



monikagorska.com

Monika Górska – Dr Story

**Opowieść,
którą jesteś**

E-BOOK Z 7 PRZEPISAMI NA DOBRE ŻYCIOWE FABUŁY

SPIS TREŚCI

Rozdział 1

Żyjesz opowieścią, którą opowiadasz? - cz. I

Rozdział 2

Zdrowsze niż zdrowy rozsądek

Rozdział 3

Kamień czy złoto

Rozdział 4

8 sposobów budowania skutecznej opowieści
dwugłos Kurta Vonneghuta z Moniką Górską

Rozdział 5

Zaczynaj z wizją końca

Rozdział 6

Dobry przeciwnik nie jest zły

Rozdział 7

Czasem trzeba dokopać

Rozdział 8 – czyli epilog

Masz klasę? czyli żyjesz opowieścią, którą
opowiadasz? - cz. II

1

**ŻYJESZ OPOWIEŚCIĄ,
KTÓRĄ OPOWIADASZ?**

cz. I

1

Gdyby opowieść była częścią mowy, byłaby czasownikiem. Bo opowieść najpierw się „robi” a potem się ją opowiada. Jeszcze lepiej, żeby to inni opowiadali twoją opowieść.

Przyznam się szczerze, że czasem robię odwrotnie. Zaczynam opowiadać, w nadziei, że dorosnę do własnej opowieści. Tak było z moją Nową Zelandią. Zaczęłam opowiadać, że tam pojedę, że tam będę wykładowcą, że to będzie moje miejsce na ziemi. Nagle okazało się, że moja opowieść – niemal sama z siebie - zaczęła się realizować. Potem już tylko właściwie musiałam za nią nadażyć.

Zajęło mi trochę czasu by zrozumieć, że Nowa Zelandia, nie jest celem mojej opowieści, a tylko magicznym i fantastycznym tłem. Prawdziwym celem jest zaufanie Opatrzności i przeżycie wielkiej „męskiej” przygody z moim wchodzącym w dorosłość synem. Dlatego wybrałam autostop.

Dzisiaj, po trzech tygodniach tej niezwykle intensywnej podróży, mogę ci powiedzieć, każdą cząstką siebie

przeżyłam opowieść, którą sobie opowiadałam. Rzeczywistość przekroczyła moje najśmielsze oczekiwania. Odkryliśmy magiczne, a jednak realne miejsce, opisywane już przez Ksenofenesa, Platona i Arystotelesa, gdzie piękno spotyka się z dobrem.

Tego, że będzie tam pięknie, byłam pewna. Dlatego, ubrani w nasze koszulki „Don't worry tell story”, nasz stop zaczęliśmy od kartki „ANYWHERE BEAUTY-FULL”. Już po trzech minutach jechaliśmy z uroczym małżeństwem z Mumbaju, prosto do lodowców Franz Joseph i Fox, do których w cichości liczyłam dotrzeć po kilku kolejnych stopach. I takie cuda działały się przez cały czas.

Do piękna nie trzeba tu „dojeżdżać”. Każdy zakręt, każdy kilometr przynosi zapierające dech coraz to nowe pejzaże. Od majestatycznych ośnieżonych szczytów nowozelandzkich Alp, po dziewicze lasy z drzewami paprociowymi i szmaragdowo przezroczyste morze ze złotymi plażami, na których wygrzewają się małe foczki i pingwiny.

Od księżycowej krainy wulkanów po bulgoczące błotem gorące bagna, dymiącą się ziemię, strzelające w niebo gejzery, kolorowe, jakby zabarwione akwarelami jeziora, po fiordy z tęczowymi wodospadami.

Każde drzewo, każdy przełom rzeki, każdy pagórek ma coś w sobie magicznego, wyjątkowego... gdyby chcieć robić wszystkiemu zdjęcia, to w przeciągu kilku godzin twój palec by zdrętwiał, karta pamięci się wypełniła na maksa, a jeszcze by pozostało w tobie niezadowolenie, że na zdjęciu i tak nie widać tego wszystkiego tak pięknie, jak "ma własne oczy".

To, co nas z Tymkiem najbardziej zaskoczyło w Nowej Zelandii, to ludzie. Mieszkałam w kilku krajach a odwiedziłam ich z kilkadziesiąt, ale w żadnym nie spotkałam dotąd takiego zagęszczenia dobroci, życzliwości, bezinteresowności na m² jak tam.

Opowieść, którą wspólnie opowiadają napotkani Nowozelandczycy można by zatytułować : „Co mogę zrobić, żebyś poczuł się u mnie jak u siebie w domu”.

Zupełnie jak w tej opowieści o dwóch braciach. Dwaj bracia wspólnie uprawiali niewielkie pole i dzielili się zbiorami. Pewnego wieczora, gdy każdy z nich zwiózł już do stodoły swoją część plonów, jeden z braci przebudził się i tak powiedział do siebie:

- Mój brat jest żonaty i ma dwoje dzieci. A to sprawia, że ma troski i wydatki, które mnie zostały oszczędzone. On z pewnością bardziej potrzebuje tego ziarna niż ja. Zaniosę mu więc po kryjomu kilka worków. Wiem przecież dobrze, że gdybym mu to zaproponował – odmówiłby.

Wstał z łóżka, zaniósł kilka worków z ziarnem do stodoły swego brata i wrócił, by się położyć. Tymczasem drugi z braci obudził się i tak rzekł do siebie:

- Nie jest sprawiedliwe, żebym miał połowę zbiorów z naszego pola. Mój brat nie zna radości życia rodzinnego. Potrzebuje spotkań z innymi ludźmi i rozrywek, a to przecież kosztuje. Pójdę zanieść mu część mojego ziarna.

