg. Voorgoed.

Doe eens een metafoor

Het vangen van vlinders lijkt op de werkwijze van de Grote Vriendelijke Reus uit de GVR van Roald Dahl. Hij vangt met een netje allerhande dromen in Dromenland, doet ze in potjes en blaast ze vervolgens bij slapende mensbaksels binnen. Dankzij zijn reuze-flaporen hoort hij precies waar de dromen over gaan.

De GVR bewaart de dromen in zijn reuzengrot. Overal hangen planken vol potjes met dromen. Het kan gebeuren dat een droom jaren op de plank blijft liggen, totdat de GVR het juiste mensbaksel bij de droom heeft gevonden. Dan neemt hij het potje van de plank, opent het deksel en blaast de droom met zijn trompet in het brein van het mensbaksel.

Wij songwriters zijn vlindervangende GVR's

Fladdert een vlinder voorbij, dan moeten we alert zijn, onze oren spitsen, een vlindernetje pakken, de vlinder vangen en in een potje doen. En niet piepen over de manier waarop de vlinder aan ons verschijnt. Vlinders zijn fragiel. Wees blij dat je 'm vangt.

Hoe berg je vlinders op?

Binnen de kortste keren heb je een arsenaal aan vlinders in potjes. Het is daarom handig om ze op kleur te sorteren. Zodat je in de loop der tijd een overzicht krijgt van

alle kleuren vlinders die je ooit hebt gevangen. Want net als bij de GVR kan het jaren duren voordat ze bij een liedje passen. Dus berg ze slim op als je ze niet alsnog kwijt wilt raken.

Ik sorteer mijn vlinders op stemming. Ik geef ze geen titels, omdat ik vind dat titels te sturend werken voor de wazige, deels onbewuste fase van de rondfladderende vlinder. Pas als ie goed en wel in het potje zit, bekijk ik wat ik nou eigenlijk gevangen heb en geef ik een label. Vervolgens zet ik het potje met de vlinder op een online plank in Dropbox. Dat kan natuurlijk ook in OneDrive of een ander digitaal opbergsysteem.

Deze labels werken voor mij

- Boos-agressief-rebels
- Dromerig-verrassend
- Verdrietig-down-wanhopig
- Vreugdevol-hoopvol
- Vrolijk-up

Het is aan jou hoe jij je vlinders wilt labelen. Als je ze maar vāngt voor ze weer wegfladderen.

EEN WOORDJE OVER INSPIRATIE-BEVORDERENDE MIDDELEN

Waar komen ideeën vandaan?

Enkele jaren geleden zag ik een filmpje dat mijn creatieve wereld op z'n kop zette. Alle creaties die ik daarna maakte, waren rijker, mooier en beter. Het creatieproces liep makkelijker. Dat kwam omdat ik beter begreep waar ideeën vandaan komen. Vanwege de impact die dit filmpje op me had, schets ik hier het hele verhaal:

In het filmpje zie je hoe de Britse illusionist Derren Brown een truc uithaalt met twee creatieven uit het reclamevak. Een copywriter en een grafisch ontwerper zijn uitgenodigd op de bovenste verdieping van een wolkenkrabber. In de openingsscène stappen de twee in een taxi. Ze leggen daarna de reis naar hun ontmoetingsplek af. Ondertussen vertelt Derren over het briljant georkestreerde spel van advertentiemakers. Hij spreekt over onbewuste beïnvloeding. Vandaag krijgen ze een koekje van eigen deeg.

Op hun ontmoetingsplek aangekomen, krijgen de copywriter en grafisch ontwerper een opdracht: ontwerp een posteradvertentie voor een nieuw op te zetten onderneming. Het schetsontwerp moet vier elementen bevatten. Een bedrijfsnaam, een slogan, een logo en een visueel beeld. Derren heeft

zelf ook een schetsontwerp gemaakt. Die legt hij in een gesloten envelop op tafel.

Vlak voordat Derren de ruimte uit loopt, vraagt de grafisch ontwerper terloops: “What’s the product?” Daarop opent Derren nonchalant een kastdeur. Een grote opgezette beer komt tevoorschijn. Plus een dooie adelaar en een rooie kater. Het gaat om een keten van winkels met opgezette dieren. De twee krijgen een half uur om met een schetsontwerp te komen.

