

<https://doi.org/10.19195/2082-8322.13.8>

Łukasz Śmigiel

ORCID: 0000-0001-7821-9430

Uniwersytet Wrocławski

## Bohaterowie w multimedialnym storytellingu

### Wprowadzenie

Współczesny *storytelling* jest obecny w naszym życiu bardziej niż kiedykolwiek wcześniej. Nie zmieniło się to, że opowiadamy historie sobie nawzajem — w pracy, w gronie rodziny czy wśród znajomych. Otaczająca nas zewsząd nowa technologia sprawiła jednak, że oprócz klasycznych przekazów storytellingowych (do których przyzwyczyli nas media tradycyjne), codziennie atakują nas dodatkowo setki, jeśli nie tysiące narracji. Serwisy informacyjne w radiu, spoty reklamowe czy też konkursy „na żywo” na antenie to przecież historie, których słuchamy, niekiedy z zapartym tchem. Audycje radiowe czy nawet piosenki to także opowieści. Słuchamy ich na platformach streamingowych, przez aplikacje w telefonach i dzięki nowym typom radioodbiorników, które działają w systemie DAB+. Do wyboru mamy również tysiące nowych podcastów umieszczanych każdego dnia na przeznaczonych dla nich serwisach oraz platformach bardziej uniwersalnych — jak YouTube czy SoundCloud. Ira Glass, jeden z ojców radiowego storytellingu w USA, pisze o tym fenomenie w następujący sposób:

I tak oto pojawiła się fala nowych podcastów, wypełnionych opowieściami, które skrywają w sobie zaskakujące fabuły, humor, emocje oraz ciekawe pomysły. Podcasty te znajdują swoją publiczność. Podam tylko jeden przykład na to, jak bardzo wszystko się zmieniło. Kiedy radiowy show *This American Life* pojawił się na antenie w 1995 roku, zajęło nam cztery lata, aby zdobyć milion słuchaczy i słuchaczek. W 2014 roku nasz spin-off o tytule *Serial* zdobył taką publiczność w cztery tygodnie. A obecnie show *Invisibilia* tworzony dla stacji dla NPR przyciąga publiczność jeszcze szybciej. Ponad dwa miliony odbiorców na odcinek w cztery tygodnie. I w związku z tym, że ludzie znajdują kolejne odcinki w sieci,

te liczby cały czas się zmieniają. Obecnie każdy odcinek *Invisibilia* pobrało już pięć milionów ludzi, a podcast *Serial* zapisało na dysku nieco ponad siedem milionów<sup>1</sup>.

Proces, o którym mówi Ira Glass, to tylko jeden z aspektów rozwoju multimedialnego storytellingu. Chętnie poznajemy bowiem opowieści nie tylko z podcastów, ale także z seriali, filmów kinowych, książek, komiksów, gier wideo, memów czy platform przygotowanych z myślą o głośnikach bluetooth, na których historie prezentują nam wirtualni asystenci i asystentki Google, Apple czy Amazonu. Wszystko jest dziś storytellingiem — nawet zdjęcie na Instagramie. Historie zaś, przygotowane dla dowolnego medium, potrzebują bohaterek i bohaterów. Powodem napisania tego artykułu była chęć usystematyzowania części luźnych zasad z zakresu kreacji protagonistów i protagonistek, pojawiających się w różnych przekazach medialnych. Autor ma bowiem wrażenie, że polskojęzyczna literatura poświęca temu zagadnieniu wciąż zbyt mało miejsca, a jest to mechanizm niezwykle złożony, w którym elementy ugruntowanej wiedzy na przykład na temat przekazów reklamowych zderzane są z rozwiązaniami typowymi dla budowania opowieści na nieistniejących wcześniej platformach medialnych (między innymi przeznaczonych do podcastów).

Herosi i heroiny muszą pojawić się w danej opowieści ze względu na zadania, jakie spełnia każda historia. Opowiadanie sobie fabuł jest głęboko zakodowane w naturze i zachowaniu społecznym ludzkich grup — starożytnych i nowożytnych. Historie uczą nas, jak zachowywać się w danej grupie, są punktem wyjścia do dyskusji na temat zasad moralnych i wielu wartości. Dają nam satysfakcję z obcowania z historią i pobudzają ciekawość<sup>2</sup>.

Jeżeli przyjmiemy, że *storytelling* pojawił się wraz z pierwszymi próbami komunikacji między ludźmi i ewoluował wraz z rozwojem języka, to można założyć, że jest sztuką, która powstała już w czasach prehistorycznych. Nie ma danych pozwalających z całą pewnością określić, jak wyglądały pierwsze eksperymenty ze storytellingiem. Jest dość prawdopodobne, że grupy zebrane w jaskini, dookoła ognia, wymieniały się doświadczeniami, okazywały emocje, a ich członkowie łączyli się w swoich przekonaniach, zbliżali się do siebie, określali to, co przeszłe, co teraźniejsze, i wskazywali na to, co dopiero nadejdzie. Często szczególna rola przypadała mistrzowi ceremonii, mędrcom, starszyźnie, a później także szamanom. W czasach pierwotnych ten, kto opowiadał historię w otoczeniu swojego klanu czy plemienia, dostarczał w ten sposób rozrywki, był nauczycielem i historykiem. *Storytelling* utrwalał wiedzę o tym, co przeszłe, i utrwalał ją w formie opowieści przekazywanej z pokolenia na pokolenie. Opowieści pełnią tę funkcję także i dziś<sup>3</sup>.