I wstał, żeby przenieść kilka worków do sąsiedniej stodoły.

Następnego ranka każdy z braci był nadzwyczaj zdumiony, że w jego sąsięku jest tyle samo worków zboża, co poprzedniego dnia.

Każdego roku, gdy przychodził czas zbiorów, robili tak samo. I nigdy nie zdołali zrozumieć, jaki to czar sprawia, że liczba ich worków jest niezmiennie ta sama.*

Każda prośba czy pytanie w nowozelandzkim urzędzie, punkcie informacyjnym, sprawiała, że coraz bardziej czułam się jak w domu. Nie jak turysta, którego można oskubać z pieniędzy, ale jak upragniony, wyczekiwany gość, zupełnie jak z przysłowia „Gość w dom, Bóg w dom”.

Co mogę zrobić, żeby Ci pomóc? Nie słowami, ale czasownikowo. Tak naprawdę, szczerze, od serca...

Czasami zastanawiam się czy tak wiele potrzeba, żebym w własnym kraju też poczuła się jak w domu?

Ostatnia chwila w Nowej Zelandii. Lotnisko, mały sklepik tuż przy hali odlotów. Robię ostatnie zakupy. zostaje mi jeszcze 4,50 w monetach. Wiadomo, tego mi nie wymienią. Pytam się sprzedawcy, co mogę jeszcze kupić za tą kwotę. Bez słowa, ale za to z wielkim uśmiechem podaje mi banknot 5 dolarowy. Ostatni akord nowozelandzkiej opowieści...

Pierwszy akord polskiej. Po 25 godzinnej podróży lądujemy na lotnisku Chopina. Idziemy na pociąg. Zero informacji, kasy, rozkładu jazdy. Na przeciwległych peronach stoją dwa pociągi. Podchodzę do konduktora w drzwiach pierwszego, który ma już wkrótce odjeżdżać i pytam, czy dojadę do Warszawy Zachodniej. – Nie, to ten z naprzeciwka. Na odjazd kolejnego pociągu czekamy jeszcze 20 minut. Rozmawiam z konduktorem o rozkładzie i nagle słyszę, że wszystkie pociągi z lotniska zatrzymują się na stacji Warszawa Zachodnia...

Przypadek? A może - Co kraj, to opowieść?

Niech Cię zapamiętają!

*DWAJ BRACIA, Michel Piquemal, Bajki filozoficzne, Wydawnictwo Muchomor.

CHWILA DLA CIEBIE

Jak opiszesz siebie w sześciu słowach?
np. Niezapisane pamiętniki oddam
w dobre ręce.



Kto podróżuje bez napotykania innych –
nie podróżuje: jedynie się przemieszcza.

dr Story / Alexandra David-Néel



monikagorska.com



2

ZDROWSZE NIŻ ZDROWY ROZSADEK

2

Nigdy nie byłam wzorową uczennicą. Czerwony pasek na świadectwie miałam chyba raz w życiu, w szkole podstawowej. W szkole średniej było jeszcze gorzej.

Dostałam się, z dużym trudem, do jednego z najlepszych liceów, poznańskiej „Ósemki”, profil biol-chem. Jeszcze na początku pierwszej klasy myślałam o pójściu na medycynę. Pasjonowałam się w tym czasie hipnozą. Hipnotyzowałam już od piątej klasy, chciałam nią leczyć ludzi.

Pod koniec pierwszej klasy wiedziałam już, że medycyna to nie moja droga. Że tak naprawdę chcę być reżyserem teatralnym, a jak nie, to dziennikarzem.

Większość moich koleżanek i kolegów z klasy była wybitna. Prawie wszyscy są dziś lekarzami. Ja się też wybitnie wyróżniałam. Na niekorzyść. Matematyka, fizyka, a nawet chemia były moją piętą achillesową.

W pierwszej klasie – poprawka z matematyki. W drugiej – z matematyki i fizyki.

Całe wakacje siedziałam nad zadaniami z fizyki z płakałam. Przeklinałam pociągi, które się zderzają i pociągi, które wyjeżdżają z różnych stacji i gdzieś się mijają.

A najprzystojniejsi i najbystrzejsi chłopcy w szkole byli z mat-fizów. Jeden z nich potem został prezydentem, para braci Piotr i Paweł założyli sieć sklepów... a ja z poprawkami, ledwo przechodząca z klasy do klasy.

Nawet z mojego ukochanego polskiego miałam trójcę. Pani profesor, późniejsza kuratorka oświaty, uważała, że najlepszą metodą pedagogiczną, jest kijek. A ja wolałam marchewkę.

Chciałam zrobić olimpiadę polonistyczną, ale nie miałabym na to czasu poprawiając kolejne dwóje. W połowie trzeciej klasy skapitulowałam. Nie miałam już siły. Poszłam więc do dyrektora sympatycznej i dość luzackiej „czwórki” i zapytałam, czy mnie przyjmie. Zgodził się, trochę zdziwiony, że nie przyszli ze mną rodzice.

Udawałam luz, ale jeszcze bardzo długo miałam poczucie klęski. Byłam matolem – przynajmniej tak siebie wtedy widziałam. Trochę pomogło, jak zostałam finalistką olimpiady i nie musiałam zdawać matury, ani egzaminu wstępnego z polskiego.