In dat half uur bedenken ze deze bedrijfsnaam en slogan:

Animal Heaven - The best place for dead animals

Het logo bestaat uit twee engelenvleugels. Het visuele beeld is een beer die zittend op een wolk een harp bespeelt. In de eerste schets zien we een dierentuinpoot als hemelpoot.

Na dertig minuten komt Derren terug. Met een grote grijns bekijkt hij het schetsontwerp van de twee. “I think you’ll find this interesting”. Hij vraagt de copywriter om Derren’s schetsontwerp te onthullen. Het heeft al die tijd onaangeroerd onder de dooie kat op tafel gelegen.

De envelop gaat open en jawel: de overeenkomsten in het schetsontwerp van de advertentiemakers en die van Derren zijn verbluffend.

Derren’s bedrijfsnaam en slogan zijn:

Creature Heaven - Where the best dead animals go

Het logo bestaat uit twee engelenvleugels. Het visuele beeld is een beer die zittend op een wolk een harp bespeelt. Op de achtergrond zien we een dierentuinpoort als hemelpoort.

De onderliggende ideeën zijn precies dezelfde als die in het ontwerp van de twee reclamemakers.

De grafisch ontwerper kijkt pijnlijk. Hij schudt zijn hoofd: "Good God". De copywriter zegt zachtjes: "How embarrassing...". Beide heren zien hun imago van oorspronkelijke ideeëbedenkers vervliegen.

Hoe kan dat? Hoe kunnen de ideeën van die twee door de wol geverfde creatieve professionals zo dicht bij die van Derren liggen?

Derren laat het ons haarfijn zien. We krijgen opnieuw de openingsscène te zien. Maar nu in slow-motion. Vanaf het moment dat de heren in de taxi stappen, zie je plotseling alle beelden en woorden voorbij komen die de twee later in hun ontwerp gebruiken. Onbewust. Aan de muur van het vertrekpunt zien we een harp spelende beer op een wolk. De taxi rijdt voorbij de poort van the London Zoo. Bij een stoplicht steekt een groep jongeren over met hemelpoort-opdruk en hemelsblauwe shirts. Op een muur hangen posters met de tekst Where the best dead animals go. Bij een koffiehuis zien we twee engelenvleugels op een bord. In de etalage van een winkel staat een harp. De ontmoeting is op de bovenste etage van een wolkenkrabber. Et cetera.

Wat zegt dit filmpje over creativiteit en ons onderbewuste?

Ons onderbewuste bepaalt onze creatieve output. Dat wat we erin stoppen, komt er weer uit. Zonder dat we ons er van bewust zijn.

Wat betekent dat voor ons songwriters?

Wij songwriters hebben ons onderbewuste nodig. Om creatief te zijn, moet je onderbewuste materiaal hebben om verbindingen tussen te kunnen leggen. We hebben goed spul buiten onszelf nodig, waarmee we nieuw en rijk muziekmateriaal kunnen creëren. Een goedgevuld onbewust muziekdossier is dus een goed hulpmiddel. Maar hoe vul je je onderbewuste?

Maak ruimte voor het songwriter-afsprakenkje

Het songwriter-afsprakenkje is een date met je onderbewuste. Je stelt je onderbewuste bloot aan muziek op een afgebakend tijdstip.

Doe eens wat voorbeelden van songwriter-afsprakenkjes

Zet een afspeellijst op onder het koken. Bezoek elke eerste vrijdag van de maand een concert. Nodig je vrienden uit voor een avondje guilty pleasures. Kijk elke dinsdag een film met goeie filmmuziek. Et cetera. Het songwriter-afsprakenkje is simpel, leuk en het ontspant. Daarnaast krijg je meer invloed op je onderbewuste én op je creatieve output.

Conclusie

Zoek niet naar inspiratie. Wacht dan niet tot het uit je komt. Zorg dat inspiratie in je komt. Je onderbewuste doet de rest.