Wiemy, że obrazki na ścianie w jaskini Chauveta we Francji datuje się na mniej więcej 30 tysięcy lat wstecz. Naścienne rysunki przedstawiają zwierzęta oraz motywy

<sup>1</sup> J. Abel, *Out On the Wire*, New York 2015, s. 9. Tłum. własne.

<sup>2</sup> W. Eisner, *Graphic Storytelling and Visual Narrative*, New York 2008, s. 13.

<sup>3</sup> *Ibidem*, s. 14.

walki o przetrwanie. Wystarczy tylko raz na nie spojrzeć, a historie, które opowiadają, staną się dla nas natychmiast zrozumiane. Zastosowywanie obrazów do budowy tych przekazów sprawia, że zakłute w nich historie są uniwersalne dla każdego oglądającego. Jak pisze cytowany już Will Eisner, jeden z największych na świecie specjalistów od narracji obrazkowej:

Są różne sposoby na opowiadanie historii. Technologia dostarcza nam wielu przekażników i narzędzi, które są w tym pomocne, ale podstawowe sposoby budowy opowieści są tylko dwa — słowa (wypowiedziane, zapisane) bądź też obrazy, a czasem kombinacja obu wymienionych<sup>4</sup>.

Podobnie działało to we wszystkich kulturach, które sukcesywnie, przez setki lat, doskonaliły technikę i struktury składające się na znany nam współcześnie *storytelling*. Odkąd egipskie hieroglify zaadaptowały obrazy, przekształcając je w pismo (przekazujące także sens dźwiękowy i symboliczny opowieści), udało się sformułować wiele zasad kreowania komunikacji opartej na opowieści.

Narracja w storytellingu, podobnie jak wiele tekstów dziennikarskich, odpowiada na pytania: kto, co, kiedy, dlaczego i gdzie, a oprócz tego za pośrednictwem wykreowanej w opowieści „sceny” konstruuje także bohaterów i akcję. Historie mają wyraźnie wyeksponowane początek, środek i koniec. Odnajdziemy w nich postaci, które czegoś poszukują i mierzą się ze stojącymi na ich drodze przeszkodami<sup>5</sup>. Natrafimy na opowieści bardziej dosłowne i te bardzo metaforyczne. Historia może być opowieścią tłumaczącą któreś ze zjawisk przyrody i na przykład mówić o deszczu spadającym z nieba i gaszącym ognisko, ale czas spędzony z tekstami największych storytellerów w historii ludzkości (od Homera po Dickensa) pokazuje nam, że w dotarciu z przekazem do odbiorcy lepiej sprawdzają się opowieści mające protagonistę lub protagonistkę. W tym artykule, odnosząc się jednak tylko do storytellingu wywodzącego się z cywilizacji zachodniej, postaram się odpowiedzieć na pytanie, dlaczego tak właśnie się dzieje.

## 1. Bohater w strukturze opowieści

Zarówno skalne rysunki z jaskini Chauveta, jak i wspomniane hieroglify pokazują, że aby trafić do odbiorców, potrzebne są postaci, herosi i heroiny, umieszczeni w nurcie opowieści. Bohaterowie zawsze byli obecni w opowiadanych historiach, inspirując zarówno dzieci, jak i dorosłych swoją wizją, odwagą i poświęceniem. Bohaterów odnajdujemy w pierwszych storytellingach w każdej kulturze, miejscu i języku. Już na rysunkach jaskiń sprzed dziesięciu tysięcy lat widzimy bohaterskich mężczyzn ścigających ogromne bestie, narażając swoje życie na niebezpieczeństwo, by nakar-

<sup>4</sup> *Ibidem*, s. 7.

<sup>5</sup> E. Nuzum, *Make Noise. A Creator's Guide to Podcasting and Audio Storytelling*, New York 2019, s. 112.

nić plemię<sup>6</sup>. Powodem, dla którego mechanizm ten działa tak, a nie inaczej, czyli dlacego mając styczność z opowieścią, jako odbiorcy natychmiast rozglądamy się za protagonistką czy protagonistą, wynika z formuły naszego własnego życia. Nawet jeśli nie zastawiamy się nad tym za bardzo — egzystencja każdego z nas to nic innego, jak opowieść o klasycznej strukturze. Narracja mająca początek, środek i koniec. My jesteśmy w niej głównym bohaterem (tak przynajmniej siebie postrzegamy), otoczonym przez inne, niezależne postaci, z którymi tworzymy interakcje. Taki odbiór otaczającej rzeczywistości rozwijał się u nas przez wieki. Okrutna i zarazem fascynująca prawda o ludzkiej kondycji jest taka, że żadne z nas nie zna odpowiedzi na dramatyczne pytania, pojawiają się w naszych głowach. Nie wiemy, dlacego robimy to, co robimy, albo dlacego czujemy, to, co czujemy. Tworzymy historie, odpowiadając sobie na pytanie, dlacego czujemy depresję, konfabulujemy, tłumacząc samym sobie trudne moralnie decyzje, wymyślamy nawet powody, dla których podoba nam się taki, a nie inny fragment muzyki. Nasze poczucie samoświadomości, istnienia jest uzależnione od tłumaczącego nam wszystko wewnętrznego narratora<sup>7</sup>. Każdy w nas słyszy w głowie ten niezwykły głos, dzięki któremu możemy czytać „po cichu” książki. Ten głos prowadzi nieustannie dialog z naszym ciałem i cały czas wyjaśnia nam rzeczywistość, ułatwiając jej odbiór. Ten głos — nasz, własny, wewnętrzny, słyszany tylko przez nas samych, będący storytellem naszych działań — utwierdza nas w przekonaniu o sile naszego indywidualizmu. Nasze dzieci wychowują się w świecie indywidualistów, którego tradycja sięga daleko wstecz. Dzieci cywilizacji Zachodu dorastają otoczone kultem indywidualizmu, który narodził się około 2500 lat temu w starożytnej Grecji. Indywidualiści cenią sobie ponad wszystko osobistą wolność, a świat postrzegają jako twór złożony z wielu części, z których każda jest niezależnym bytem. Takie podejście do świata, kładzie nacisk na konkretne wartości i mocno wpływa na opowieści, które tworzymy i opowiadamy<sup>8</sup>. I rzeczywiście, bohaterowie naszych historii są zwykle indywidualistami i indywidualistkami na wielu poziomach — buntownikami, rewolucjonistami, którzy kwestionują zasady i nie boją się iść własną drogą. Zanim jednak przyjrzymy się bliżej uniwersalnym cechom bohaterów i bohaterek, spróbujmy zrozumieć, jakie zajmują miejsce w strukturze większości opowiadanych historii.

