

# *Inhoud*

- Voorwoord 7  
Introductie: waarover gaat dit boek? 9

## **Deel 1 Over de twaalf oerkarakters**

- 1 Archetypes 19  
2 Welk oerkarakter is dominant? 23  
3 De levensreis: orde, chaos en resolutie 26

## **Deel 2 Verhalen ontwikkelen met oerkarakters**

- 4 Hoe helpen archetypes bij het schrijven van je verhaal? 33  
5 Persona en archetype 36  
6 Het goede idee 41  
7 Statisch, veranderend of gelaagd 45  
8 Archetype of stereotype 47  
9 Karakterconstellatie 49

## **Deel 3 De twaalf oerkarakters**

- 10 Karakters ontwikkelen 55  
11 Het Onbevangen Kind 57  
12 Het Weeskind 68  
13 De Strijder 79  
14 De Voedster 89  
15 De Gelukzoeker 99  
16 De Provocateur 109  
17 De Geliefde 119

18 De Kunstenaar 129

19 De Koning 141

20 De Wijze 152

21 De Magiër 161

22 De Nar 172

Bijlage: de twaalf archetypes: een overzicht 182

Bronnen 184

# Voorwoord

*We are aided on our journey by inner guides, or archetypes, each of which exemplifies a way of being on the journey*

CAROL S. PEARSON

Wat een plezier heb ik beleefd aan het schrijven van dit boek. Al schrijvend dook ik dieper en dieper in de materie en merkte dat de twaalf oerfiguren soms als vanzelf tot me begonnen te praten. Ik begon ze overal om me heen te herkennen: in de krant, in de trein – ik vond ze terug in uitspraken van mensen, in hun kleding, in de manier van communiceren, maar ook in mezelf. Ik herkende de Gelukzoeker, de Kunstenaar, de Koning, de Nar. Altijd weer in een andere gedaante, maar au fond hetzelfde. Ze reisden met me mee en werden een deel van me. Net zoals destijds bij het schrijven van mijn vorige boek in de Schrijfbibliotheek *Storytelling in 12 stappen – op reis met de held* dat in 2010 verscheen, ik overal de fases van de Reis ging herkennen.

Dit boek borduurt voort op *Storytelling in 12 stappen*, waarin ik een universeel verhaalmodel behandel en dat al vele schrijvers en verhalenmakers heeft geholpen bij het ontwikkelen van verhalen. Het verhaalmodel in twaalf stappen is gebaseerd op ‘De reis van de held’, het thema dat Joseph Campbell beschreef in *De held met de duizend gezichten* (1990) en waar Christopher Vogler zijn boek *The Writer’s Journey* (2007) op baseerde.

Ik heb gemerkt dat wanneer je eenmaal vertrouwd raakt met het idee dat er een archetypische verhaalstructuur bestaat, het net is alsof je een speciale bril op hebt gezet die nooit meer af gaat en die verhalen, films, maar ook je eigen creatieve proces kleur en diepte geeft.

Veel mensen die *Storytelling in 12 stappen* lazen omdat ze op zoek

waren naar een praktische schrijfgids, kwamen erachter dat het ook een gids is voor het echte leven: het kreeg de functie van een pakket aan levenslessen. Lezers herkenden hun eigen opgaven en dilemma's in de mythische heldenreis en ontdekten dat verhalen vertellen en delen (*storytelling*) een manier is om wetmatigheden van de levensreis te herkennen en zo inspiratie op te doen voor verhalen.

In dit boek gaan we een stap verder, want zoals Joseph Campbell aantoonde, heeft de held duizend gezichten. En dat geldt ook voor de personages die onze verhalen bevolken. Er zijn duizenden variaties op het thema 'mens', die paradoxaal genoeg in de diepte op elkaar gaan lijken.

De vraag is: hoe ontwikkel je unieke, originele personages die toch universele drijfveren hebben en dus herkenbaar zijn? Dat is de kunst. Ik hoop dat dit boek je daarbij kan helpen. En wellicht heeft het onderzoeken van de archetypes ook weer als effect dat je veel leert over jezelf en over hoe het leven in elkaar steekt. Het mes snijdt aan twee kanten.