Dzisiaj już wiem, że to, co mi się wydawało wtedy porażką, było tylko sygnałem od natury, że nie tędy droga. Ale wtedy bolało bardzo. A to był dopiero początek porażek w moim życiu...

Również „markowe” historie pełne są takich „błogosławionych porażek”. Jedna z opowieści o tym, skąd się wzięła nazwa papierosów Lucky Strike, mówi o strajku, który na kilka tygodni sparaliżował fabrykę. Cały tytoń zwilgotniał i chciano go wyrzucić. Na szczęście któryś z robotników cichaczem zrobił sobie skręta. I nagle okazało się, że papieros smakuje jeszcze lepiej. A porażkę, która zamieniła się w sukces, upamiętniono nazwą papierosów.

Czy też masz okulary, w których szkła z napisem „porażka” zastąpiono soczewkami „okazja”? I patrzysz przez nie na przeszkody, jak na schody?

Podobno Jackowi Canfieldowi, autorowi „Balsamu dla duszy”, odmówiło wydania jego pierwszej książki aż 139 wydawców. Dzisiaj wydał ich 112 milionów, przetłumaczonych na 40 języków. Na szczęście nie uwierzył w swoją własną porażkę.

Tak jak w tej zaskakującej opowieści.

Zdarzyło się raz na dworze chińskiego cesarza, że pewien malarz zachował się arogancko wobec monarchy.

Z powodu podobnej bezczelności cesarz skazał go na powieszenie za duże palce u nóg. Artysta, prosząc o ostatnią łaskę, zapytał, czy nie mógłby być powieszony tylko na jednym placu. Cesarz zgodził się na to przekonany, że to uczyni jego śmierć jeszcze straszniejszą. A potem oddalił się wraz z całym dworem, nie chcąc towarzyszyć agonii malarza, która, jak sądzono – mogła trwać bardzo długo.

Kiedy malarz został sam, zwisając głową w dół, ze związanymi rękami, spróbował pomimo to dotknąć ziemi wolnym palcem u nogi. Potem końcem paznokcia zaczął rysować na piasku małe myszki. Tak pilnie się do tego przyłożył, nakreślił je z tak wiernym podobieństwem, że piaskowe myszki wdrapały się po jego nodze i doszły aż do sznura. Obgryzały go tak cierpliwie, że w końcu go przegryzły. A malarz ucałował ich wąsy i spokojnie odszedł w stronę wolności*.

A jeśli twoje okulary jeszcze nie całkiem dobrze ci leżą, posłuchaj rady autora „Strategii kwantowego skoku”, dr Price Pritchett'a i "myśl szerzej, niż ci pozwala zdrowy rozsądek". I bez wstydu opowiadaj o tym jak to było, gdy to ci jeszcze nie wychodziło.

Niech Cię zapamiętają!

*opowieść: Malarz i myszy, bajka chińska, z Michel Piquemal , Bajki Filozoficzne, Wydawnictwo Muchomor

CHWILA DLA CIEBIE



Najdłuższa podróż to ta, która prowadzi do domu naprzeciwko.

dr Story / Antonio Bello

monikagorska.com



3

KAMIEŃ CZY ZŁOTO

3

Jak poradzić sobie z czasem? Jak go ogarnąć, żeby zdążyć z wszystkim? A jednocześnie zostawić pauzę, która podbije uwagę i niedopowiedzenie, które wzmocni refleksję?

Kamień rzucony w odpowiednim czasie jest lepszy, niż złoto podarowane w złym.

To perskie przysłowie ma bezpośrednie przełożenie na czas trwania opowieści.

Jak długa powinna być opowieść?

A ile Ty sam wytrzymasz, kiedy słyszysz czyjąś historię?

Jeśli opowiadając, będziesz skupiony nie tylko na sobie, ale na twoim słuchaczu, dostrzeżesz sygnały, które potwierdzą czy – i z jakim natężeniem cię słucha. Mowa ciała mówi głośno i wyraźnie, jeśli tylko zwrócić na nią uwagę ;)

Mówi się, a i z mojego doświadczenia wynika, że przeciętny czas uwagi u słuchacza opowieści to około 1- 1,5 minuty.

Dla wielu osób to jest największe wyzwanie. Dla mnie też. Jak zmieścić przesłanie, opisać tło, bohatera, cel, do jakiego dąży, przeszkody na drodze do tego celu aż po kulminację w tak krótkim czasie?

Kto mnie zna, wie, że nie jestem typem sportowca. Biegałam ze dwieście metrów i padałam ze zmęczenia. Na przerwach w szkole na ogół stałam "w gumie", albo kręciłam skakanką, a gdy tylko udało mi się uwolnić, natychmiast "kusiłam" i wracałam z powrotem.

Ze trzydzieści lat później, kiedy mieszkałam w Belgii, miałam chłopaka - miłośnika maratonów. To on mnie nauczył biegać. Każdego dnia, miałam do pokonania 1,5 km. Mogłam biec, potem iść, potem znowu biec. Na początku nie byłam z siebie dumna. Głównie szłam. Po tygodniu przebiegłam cały dystans.

Możesz skorzystać z metody Jean-Louis i przez tydzień opowiadać tę samą opowieść różnym ludziom. Ze stoperem w ręku. W osiągnięciu optymalnego czasu pomoże ci ilość powtórzeń i skróty, które za każdym razem będziesz robić, patrząc na mowę ciała twojego słuchacza.

I pytanie: „czy mogę powiedzieć to samo, w jeszcze bardziej esencjonalny sposób?”