Podstawowy schemat każdej opowieści został ujęty w słynnym cytacie przypisywanym reżyserowi Jean-Luc Godardowi. Słynny filmowiec zapytany przez dziennikarza powiedział kiedyś, że opowieść musi mieć początek, środek i koniec, ale niekoniecznie w tej kolejności<sup>9</sup>. W podobny sposób podchodził do tego setki lat wcześniej Arystoteles, który pisał:

<sup>6</sup> M. Luhn, *The Best Story Wins*, New York 2018, s. 70.

<sup>7</sup> W. Storr, *The Science of Storytelling*, London 2019, s. 112.

<sup>8</sup> *Ibidem*, s. 80.

<sup>9</sup> K. Tynan, *The Observer: Weekend Review, Films: Verdict on Cannes*, 22.05.1966, s. 24, [www.newspapers.com](http://www.newspapers.com) (dostęp: 10.09.2020).

A całością jest wszystko, co ma początek i środek i koniec. Początkiem zaś jest to, co niekoniecznie po czémś inném samo następuje, ale po którym drugiego coś z natury rzeczy znajduje się albo powstaje; końcem przeciwnie jest to, co po czémś inném z natury rzeczy samo znajduje się, bądźto konieczne bądź zwykle, a po niem już niczego innego nie ma: środkiem znowu jest to, co i samo po czémś inném jest i po niem jeszcze coś drugiego. Pomysły zatem dobrze ułożone nie powinny ani skądkolwiekbądź zaczynać się, ani na czémkolwiekbądź kończyć, ale do określeń powyżej podanych stosować się powinny<sup>10</sup>.

Przedstawiony schemat, który przywołuje tradycyjną, podstawową trójaktową strukturę opowieści, nie mówi nam jednak jeszcze, gdzie w historii mamy miejsca dla bohaterów i bohaterek. Dopiero przyglądając się bliżej temu, co napędza każdą opowieść — a są to różnego rodzaju konflikty, zrozumiemy, gdzie w tej układance, znalazło się miejsce dla protagonisty/protagonistki. Jak pisze zawodowy *storyteller* Evan Skolnick, który przez ponad dwadzieścia pięć lat pisał narracje dla takich gigantów rynku rozrywkowego, jak marki Marvel, LucasArts czy Activision: „Początek, środek i koniec historii są nierozzerwalnie powiązane z konfliktem”<sup>11</sup>.

1. Początek opowieści: wprowadzenie (w konflikt).
2. Środek: konfrontacja (w ramach konfliktu).
3. Koniec: wyjaśnienie, zakończenie (konfliktu).

Jeżeli odniesiemy się bezpośrednio do trójaktowej struktury, o której pisał Arystoteles, schemat poszerzony o motyw konfliktu u Skolnicka wyglądałby następująco:

POCZĄTEK	ŚRODEK	KONIEC
<i>AKT I</i>	<i>AKT II</i>	<i>AKT III</i>
Wprowadzenie	Konfrontacja	Rozwiązanie

Czytelna, prosto skonstruowana struktura trzech aktów, wykorzystując motyw konfliktu, potrafi podporządkować sobie też wątki narracyjne dotyczące bohaterów i bohaterek drugiego planu, a nie tylko protagonistów. Zarówno główny wątek fabularny, jak i wątki dotyczące poszczególnych postaci mają bowiem strukturę początku, środka oraz końca i są nastawione na opisywanie konfliktów, które prowadzą do rozwiązania — tak jak w klasycznym trójaktowym schemacie całości<sup>12</sup>.

Na przykład jeśli chodzi o drugoplanową postać Obi-Wana Kenobiego z filmu *Gwiezdne wojny część czwarta Nowa nadzieja* przypisana mu struktura trójaktowa (ze względu na konflikty) wyglądałaby następująco:

1. Obi-Wan jest potężnym Jedi, który się ukrywa. Lokalsi uważają go za niegroźnego i lekko szalonego staruszka;

<sup>10</sup> Arystoteles, *Poetyka*, [https://pl.wikisource.org/wiki/Poetyka/Arystoteles\\_Arystoteles\\_Poetyka](https://pl.wikisource.org/wiki/Poetyka/Arystoteles_Arystoteles_Poetyka) (dostęp: 10.09.2020). Tłum. S. Siedlecki.