# *Introductie: waarover gaat dit boek?*

*Vertel me wat je wilt en ik vertel je wat voor mens je bent*

ANTON TSJECHOV

Misschien is de grootste kunst van verhalen vertellen wel het introduceren van een hoofdkarakter waar we ons als lezer of publiek mee kunnen vereenzelvigen: een karakter waar we van gaan houden, hoe stom hij af en toe ook doet. We houden van hem omdat we zijn drijfveren begrijpen, ons kunnen inleven in wat hij wil, en we nemen zijn zwaktes voor lief. We hopen dat hij erin slaagt zijn doel te bereiken, maar vrezen soms van niet; die spanning houdt ons gevangen. Dit gegeven vormt de basis van alle verhaalwetten: een karakter met een drijfveer. In dit hoofdstuk zoeken we uit hoe dat zit met die universele drijfveren.

Lang geleden werkte ik als piepjonge docent op de Theaterschool aan een project rond de mythe van Persephoné (over de symbiotische relatie tussen moeder en dochter die op een dag ruw wordt verbroken als de dochter door Hades naar de onderwereld wordt ontvoerd). Ik wilde deze oude mythe met mijn studenten dramatiseren en actualiseren. Er moesten een script en een voorstelling komen. Maar ik kreeg geen grip op het dieper gelegen thema: waar ging dit verhaal eigenlijk over? Waarom zou ik het ‘opnieuw’ vertellen?

Op een dag besprak ik dit met een collega, die mij de vraag stelde: ‘Wat wil Persephoné eigenlijk?’

Aha, natuurlijk! Ik moest mijn hoofdpersonage een drijfveer geven, anders kwam dit verhaal nooit in beweging, zou niemand zich met Persephoné kunnen identificeren en kreeg het verhaal nooit actualiteitswaarde.

Met de opmerking van mijn collega kon ik goed uit de voeten en ineens zag ik dat onder de anekdote een diepere symbolische laag te vinden was: een universeel menselijk verlangen de veilige thuishaven te verlaten, het avontuur aan te gaan en om te leren gaan met gevaar. Het verhaal over Persephoné lijkt niet alleen op dat van Roodkapje, die eveneens door een duistere kracht (niet Hades, maar de grote boze wolf) uit de vertrouwde omgeving van de moeder wordt weggesleurd, maar ook op al die verhalen van mensen die plotseling te maken krijgen met een gebeurtenis die hen uit het paradijs wegrukt met als doel: groei.

Als je je als verhalenmaker afvraagt wat de drijfveer is van je hoofdpersonage, kom je sneller in de symbolische, universele laag die onder de anekdotische laag ligt en krijg je antwoord op de vraag: waar gaat het *eigenlijk* over?

Joseph Campbell\* schrijft over dit proces: *'It is not something projected from the brain, but something experienced from the heart.'* En zo is het. Het construeren is geen rationeel, maar een intuïtief proces. Connie Palmen laat in *Jij zegt het* (2015) Ted Hughes zeggen: 'Hoe dieper je in jezelf kunt afdalen, hoe dichter je de bron van het sacrale, algemeen menselijke benadert, verlost van het beperkte biografische bewustzijn.'

Over dat laatste gaat dit boek: loskomen van de beperkte, biografische anekdote en het ontwikkelen van 'dramatisch bewustzijn'. Verhalen ontwikkelen is onder de oppervlakte 'duiken', de diepte van de menselijke psyche in.

De vraag is hoe het komt dat het ene personage onvergetelijk is en het andere personages maar niet lukt binnen te dringen in de hoofden en harten van de lezer of kijker. Waarom lijkt het ene personage geconstrueerd of plat en kruipt het andere onder je huid? Waarom

\* Joseph Campbell (1904-1987) was hoogleraar filosofie en mythologie. Hij vergeleek mythen, dromen en religies, en liet een indrukwekkend oeuvre achter. Het meest bekend werd hij door *De held met de duizend gezichten*. Dit boek behandelt de cyclische reis van de held – ook wel 'De monomythe' genoemd –, een thema dat hij ontleende aan James Joyce' *Finnigans Wake* (1939).

geloof je de een niet en de ander wel? Is daar een geheime sleutel voor?

Die sleutel wordt gevormd door archetypes: oerkarakters met voor iedereen herkenbare drijfveren. Als verhalenmaker kun je er al je gewenste karakters en je verhalen op baseren. Ze vormen de geheime schatkist voor de schrijver.