Jeśli zaufać Ryszardowi Kapuścińskiemu, Hanie Krall i wielu innym opowiadaczom ludzkich historii, odpowiedź najczęściej brzmi: „TAK”.

Możesz też poszukać pomocy profesjonalnego coacha. Na przykład tutaj: <http://monikagorska.com/>

Niech Cię zapamiętają!

CHWILA DLA CIEBIE

Jak mógłbyś powiedzieć „to samo” w jeszcze bardziej esencjonalny sposób?



To nie ludzie planują podróże,
To podróże planują ludzi.

dr Story / John Steinbeck

monikagorska.com



4

8 SEKRETÓW BUDOWANIA SKUTECZNEJ OPOWIEŚCI

dwugłos Kurta Vonneghuta z Moniką Górską

4

1. Użyj czasu nieznanomego człowieka, w taki sposób, by nie czuł, że był to czas stracony.

Wystarczy, że sprawisz, że jego ciało zareaguje na twoje słowa – coś ścisnie go w dołku, przełknie gwałtownie ślinę, zaszklą mu się oczy, westchnie, wybuchnie śmiechem itp., a w czasie i po zakończeniu opowieści pojawi się w jego głowie choć jedna refleksja.

2. Daj czytelnikowi (wiedzowi, słuchaczowi) przynajmniej jedną postać, której może kibicować.

Papierkiem lakmusowym sukcesu opowieści jest stopień, w jaki słuchacz/widz/czytelnik identyfikuje się z jej bohaterem. Jeśli wszystkie postaci są niezbyt sympatyczne, twoje szanse maleją. Kto z nas chciałby się utożsamić z wrednym typkiem?

3. Każda postać powinna czegoś chcieć, nawet jeśli jest to będzie tylko szklanka wody.

Bez celu, potrzeby, marzenia bohatera, akcja opowieści jest jak powóz bez konia.

4. Każde zdanie musi zrobić jedną z dwóch rzeczy – uwidocznić charakter postaci lub popychać akcję do przodu.

Skuteczna metoda na wyleczenie się z wielosłowia. W razie wątpliwość zapytaj siebie czy, w tym kontekście, to zdanie/ ujęcie/ scena jest „Nice to have” czy „Need to have”.

5. Zacznij opowieść tak blisko końca, jak to możliwe.

Dla niektórych najtrudniejsze. Pomoże ci, jeśli zaczniesz budowanie opowieści od końca – czyli od przesłania / kulminacji. A potem - metodą raka cofaj się do jej początku. Niekoniecznie do BING-BANG.

6. Bądź sadystą. Bez względu na to, jak słodcy i niewinni są Twoi główni bohaterowie, pozwól, by przytrafiły im się straszne rzeczy. Po to by czytelnik (widz, słuchacz) mógł się przekonać, o wartości twoich postaci.

Na ogół nie wierzymy słodkim i niewinnym. Prawdziwy charakter objawia się w momentach próby. Jeśli ty jesteś głównym bohaterem opowieści, przyznaj się do swoich słabości, porażek i pokaż, co dzięki nim zyskałeś. Jak za dotknięciem czarodziejskiej różdżki zyskasz sympatię i zaufanie Twoich słuchaczy.

7. Pisz tak, by sprawić przyjemność tylko jednej osobie. Jeśli otworzysz okno i zaczniesz kochać się z całym światem, twoja opowieść dostanie zapalenia płuc.

Podobnie kiedy jesteś przed publicznością albo kamerą, lub monitorem komputera. Gdybyś miał poruszyć tylko jedną osobę, wpłynąć na nią tak, że jej życie zyskałoby na wartości... Kto by to był? Zobacz ją, poczuj ją i opowiadaj dla niej. Mnie to jeszcze ciągle nie wychodzi. Zawsze mam kilka takich osób.

8. Daj swoim czytelnikom, tak wiele informacji, jak to możliwe, tak szybko jak to możliwe. Do diabła z niepewnością. Czytelnicy powinni mieć tak pełne zrozumienie tego, co, gdzie i dlaczego się dzieje, żeby mogli sami sobie dokończyć opowieść, gdyby karaluchy zjadły jej ostatnich kilka stron.

Klarowność!!! pomóż św. Klaro.

Ale pamiętaj przy tym, by budować napięcie, stosując metodę „na Czerwonego Kapturka”: - Szedł Czerwony Kapturek przez las, AŻ TU NAGLE zza krzaka wyskakuje wilk...

Nie obiecuję, że będzie łatwo, ale obiecuję, że będzie warto!

Niech Cię zapamiętają!

CHWILA DLA CIEBIE



Podróż - najpierw zostawia Cię bez słów,
a potem zmienia Cię w narratora.

dr Story / Ibn Battuta

monikagorska.com





5

Zaczynaj z wizją końca

5

Jakie są dwa najważniejsze dni w twoim życiu?
Jak mówił Mark Twain, to dzień, w którym się rodzisz i ten, w którym odkrywasz po co.

A dwa najważniejsze momenty w twojej komunikacji? Ten, w którym zaczynasz świadomie używać opowieści czy metafory, żeby zwrócić czyjąś uwagę, przekonać do czegoś, zbudować relację i zachęcić do działania.

I ten, w którym zaczynasz układać swoją opowieść od końca. Od przesłania. Czyli Twojego powodu.

Po co opowiadasz?

W STORYTELLINGU, czyli sztuce oddziaływania na wyobraźnię i emocje ludzi poprzez opowieść „z życia wziętą” i metaforę, nie opowiadasz żeby było miło, albo żeby się pokazać.