<sup>11</sup> E. Skolnick, *Video Game Storytelling*, New York 2014, s. 40.

<sup>12</sup> *Ibidem*, s. 42.

2. słysząc prośbę o pomoc wysłaną przez księżniczkę, Obi-Wan decyduje się wyjść z ukrycia i trenować Luke'a. W finale konfliktu z Darthem Vaderem Obi-Wan poświęca się, aby uratować przyjaciół;

3. Obi-Wan zostaje mentorem z za grobu i nadal służy radą Skywalkerowi, pomagając mu w zniszczeniu Gwiazdy Śmierci.

Jak widzimy, napędzające akcję konflikty nie istnieją bez bohaterów. Jeżeli w danym wycinku narracji brakuje głównych bohaterów, do rozwiązania konfliktów wykorzystujemy także postacie drugoplanowe. Jak pisze Eric Nuzum — wybitny amerykański *podcaster* (między innymi the TED Radio Hour) i *storyteller*:

Opowieści, także audio — mają sceny. Sceny zapełniają bohaterowie i bohaterki. Bohaterowie mają swoje motywacje. Te motywacje prowadzą do działania, do akcji. Podejmując działanie, postaci natrafiają na przeciwności i przeszkody, a opowieść staje się lekcją. Na końcu docieramy do otwartego lub zamkniętego finału, a najlepsze z opowieści mają na końcu twist<sup>13</sup>.

Konflikty, w których uczestniczą bohaterowie, są głównym motorem akcji każdej opowieści i zmuszają protagonistów i protagonistki do opuszczenia bezpiecznej strefy, przestrzeni, w której poznajemy ich w akcji pierwszym. Schemat ten powtarza się nieustannie od bardzo dawna. Wprowadzenie do mitu o dwunastu pracach Heraklesa pokazuje nam, jak heros zostaje zmuszony do wyjścia z bezpiecznej sfery (szczęśliwego rodzinnego życia) w związku z konfliktem wykreowanym przez Herę. Bogini zsyła na niego szaleństwo, pod którego wpływem Herakles morduje swoją rodzinę. To z kolei prowadzi go do serii kolejnych konfrontacji, które układają się w słynne dwanaście prac, niemożliwych do wykonania. Jak pisze Jonathan Campbell w kultowej dla badaczy *storytellingu* książce pt. *Story*:

Bohater ryzykuje wyprawę ze świata powszedniości, do krainy nadnaturalnych dziwów, spotyka tam fantastyczne siły, odnosi rozstrzygające zwycięstwo, po czym wraca z tej tajemniczej wyprawy obdarzony mocą czynienia dobra ku pożytkowi swych bliźnich<sup>14</sup>. [...] Wędrowka bohatera przebiega zawsze wedle schematu, obejmując trzy etapy: odsunięcia się od świata, dotarcia do źródła mocy i krzepiącego życie powrotu<sup>15</sup>.

Ekspozycja pozwala nam więc nie tylko poznać świat, tło opowiadanej historii, spotkać po raz pierwszy bohaterów, ale też od razu zarysować przed nimi pierwszy konflikt, który będzie trzeba rozwiązać. Bardzo często w tym właśnie momencie publiczność poznaje ich pasje i marzenia. *Storyteller* musi przedstawić problem, który burzy porządek świata tak bardzo, że zmusza bohatera do znalezienia jego rozwiązania<sup>16</sup>. W filmie czy w literaturze ekspozycja to właśnie moment historii, w którym wyjaśniamy, kim są główni bohaterowie, czego pragną i z jakiego powodu. Poznajemy ich świat i bezpieczną strefę. W otwarciu do filmu *Notting Hill* ekspozycji dokonuje sam protago-

<sup>13</sup> E. Nuzum, *op. cit.*, s. 113.

<sup>14</sup> J. Campbell, *Bohater o tysiącu twarzy*, Poznań 1997, s. 35.

<sup>15</sup> *Ibidem*, s. 37.

<sup>16</sup> M. Luhmann, *op. cit.*, s. 52.

nista William Tucker, grany przez Hugh Granta, oprowadzając nas jako narrator (głos zza kadru) po tytułowym Notting Hill. Dzięki takiemu zabiegowi publiczność od razu „wchodzi” w historię i towarzyszy bohaterowi 1. «doświadczony, mądry doradca, nauczyciel i wychowawca» 2. «ktoś, kto stale poucza innych» w jego wyprawie oraz w jego przeżyciach. W filmie *Jerry Maguire* odgrywający główną rolę Tom Cruise (otrzymał za tę kreację Złoty Glob), agent sportowy, wychodzi z bezpiecznej strefy, kwestionując brutalne prawa i obłudę, które zdominowały jego zawód. W jednej chwili traci wszystko — dobrą pracę, dostatnie życie i piękną narzeczoną. Reżyser i scenarzysta Cameron Crowe poświęca cały, wydłużony (niemal dziesięć minut), czas filmowego „openingu”, aby przedstawić nam ten poruszający moment narracji. Także i w tym przypadku narratorem jest sam protagonista. Ten fabularny proces ukazywania przez bohatera bezpiecznej przestrzeni, w której bytuje, oraz wychodzenie z niej opisuje scenarzysta i podcaster Dan Harmon, układając całość w osiem punktów:

1. bohater jest w bezpiecznej przestrzeni;
2. bohater czegoś chce, potrzebuje, szuka, pożąda;
3. wychodzi z bezpiecznej strefy;
4. adaptuje się do nowej sytuacji;
5. dostaje to, czego chciał;
6. płaci za to wysoką cenę;
7. wraca do bezpiecznej strefy;
8. po powrocie jest jednak odmieniony, co jest wynikiem wszystkiego, co nastąpiło wcześniej<sup>17</sup>.