Opowiadasz, bo masz do „sprzedania” ważną treść. Może to jest idea, albo styl życia, do którego chcesz przekonać innych.

Może jedna z najważniejszych „cech charakteru” Twoich albo Twojej marki. A może coś w Twojej usłudze, co sprawia, że TY i Twoi klienci jesteście szczęśliwsi?

Co jest w tobie, albo w tym, do czego chcesz przekonać innych, wyjątkowe? Co sprawia, że ich życie dzięki temu staje się łatwiejsze, albo nabiera większego sensu? Co by ludzie i świat stracił, gdyby miało tego jutro niespodziewanie zabraknąć?

Jeśli odwiedzasz stronę naszej [Fabryki Opowieści](#) na Facebooku, to pewnie czytałeś moją opowieść o pewnym mroźnym, lutowym poranku, który sprawił, że moje życie zawirowało i, na kilkanaście miesięcy, pokruszyło się na kawałki.

Opowiadam ją, żeby przekazać tę niezwykłą prawdę, którą wtedy odkryłam. "Między akcją a reakcją jestem JA. I ja mogę wybrać, jak zareaguję na przeciwności losu." A cała moja opowieść jest ilustracją tego przesłania.

Gdyby z całej Twojej opowieści, miało zostać zapamiętane jedno, jedyne zdanie, co by to było?

Dla niektórych to być może najtrudniejsza część procesu tworzenia opowieści. Kiedy w twojej głowie pojawi się jednak to jedno, klarowne zdanie, reszta opowieści potoczy się już siłą rozpędu.

Wystarczy wtedy wybrać jedno zdarzenie z twojej przeszłości, albo, jeśli opowiadasz o kimś innym, z życia tej osoby, które w najbardziej barwny i emocjonujący sposób pokaże twoje przesłanie „w akcji”. Nie zdziwiłabym się, gdybyś o tej sytuacji już, przy wielu różnych okazjach, wcześniej opowiadał ;)

W taki sposób możesz przygotować swoją narracyjną wizytówkę, która pokaże nie tylko jak się nazywasz i co robisz, ale przede wszystkim: kim jesteś – TY albo Twoja marka, firma czy stowarzyszenie. [Tutaj znajdziesz informację](#), jak mogę Ci w tym pomóc.

Jeśli w twojej opowieści zabraknie przesłania, to tak, jakby w Twoim olśniewającym Bugatti albo Ferrari, nie zamontowano silnika. Możesz wywołać nim podziw, zaskoczenie a nawet zazdrość ale... nigdzie cię nie zawiezie.

Zaczynaj, jak radził Stephen Covey, z wizją końca. Sprawisz, że Twoja opowieść będzie najszybszym, najbardziej skutecznym i fascynującym środkiem komunikacji, który zabierze Cię prosto do celu. Do Twojego celu.

Zyskaj na wartości!

CHWILA DLA CIEBIE



Szczyśliwe zakończenia nie wydarzają się same z siebie. Czasem trzeba na nie zapracować.

dr Story / Tess Gerritsen

monikagorska.com



6

**DOBRY PRZECIWNIK
NIE JEST ZŁY**

6

Byłeś kiedyś w takiej sytuacji, że wszystko układało Ci się wspaniale, byłeś szczęśliwy... gdy nagle odkryłeś, że coś ci jednak nie pasuje? Że wszystko jest tak dobrze, że ... aż za dobrze?

Dawno, dawno temu, byłam małą puciołowatą dziewczynką, która uczyła się chodzić. Żeby nie upaść, trzymałam się za uszy. To był czas, kiedy mojemu ojcu zabrakło czegoś w życiu tak bardzo, że postanowił poszukać gdzie indziej. A konkretnie: u innej. Po latach przyznał, że głównym powodem, dla którego wtedy zostawił mamę i mnie, była potrzeba dramatu. Jego życie było zbyt sielskie, zbyt ułożone, zbyt... przewidywalne?

Nic tak nie ożywia jak trup, mawiała Agata Christie. Do dzisiaj jest to ulubione powiedzonko niektórych dziennikarzy.

Nic tak nie ożywia opowieści jak silny antagonist. Bez antagonisty nie czujesz napięcia. Na nic nie czekasz. Nic cię nie zaskoczy.

Przyda się w każdym filmie, artykule, prezentacji, opowieści o Twojej marce. [Tutaj](#) możemy ci go pomóc znaleźć i dopracować.

Kiedy twoja opowieść ma protagonistę i antagonistę, akcja rozgrywa się niemal sama. Jeśli robisz film, na dobrą sprawę, wystarczy nagrać obie strony konfliktu i zmontować je na zmianę. Nie będzie to może film wybitny, ale będzie w nim dramat. A kiedy jest dramat, w mózgu wydziela się kortyzol – hormon stresu i oksytocyna – hormon współczucia. I twój słuchacz, czy widz, nie pozostanie obojętny.

Wiedział o tym doskonale Steve Jobs, który już w słynnej reklamie pierwszego Mac'a „1984”, zrealizowanej przez Ridleya Scotta, jak i w każdym swoim wystąpieniu, wskazywał na „wielkiego brata” i największego przeciwnika Apple – Microsoft. Wywoływał tym niezmienny entuzjazm wśród swoich wyznawców.

Czy zawsze w opowieści musi być antagonistą? Nie zawsze. Ale jeśli go nie ma, potrzeba cholernie dobrego warsztatu, żeby utrzymać uwagę widza, czy słuchacza opowieści. I pewnie trudniej będzie mu utożsamić się z bohaterem, który jest tak idealny, że nie potrzebuje naszego współczucia.