Schemat zaproponowany przez Harmona prowadzi nas do kolejnego punktu w naszych rozważaniach na temat cech i specyfiki kreacji postaci we współczesnym multimedialnym storytellingu. Wiemy już, gdzie w strukturze opowieści odnajdziemy bohaterów i że to konflikty w sposób nierozwiązalny wiążą ich z każdą historią. Teraz spróbujemy wyjaśnić, jacy są bohaterowie i bohaterki ze względu na działania, do których podjęcia zmusza się ich w toku narracji.

W niektórych storytellingach zdarza się, że rodzaj działań podejmowanych przez bohaterów zostaje uzależniony od rodzaju historii, która jest opowiadana. Will Eisner w przestrzeni opowieści obrazkowej wskazuje na przykład na typy opowieści, które zamiast na bohaterów, kładą nacisk na różne aspekty opowiadanej historii<sup>18</sup>. Są to między innymi:

- historie bez rozbudowanej fabuły, w których najważniejsza jest widowiskowa wizualizacja, efekty specjalne i akcja;
- opowieści graficzne — obraz jest tak elektryzującym popisem umiejętności artysty, że często odwraca uwagę od treści;
- opowieści kładące nacisk na symboliczny przekaz, a nie na bohaterów;

<sup>17</sup> D. Harmon, *Story circle*, <https://www.studiobinder.com/blog/dan-harmon-story-circle/> (dostęp: 10.09.2020).

<sup>18</sup> W. Eisner, *op. cit.*, s. 18.

— opowieści skoncentrowane na konkretnych ludzkich doświadczeniach — na osobistym przeżyciu — czyli jak do czegoś doszło, jak to się stało;

— historie z gatunku tych, które odmieniają życie — jedna konkretna sytuacja, jedna decyzja, dzień ważący na całym życiu.

Wspomniane różne warianty narracji historii obrazkowej ukazują nam protagonistów i protagonistki z różnych, czasami zupełnie niespodziewanych ujęć. Z kolei różne ujęcia wskazują niekiedy na cechy bohaterów, które być może w innym układzie narracji byłby trudne do dostrzeżenia.

## 2. Uniwersalne cechy bohaterów

Jak pisze Will Storr w swojej rozprawie *The Science of Storytelling*:

Zbiornik z rekinami nie ma żadnego znaczenia dla historii, póki nie znajdzie się w nim agent 007. Nawet tak bardzo łatwe w odbiorze historie jak te z Jamesem Bondem pokazują nam głównego bohatera w różnych dramatycznych sytuacjach<sup>19</sup>.

Historie o Bondzie wciągają nie ze względu na świszczące kule czy pościgi na nartach, ale dlatego że chcemy się dowiedzieć, w jaki sposób akurat ta postać w tej konkretnej opowieści wydobędzie się z opresji, korzystając ze swoich niezwykłych umiejętności. Odbiorców od zawsze interesuje to, co popycha bohaterów naprzód. Holly Golightly ze *Śniadania u Tiffany'ego* chce być wolna i cieszyć się życiem, ucieka więc od stereotypowych ról społecznych, które narzucają jej mężczyźni. Luke Skywalker marzy o tym, aby wyrwać się z pustynnej planety Tatooine i zostać pilotem. John Rambo buntuje się z kolei przeciw władzy, niezrozumieniu weteranów wojennych i nietolerancji. Wszyscy ci bohaterowie i bohaterki są aktywni w czasie swej „podróży” i chętnie podejmują działania. Nigdy nie pozostają bezczynni.

Chcąc poradzić sobie z konfliktami w danej opowieści, heros musi zacząć działać. Prawdziwi bohaterowie nie tylko reagują na to, co się z nimi dzieje, lecz także sami aktywnie podejmują działania, aby rozwiązać problemy. Nastawienie na działanie jest konieczną cechą każdego protagonisty i protagonistki, bez niej opowieść będzie pozbawiona emocji, a obcująca z nią publiczność popadnie we frustrację<sup>20</sup>. Bohaterowie są głodni — potrzebują zmiany rzeczywistości i intensywnych doznań, tylko wtedy odbiorcy czują, że ich działania miały sens i niosą jakąś naukę.

Zobaczmy, jak to wygląda w praktyce. D'Artagnan — porzuca rodzinny dom i wyrusza na wyprawę, mając przy sobie jedynie maść od matki i szpadę oraz list polecający od ojca. Zaraz na początku historii, ze względu na swoje działania i konflikty, które buduje przed Gaskończykiem narracja — szpada zostaje złamana, a list ojca

<sup>19</sup> W. Storr, *op. cit.*, s. 118.