Antagonista niekoniecznie znaczy wróg. Raczej przeciwnik, albo oponent. Ktoś lub coś, co przeszkadza bohaterowi w osiągnięciu jego celu. To może być inny człowiek lub grupa ludzi, instytucja, firma. To może być los, prawo albo natura. Antagonistą może być dla siebie sam bohater – jego nałóg, słabości, kompleksy, poczucie winy...

Może to być na przykład prokrastynacja. Brzmi znajomo? Mi niestety tak. Marta Jagielska - moja studentka storytellingu na School of Form, w swoim filmie zaliczeniowym, zrobiła antagonistą zwyczaj chronicznego odkładania ważnych spraw „na później”. Co z tego wyniknęło dla bohatera, możesz przekonać się [tutaj](#). Przesłanie przekonało też jurorów, bo filmowa opowieść dostała główną nagrodę Wielkopolskich Porównań Filmowych 2013.

Paradoksalnie antagonistą przeszkadzając bohaterowi, przynosi opowieści same korzyści. Ich wzajemne potyczki budują napięcie. Dopiero konflikt wartości i wybory których dokona protagonista, potwierdzą czy jest bohaterem z krwi i kości, czy też „plastikową” podróbką.

Zasada jest taka: silny antagonistą wzmacnia bohatera. Kiedy ci wiatr wieje w oczy, idziesz dalej. Jest trudniej, ale twoja zasługa stosunkowo niewielka. Kiedy jednak uda ci się przetrwać huragan, twoja wartość gwałtownie wzrasta, jak procent składany.

Dobry przeciwnik nie jest zły.

Bo tylko, kiedy jest wystarczająco ciemno, możesz zobaczyć gwiazdy...

Niech Cię zapamiętają!

PS. Zanim wrócisz do swoich obowiązków, napisz mi jaka jest jedna rzecz, którą czujesz, że powinieneś, lub mógłbyś w twojej pracy robić jeszcze lepiej?

PS.2 I jeszcze jedno. W twoich opowieściach nie osłabiaj przeciwnika. Jeśli z nim przegrasz, nie będziesz się wstydził. Jeśli wygrasz- tym większy powód do dumy!

CHWILA DLA CIEBIE

Kto lub co jest antagonistą
w Twojej życiowej opowieści?



Jeśli chcesz obrazić swojego przeciwnika,
chwal go głośno za zalety,
których mu brak.

dr Story / U. Ojetti

monikagorska.com





7

Czasem trzeba dokopać

7

Czy też lubisz to uczucie podekscytowania, które towarzyszy pierwszym dniom stycznia, kiedy określasz to co było, grubszą lub cieńszą kreską i z nadzieją wyglądasz tego, co czeka na Ciebie tuż za rogiem?

A potem nagle znienacka dopada Cię brak wiary we własne siły, zaczyna brakować Ci energii albo pomysłów, a czasem po prostu wiedzy. Na ten czas, który bez wątpienia przyjdzie w Twojej storytellingowej przygodzie (a potem przejdzie, jak to zawsze bywa) mam dla Ciebie trzy fantastyczne narzędzia. Jako bonus: „2 w 1” – jednocześnie podszkolisz swój angielski :)

1. Jeśli brakuje Ci inspiracji, czujesz pustkę w głowie, siedzisz nad niezapisaną kartką i nic...



...zerknij na przykład na tę stronę, która rozrusza Twoje synapsy podsuwając Ci początki pomysłów na fabułę, konflikt, bohatera. pierwsze zdanie , tło itp. Jeśli szkolisz z kreatywnego pisania znajdziesz tu ciekawe pomysły na ćwiczenia, a jeśli jesteś pisarzem, trafisz na tekst, który możesz skopiować i wkleić na Twoją pustą stronę, nad którą siedzisz z coraz większą frustracją. I już nie będzie pusta. :)

Nie musisz tych pomysłów traktować na serio, potraktuj je jako rozgrzewkę, która doda trochę koloru Twoim szarym komórkom ;)

<http://writers-den.pantomimepony.co.uk/>

2. Jeśli masz ogólną koncepcję scenariusza filmu lub opowiadania, ale jeszcze za bardzo nie wiesz jak rozkręcić Twoją historię, w tym krótkim filmie znajdziesz genialny przepis: od zdobywcy Oscara za Małą Miss i nominowanego do Oscara za Toy Story 3 scenarzysty Michaela Arndt'a.

Wyjaśnia tu i pokazuje na przykładzie Toy Story 1, Gdzie jest Nemo i Iniemamocni jak stworzyć historię, od której trudno się oderwać.

W skrócie:

1. Bierzesz pragnienie/potrzebę bohatera, której nie potrafi się oprzeć.
2. Mieszasz je z najstraszniejszymi jego obawami.
3. Zabierasz mu (poprzez antagonistę) to, co najbardziej kocha.
4. I sprawiasz, że świat mu jeszcze dokopuje niesprawiedliwie.
5. Żeby mógł to odzyskać, wysyłasz go w podróż, która trwa przez kolejne dwa akty i skończy się na końcu filmu/ opowieści.
6. Aż wreszcie dajesz mu to, co utracił, i wreszcie uwalniasz go od jego czarnych myśli, skazy na jego charakterze.

A zresztą, zobacz sam:

<https://www.youtube.com/watch?v=A6mSdlfpYLU>

3. Na koniec bezkonkurencyjne 22 zasady tworzenia fenomenalnych opowieści, zdradzone przez byłą pracownicę Pixara Emmę Coats. Pewnie, już kiedyś wpadły Ci w oczy? Warto do nich wracać od czasu do czasu, a każda z nich jest świetnym materiałem na osobny list.

Pixar's 22 Rules to Phenomenal Storytelling

from [Gavin McMahon I fassforward Consulting Group](#)

Ja lubię szczególnie te:

1. Bardziej podziwia się bohatera za starania niż za sukcesy.
2. Musisz skupiać się na tym, co interesowałoby ciebie jako widza, a nie na tym, co jest fajne dla autora. Jedno od drugiego może się bardzo różnić.
14. Dlaczego musisz opowiedzieć WŁAŚNIE TĘ historię? Jaki płomień pali Cię od środka tak, że musisz opowiedzieć tę historię? To jest esencja Twojego działania.

No to teraz już bez żadnych wymówek – jak mawia nasz z Tymkiem ulubiony Tadeusz Niwiński – „DO ROBOTY” !

Spełnij marzenie, marzenie spełni Ciebie.

Życzę Ci, żeby ten rok był najlepszy z Twoich dotychczasowych. Najlepszą metodą przewidywania przyszłości, jak mawiał Steve Jobs, jest tworzenie jej. W ramach życzeń noworocznych chciałabym Ci sprezentować prosty coachingowy przepis na.... Może Ci się przyda?

1. wybierz miejsce i czas, gdzie będziesz mógł swobodnie puścić wodze wyobraźni
2. przypomnij sobie sukcesy minionego roku i podziękuj za nie sobie, Opatrzności albo losowi
3. dzięki jakim Twoim umiejętnościom, cechom charakteru czy wartościom udało Ci się je osiągnąć? to Twój kapitał założycielski na przyszły rok.
4. wyłącz automatycznego cenzora i pozwól sobie na marzenia o przyszłości
5. wydrukuj te kartki i uzupełnij je.
6. czytaj je codziennie rano, zajmie Ci to koło minuty, aż w końcu poczujesz, że nie są Ci już potrzebne

Mój najważniejszy cel na ten rok:

.....
.....

Do kiedy chcę go spełnić (data)

.....

Jakie kroki muszę podjąć, żeby to zrealizować

.....

.....

.....

.....

Kto mi w tym może pomóc?

.....

.....

.....

Kto i co może mi w tym przeszkadzać

.....

.....

Jak sobie poradzę z przeszkodami

.....

.....

.....

Wyobraź sobie, że właśnie spełniłeś twoje marzenie. Jak się z tym teraz czujesz?

Opisz, co się w Twoim życiu zmieniło:

.....

.....

.....

Jaki to jest cel? Związany z Pracą? Relacjami? Ciałem? Duchem? A może finansami?

Żeby Twoja Opowieść była spójna i ten rok był naprawdę przełomowy, wyznacz sobie w każdym z tych obszarów jeden, tylko jeden, najważniejszy cel. I niech to będzie WIELKI CEL, nie tylko zadanie.

Sama złapałam się na tym, jak łatwo można wpaść w myślową pułapkę. Czy myśląc o rozwijaniu Twego ciała wpiszesz – codzienny spacer/bieg – pół godziny? To za mało, żeby nie ulec leniwej pokusie, by zostać w domu, zwłaszcza, kiedy na dworze ziąb, a Ty jesteś taki zmęczony. Wyobraź sobie co chcesz przez to osiągnąć – więcej energii na co dzień? uwolnienie endorfin, które zmotywują Cię do jeszcze lepszej pracy? Czas na spokojne myślenie i podejmowanie decyzji? Popatrz na swój cel z lotu ptaka i poczuj jak odmieni się Twoje życie.

I zacznij go realizować od teraz. Masz na to aż 365 dni, czyli całe 5480 godzin, odliczając dziennie po 8 godzin na sen. A nawet po odliczeniu kolejnych ośmiu na pracę, nadal zostaje Ci jeszcze prawie 3 tysiące godzin. No jasne, że dasz radę.

Jak mówił Marek Aureliusz – początek to połowa pracy. Druga część niech poczeka. Znowu ją zacznij i twoje dzieło jest gotowe.

A jaki masz dla swoich celów temat przewodni tego roku? Moim jest Harmonia, w każdej dziedzinie.

I w tym roku spełnij Twoje marzenie, a marzenie spełni Ciebie.

CHWILA DLA CIEBIE



Wszystkie wielkie rzeczy
mają niepozorne początki

dr Story / „Prometeusz” Ridley Scott

monikagorska.com



8

**MASZ KLASĘ? - CZYLI
ŻYJESZ OPOWIEŚCIĄ,
KTÓRĄ OPOWIADASZ?
CZ. II**

8

Jeśli to, o czym opowiadasz pokrywa się z tym, co robisz, ludzie ci wierzą. Jeśli robisz to konsekwentnie, bez chodzenia na łatwiznę, pokonując własne słabości i przeciwności losu i służąc innym, ludzie zaczynają w ciebie wierzyć.

A kiedy ludzie zaczynają w ciebie wierzyć, rodzi się twoja marka.

To dotyczy zarówno twojej osobistej marki, jak i biznesowej marki twojej firmy, usługi, produktu.

Narodziny marki to uświadomienie sobie kim jestem, czerpiąc z tego, co mogę zrobić dla innych, jak mogę ich uszczęśliwić i dlaczego to chcę robić. A potem odważne i wytrwałe realizowanie tego w praktyce. Motywacja „dla pieniędzy” ma krótkie nogi. W budowaniu marki pieniądze nie powinny być przyczyną, ale skutkiem.