<sup>20</sup> E. Skolnick, *op. cit.*, s. 40.



odebrany. W słynnym thrillerze Simona Becketta pt. *Chemia śmierci* były policyjny antropolog ucieka po osobistej tragedii z wielkiego miasta, porzuca wielką karierę i zostaje zwykłym pomocnikiem lekarza w małym miasteczku. Doktor Hunter podejmuje szereg działań, aby zacząć życie od nowa. Nie poddaje się. Wspomniany już Rambo, zarówno jeśli chodzi o powieść Davida Morella, jak i w pierwszym filmie z serii, mimo zasług na polu bitwy, po powrocie do domu jest wyrzutkiem i włóczęgą, który zawadza systemowi. Były żołnierz będzie musiał wywalczyć dla siebie miejsce w nowym świecie. A zatem jak widać — protagonistki i protagoniści to postaci czynu. Tak jak w książce, w sztuce teatralnej czy filmie bohaterowie mają motywację swoich działań i czegoś pragną. Zwykle to pragnienie jest tak mocne, że zmusza ich do wyjścia z bezpiecznej strefy i rozpoczęcia przygody<sup>21</sup>.

Prawdziwi herosi są zawsze gotowi rzucić się w wir przygód. Indiana Jones wraca do domu i do pracy na uniwersytecie tylko po to, aby znaleźć kolejną poszlakę do rozwiązania zagadki i zaraz rusza dalej. Ellen Ripley w słynnym dreszczowcu pt. *Alien* ma szansę uciec z pełnej potworów kosmicznej bazy, ale decyduje się zaryzykować i rzuca do walki z potwornym przeciwnikiem, aby uratować z gniazda Obcych małą dziewczynkę. W sytuacjach, w których większość z nas poważnie zastanowiłaby się nad konsekwencjami danego działania i próbowała określić rozmiary ryzyka (a niektórzy być może za nic w świecie nie opuściliby bezpiecznej strefy), herosi i heroiny muszą iść naprzód bez zbędnych kalkulacji. Mam iść w lewo, w prawo czy atakować? Czy też zatrzymać się i poczekać? Herosi i heroiny nie czekają. Nie wahają się, nawet jeśli decyzja, którą podejmą, niekoniecznie przyniesie pożądaną skutec<sup>22</sup>. Siła, motywacja i niezłomność tych postaci może być dla odbiorców inspirująca i dodawać im otuchy. Bohaterskie parcie do przodu to też motor narracji w całej opowieści. Nieustanne wchodzenie w nowe konflikty jest integralną cechą każdego prawdziwego bohatera i bohaterki. Prawdziwi protagoniści i protagonistki chcą zawsze czegoś więcej, chcą czegoś innego, pragną przełamać rutynę, zerwać z konwencją, a ta potrzeba ich napędza i zmusza do podejmowania ryzyka<sup>23</sup>.

Konflikt to ryzyko. Im więcej można stracić, tym większe emocje budzi on u publiczności, która nie czując napięcia i ryzyka, przejdzie obok historii obojętnie. Odbiorcy doceniają to, że za zwycięstwo postaci dramatu muszą zapłacić bardzo wysoką cenę. Niekiedy ryzyko jest tak wielkie, a wizja przegranej tak straszna, że bohaterowie nie ruszają w podróż sami, lecz w towarzystwie sprzymierzeńców, postaci drugiego planu, które pomagają w rozbudowie ich charakterów. Wśród bohaterów pomocniczych, którzy wpływają na protagonistów i protagonistki, wyróżniamy różne typy postaci, jak na przykład strażnika, obrońcę (na przykład Aragorn), mędrca, nauczyciela (Gandalf), postać komediową, dzięki której trzymamy dystans do historii (duet

<sup>21</sup> E. Nuzum, *op. cit.*, s. 24.

<sup>22</sup> M. Luhn, *op. cit.*, s. 79.

<sup>23</sup> E. Nuzum, *op. cit.*, s. 116.

niziołków — Merry i Pippin) czy wreszcie tak zwanego shapeshiftera, który w toku opowieści zmienia swój charakter i nastawienie do głównego bohatera (Boromir). Wyruszając na wyprawę w pojedynkę czy zespołowo, protagonista powinien dysponować między innymi takim oto zestawem cech:

- ma pasje i cele, z którymi można się identyfikować;
- rozwija się, dorasta, zmienia wraz z historią;
- podejmuje działanie, aby rozwiązać konflikty;
- ponosi ryzyko, także osobiste;
- jest gotów poświęcić wszystko dla sprawy!<sup>24</sup>

Warto dodać, że nieustanne parcie naprzód i wychodzenie naprzeciw konfliktom powoduje, że bohaterowie często popełniają błędy i pokazują nam wrażliwą stronę swoich charakterów. I rzeczywiście, nawet najpotężniejsi herosi i heroiny mają słabości (nawet Herakles po dokonaniu zbrodni na rodzinie chciał popełnić samobójstwo). Ta swoista wrażliwość i podnoszenie się po porażce to kolejna uniwersalna cecha bohatera multimedialnego storytellingu (czy to w grach wideo, w kinie, komiksie, czy na kartach powieści). W fabule heros w końcu zaczyna rozumieć, że nie uda mu się kontrolować świata i jest stopniowo zmuszany do zmiany swoich najgłębszych przekonań. Umiejętność kontroli rzeczywistości jest kwestionowana. Bohaterowie zmuszeni są wielokrotnie zadawać sobie fundamentalne dramatyczne pytanie: kim teraz jestem? Kim muszę się stać, aby to naprawić?<sup>25</sup> To dzięki tej wrażliwości bohaterowie się zmieniają. Przechodzą swoistą ewolucję, uczą się na błędach, a przez to stają się bardziej ludzcy i pokazują odbiorcom, że warto się zmieniać. Ich przygoda staje się drogą, na której początku w akcie pierwszym są inni niż na końcu podróży — w akcie trzecim. Han Solo w słynnej gwiazdnej sadze zaczyna swoją przygodę jako samolubny awanturnik o wielkim ego, którego interesuje tylko zarobek i koniec własnego nosa. Tymczasem w akcie trzecim *Nowej nadziei* jest już prawdziwym bohaterem rebelii, dzielnym pilotem, który widząc poświęcenie przyjaciół, zmienia się i jest w końcu gotów narazić własną skórę dla dobra innych. Bilbo Baggins z kochającego wygody, zdystansowanego względem świata, pilnującego własnych wygod hobbita staje się gotowym do poświęceń, ryzykującym życie, prawdziwym awanturnikiem. W czasie wyprawy z Gandalfem dorasta, aby na sam koniec pokazać, że dla dobra przyjaciół gotów jest zrzec się wielkiej nagrody. Najbardziej kochamy herosów i heroiny, liderów i liderki (w prawdziwym życiu oraz w fikcji), którzy są wrażliwi, zmagają się z losem, upadają, ale nie poddają się i imponują nam swoją wytrzymałością<sup>26</sup>. Postaci doskonałe, bez skazy, są zapominane. Za to ci niedoskonali, którzy nieustępliwie walczą, znajdują miejsca w naszych sercach<sup>27</sup>. W przestrzeni storytellingu w branży