Żeby twoja opowieść o tym co robisz była przekonująca i porywająca, musisz zacząć od tego pierwszego kroku.

Inaczej mogę cię nauczyć wszystkich storytellingowych metod i dawać rozmaite narzędzia tworzenia opowieści, ale twoja opowieść i tak będzie „jak miedź brzęcząca, albo cymbał brzęiący”.

Jeśli jednak wykonasz ten krok, nawet jeśli nie będziesz o tym opowiadał klientom ani współpracownikom, to ludzie i tak „przeczytają” opowieść twoich czynów. I sami „będą o tobie gadali”. Jeśli jesteś jak ja, to raczej nie masz nic przeciwko temu, żeby mówili, że Ty albo Twoja firma „ma klasę”.

Człowiekiem, któremu udało się stworzyć najbardziej rozpoznawalną markę świata, był Steve Jobs. Z żelazną konsekwencją wcielał w życie to, o czym opowiadał i opowiadał o tym, co robił.

Jego reklama pierwszego Macintosha w reżyserii Ridleya Scotta, w 1984 r., jest do dzisiaj uznawana za najlepszą amerykańską reklamę pokazywaną w czasie Super Bowl. Już w swoim „pierwszym słowie” wypowiedzianym do swoich klientów Jobs nie reklamował wprost osobistego komputera, ale stworzył podwaliny narracji całej marki.

Firma Apple Computers rzuca wyzwanie światu: myśli inaczej, nie zgadza się na zastany porządek i chce go zmienić. Tutaj możesz ją zobaczyć <http://youtu.be/VtvjbmoDx-I>

13 lat później jeszcze bardziej dosłownie wyraził to, kim był on sam i czym była jego marka – narzędziem, które zrewolucjonizowało kolejne branże naszego świata.

Kliknij [tutaj](#), aby zobaczyć reklamę Apple'a z 1997 r. Na tle archiwalnych ujęć liderów tego świata usłyszysz słowa jakby samego Jobsa:

Wznieśmy toast za szaleńców. Niedopasowanych. Buntowników. Wichrzycieli. Są jak kwadratowe kołki w okrągłych otworach. Widzą świat inaczej. Nie lubią zasad. I nie mają szacunku dla raz ustalonego porządku. Możesz ich cytować, nie zgadzać się z nimi, wychwalać lub oczerniać. Ale jedyną rzeczą, której nie możesz zrobić, to ich ignorować. Bo to oni zmieniają świat. Oni popychają ludzkość naprzód. Niektórzy ich biorą za wariatów, my widzimy w nich geniusz. Bo tylko ludzie, którzy są wystarczająco szaleni, by myśleć, że mogą zmienić świat, zmieniają go naprawdę.

Jobsowi udało się to, czego doświadczyłam w Nowej Zelandii. Że można połączyć dobre i piękne, że można z tego czerpać zyski i równocześnie uszczęśliwiać innych.

Wystarczy uczciwie, konsekwentnie i z pasją opowiadać ciągle i ciągle na nowo tę samą opowieść.

CHWILA DLA CIEBIE

Żyjesz opowieścią, która opowiadasz?



Od Ciebie zależy, czy twoje życie
i praca będzie dobrą czy
kiepską fabułą.

Monika Górską – dr Story

monikagorska.com





NAZYWAM SIĘ MONIKA GÓRSKA. DLA PRZYJACIÓŁ: DR STORY. OPOWIEŚCI MAM WE KRWI.

W mojej Fabryce Opowieści, pomagam przedsiębiorcom, ekspertom i trenerom tak opowiadać o swoich firmach, projektach i sobie, by każdy ich słuchał. Nawet jeśli mówią szeptem.

Jako dziennikarz pokażę Ci, gdzie znajdziesz najciekawsze historie. Jako nagradzany reżyser i juror festiwali, nauczę Cię konstruować opowieści, które przykują uwagę. Jako wykładowca, trener i coach naładuję Cię pozytywną energią i pomogę uporać się z błędami w opowiadaniu.

Robię to, bo przez ostatnie 22 lata zebrałam tysiące opowieści i doświadczyłam z jaką mocą potrafią zmieniać życie, marki, a nawet świat. Swoje opowieści powierzyli mi m.in. William Wharton, Philipp Glass, Goran Bregovic, Stefan Stuligrosz, Jerzy Stuhr, Agata Buzek, Tomasz Stańko, Kasia Nosowska, Gapa złodziej oraz wiele dużych i małych marek. Na tej bazie opracowałam sprawdzoną, autorską metodologię storytellingową, która pomaga przyciągać właściwych klientów i partnerów, wyróżnić się na tle konkurencji i, co najważniejsze, daje jasny komunikat dlaczego właśnie ty jesteś najlepszym z możliwych wyborów.

Bądźmy w kontakcie!

Monika

monikagorska.com



Jeśli po przeczytaniu tych kilku rozdziałów czujesz pewien niedosyt i chciałbyś jeszcze więcej storytellingowych patentów oraz narzędzi, więcej przykładów wdrożeń i więcej opowieści...

...kliknij w guzik poniżej, a Twoje życzenie zostanie spełnione!

ZA DARMO

I koniecznie zajrzyj teraz na moją stronę:

<http://monikagorska.com/moje-ksiazki/> i napisz mi w komentarzu, czy moja książka z Tobą „pogadała”, do czego Cię zainspirowała.

Czytam wszystkie komentarze, liczę też na Twój!

Monika Górską