<sup>24</sup> E. Skolnick, *op. cit.*, s. 54.

<sup>25</sup> W. Storr, *op. cit.*, s. 123.

<sup>26</sup> M. Luhn, *op. cit.*, s. 78.

<sup>27</sup> *Ibidem*, s. 80.

gier wideo taka właśnie ewolucja głównego bohatera, często wynikająca z jego niedoskonałości i wrażliwości, z jego doświadczeń, wzlotów i upadków — określana jest mianem *leveling up*. Dramatyczne momenty w trakcie trwania opowieści, trudne wybory, konieczność nieustannego odpowiadania na pytanie: kim właściwie jestem? Przeciwności losu, wyzwania, które czekają na bohaterów, przyjmują często formę postaci, które pojawiają się w danej narracji. Te przeciwności to antagoniści i antagonistki, które nieświadomie pomagają herosom i heroinom w przemianie ich charakterów. Kim byłby bowiem Batman bez Jokera, Dawid bez Goliata czy detektyw Blade bez Alexis Sin. Ich starcia, kolejne potyczki, są motorem narracji.

Porażki, konflikty i zmagania z przeciwnościami losu budzą w odbiorcach emocje. Nie mielibyśmy z nimi do czynienia, gdyby bohaterowie opowieści byli zbyt doskonali. Przecież nawet Superman ma zwykłą ziemską pracę i związane z nią problemy, zakochuje się w normalnej dziewczynie, dba o swoich przybranych rodziców, a nawet umiera (wprawdzie tylko na chwilę — ale jednak). To właśnie wspomniane słabości czynią herosów i heroiny prawdziwymi postaciami z krwi i kości, postaciami, w które można uwierzyć. Jest to niezbędny element storytellingu, bo przecież my, jego odbiorcy, chcemy dostrzec w tych bohaterach coś z siebie. Chcemy ich polubić i związać się z nimi emocjonalnie.

Niekiedy w storytellingu stosuje się różne narracyjne chwytaki, które budują więź (wzbudzają sympatię, empatię) między odbiorcą a protagonistą. Przykładowo — pokazanie herosa czy heroiny w czasach młodości sprawia zwykle, że bardziej ich lubimy. Można na przykład pokazać postać w okresie dzieciństwa albo wręcz rozpocząć historię od pokazaniach młodej bohaterki czy bohatera<sup>28</sup>.

Lyra i jej dajmon szli przez ciemniejący Refektarz. Starali się trzymać jednej strony, aby ich nie dostrzeżono z kuchni.

W ten sposób rozpoczyna się powieść Philipa Pullmana pt. *Złoty kompas* z cyklu *Mroczne materie*. A tak w jednym z esejów sam autor komentuje to pierwsze zdanie:

A zatem, zaczynasz. W tym przypadku chciałem umieścić na stronie moją główną bohaterkę Lyrę, najszybciej jak tylko się dało. Jej imię jest pierwszym słowem w tej opowieści oraz ostatnim, które zamyka cały powieściowy cykl. W ten sposób chciałem natychmiast zaskarbić sobie sympatię czytelników. Alfred Hitchcock opowiedział kiedyś o takiej sztuczce. Stwierdził, że gdyby film zaczynał się od sceny, w której włamywacz zakrada się do pustego domu, a my obserwujemy go przeszukującego szafki. I gdyby nagle pojawiły się światła samochodu właściciela domu. Wtedy widzowie myślą — pospiesz się! On już tu jest! Nie chcemy, aby włamywacz został złapany. Jesteśmy po jego stronie, a cała historia zaczęła się właśnie od niego. Dlatego chciałem, aby moi czytelnicy od razu polubili Lyrę<sup>29</sup>.

Pullman na początku swojej słynnej powieści stosuje jeszcze jedną sztuczkę narracyjną, która wskazuje na wrażliwość głównej bohaterki, a mianowicie pozbawia Lyrę rodziców. W opowieściach dla młodszych odbiorców ten narracyjny zabieg jest bar-

<sup>28</sup> *Ibidem*, s. 75.

<sup>29</sup> Ph. Pullman, *Daemon Voices. On Stories and Storytelling*, New York 2017, s. 21.

dzo popularny. W przypadku Pippi Långstrumpf czy Harry'ego Pottera pozbywamy się rodziców w sposób definitywny, a czasami po prostu odsuwamy ich od młodych bohaterów jak najdalej (w *Opowieściach z Narnii* opiekę nad dziećmi przejmuje tajemniczy profesor). Jeszcze jednym podobnym storytellingowym rozwiązaniem jest narracyjny motyw tak zwanego *save the cat*. Lubimy bowiem nie tylko bohaterów, którzy coś stracili, lecz także tych wykazujących wrażliwość względem słabszych. W takie schematy wpisany został King Kong ratujący Ann Darrow, Ellen Ripley ratująca małą Newt, Terminator ratujący Johna Connora czy wreszcie animowana Vaiana ratująca zółwie na samym początku swej opowieści. Pomoc słabszym oznacza wrażliwość na to, co kruche, ulotne, a to z kolei pomaga zbudować relacje z publicznością. Publiczność dba bowiem o to samo, o co dba bohater. Jeżeli chcemy, aby odbiorcom na czymś zależało, najpierw musimy pokazać, że na czymś zależy bohaterowi. I nie może być to zabieg *pro forma*, wykalkulowany i przeliczony na zysk. Musi być to coś, co odnosi się do silnych ludzkich pasji, pierwotnych popędów i sił. Życie, śmierć, zdrowie, rodzina, miłość, seks. Oto siły, które działają na publiczność<sup>30</sup>.

## Zakończenie. To my jesteśmy bohaterami

Nie ma nic bardziej wciągającego od możliwości poznawania bohaterki czy bohatera w pierwszym akcie historii. Dobrze skonstruowany bohater odkrywa swoje kolejne cechy jak rosyjska matrioszka, ukazując coraz to nową wersję siebie<sup>31</sup>. Bohaterowie są naszymi łącznikami z opowieścią. Jeżeli są dobrze poprowadzeni — przeżywamy emocję razem z nimi. W swojej książce *Make Noise* Eric Nuzum opowiada między innymi o tym, jak przekonał żonę do przeczytania powieści Michaela Chabona (wielokrotnie nagradzany autor) pt. *The Amazing Adventures of Kavalier and Clay*:

Kiedy skończyła, spojrzała na mnie ze łzami spływającymi po twarzy. „Co jest nie tak?“, zapytałem. „Po prostu nie chciałam, żeby to się skończyło” — odpowiedziała. Kiedy zapytałem o lzy, powiedziała, że uwielbia głównych bohaterów, a ukończenie książki było jak śmierć<sup>32</sup>.

Tak gwałtowna reakcja emocjonalna pojawia się wtedy, gdy udaje się zbudować mocne relacje między bohaterami a publicznością. Dzięki działaniu wspomnianej już empatii oraz sympatii, które przelewamy na herosów i heroiny, łatwiej zauważyć, że są oni projekcją nas samych. Bohater to osoba, za którą podążamy, postać, przez której oczy widzimy świat i w której butach chodzimy po narracji. Bez względu na nasze pochodzenie wszyscy postrzegamy siebie jako głównego bohatera naszego własnego życia. To ważna część ludzkiej psychiki. Tak jak dzielimy ten sam zestaw narządów, instynktów, impulsów, konfliktów i lęków, tak samo wszyscy widzimy siebie jako

<sup>30</sup> E. Skolnick, *op. cit.*, s. 41.

<sup>31</sup> E. Nuzum, *op. cit.*, s. 116.

<sup>32</sup> *Ibidem*, s. 24.

protagonistów uczestniczących w osobistej podróży przez początek, środek i koniec naszego życia. Bez względu na kulturę i okres historii, w których się urodziliśmy, zawsze stawaliśmy się bohaterami naszych własnych historii<sup>33</sup>. Dlatego właśnie warto obcować z historiami na dowolnej multimedialnej platformie, w których znaleźć możemy dobrze skonstruowane postaci. Spotkanie z nimi zapewni nam nie tylko emocje i pozwoli nam przeżyć narracyjną przygodę, lecz także nauczy nas wiele o tym, jacy sami jesteśmy, i pokaże, kim możemy się stać.

## Bibliografia

- Arystoteles, *Poetyka*, Kraków 1887.  
Abel J., *Out On the Wire*, New York 2015.  
Campbell J., *Bohater o tysiącu twarzy*, Poznań 1997.  
Eisner W., *Graphic Storytelling and Visual Narrative*, London 2008.  
Luhn M., *The Best Story Wins*, New York 2018.  
Nuzum E., *Make Noise. A Creator's Guide to Podcasting and Audio Storytelling*, New York 2019.  
Pullman P., *Daemon Voices. On Stories and Storytelling*, New York 2017.  
Pullman P., *Złoty kompas*, Warszawa 2019.  
Skolnick E., *Video game Storytelling*, New York 2014.  
Storr W., *The Science of Storytelling*, London 2020.

## Heroes in multimedia storytelling

### Summary

The text concerns a very complex and multifaceted phenomenon of the creation of heroes and heroines in various media messages that take the form of a story. The need to analyze this problem results from the author's personal experience in building storytelling in advertising, on radio platforms, in the press and in the case of fictional publications. This phenomenon is related not only to the fundamental issues for creating effective communication in the media space (cinematography, literature) but also to previously unknown, innovative forms of building stories (e.g. in podcasting, video games, or applications dedicated to virtual assistants and assistants).

Keywords: communication, communication concepts, hero, heroine, storytelling, media story

---

<sup>33</sup> M. Luhn, *op. cit.*, s. 70.