### **Andere gedaantes**

In een andere periode van mijn werkzame leven – veel later – schreef ik voor film, tv-series en soaps. Het was een tijd dat ik ‘meters maakte’ en binnen deadlines en formats leerde schijven. De opgave was in een heel korte tijd een oneindige reeks scènes af te leveren, geloofwaardige karakters op te voeren en de aandacht van de kijker vast te houden.

Ik leerde veel en ontdekte dat het bij ontwikkelen en schrijven van televisieseries – vaak in tegenstelling tot bij een roman, film of toneel – om veel meer dan één geloofwaardige hoofdpersoon gaat. Het gaat om een complete ‘karakterconstellatie’, waarbij de afzonderlijke personages elkaar spiegelen en aanvullen, elkaars opposanten zijn en wezenlijke levenszaken representeren. Als je goed kijkt, zie je dat die karakters allemaal archetypes zijn, in steeds weer andere gedaantes: de oude wijze, de moederfiguur, het onschuldige kind, de rebel, de verleider, de boef, de patriarch et cetera. Bovendien zie je steeds terugkerende universele plotvragen opduiken: zal het haar lukken eindelijk ‘gezien’ te worden? (Assepoester) Zullen ze elkaar krijgen? (Romeo en Julia) Of: zal hij zijn macht niet misbruiken? (Macbeth)

Dezelfde drijfveren, dezelfde constellaties, dezelfde eeuwig terugkerende conflicten, maar steeds weer in een nieuw, eigentijds jasje.

Je vindt ze terug in bijna alle vormen van literatuur, in mythen, sprookjes en filmscripts. Het zijn die personages en plotlijnen waar je hart van op hol slaat, die je angst aanjagen, doen smelten, verliefd laten worden, die in staat zijn het hele scala aan gevoelens aan te boren. Ze hebben herkenbare, universele drijfveren, en de verhalen

die dat oplevert zitten vol thema's en symbolen die van alle tijden zijn, maar steeds in ieder tijdperk weer een nieuwe gestalte krijgen. Als je dat leert herkennen, kun je verhalen maken die diepgang hebben en toch actueel zijn.

### **Universele blauwdrukken**

Net als bij de twaalf stappen (*Storytelling in 12 stappen – op reis met de held*) gaat het in dit boek, *De 12 oerkearakters in storytelling*, om universele blauwdrukken die je zelf tot leven moet zien te brengen. Het biedt geen kant-en-klare formules en is beslist geen keurslijf. Het gaat om motieven en thema's die van alle tijden zijn en die ontspringen uit een bron. Ze zijn niet bedacht of geconstrueerd, maar veeleer gedestilleerd uit alles wat er door de eeuwen heen verteld is. En ook al worden ze vaak *afgebeeld*, het zijn geen stereotypen, geen sjablonen of modellen.

Archetypes bieden de mogelijkheid om tot een beeld te komen, maar zijn op zichzelf geen beelden, geen statische plaatjes. Ze nodigen uit tot *verbeelding* en vormen de inspiratie en de grondtoon voor de populatie van alle soorten fictie, van komisch tot tragisch, voor tv-series, films, strips en romans, van eendimensionaal, evoluerend tot gelaagd.

Om over deze archetypes te kunnen beschikken en erop te variëren moet je als schrijver tappen uit die dieper gelegen universele laag die door Carl Gustav Jung ook wel het collectief onbewuste genoemd. Hier liggen alle herkenbare motieven, beelden en terugkerende levensthema's opgeslagen. Omdat herkenning en identificatie het hart van een goed verhaal vormen, is het belangrijk uit deze bron te putten. De kijker of de lezer moet zich enerzijds kunnen inleven en anderzijds moet hij verrast worden, verbaasd zijn, nieuwe dimensies ontdekken.

Ik hoop met dit boek te laten zien hoe de twaalf oerkearakters je kunnen inspireren om je personages kleur en smoel te geven. Meer dan een handreiking kan dit boek niet zijn: je zult zelf de rest moeten doen. Archetypes simpelweg overnemen uit dit boek en klakkeloos



gebruiken zou clichés en stereotypes opleveren. Het is aan jou als schrijver om er een eigen originele visie op los te laten en een nieuw eigentijds licht op de oeroude beelden te laten schijnen. Jij bent de schepper van de karakters en blaast ze leven in.

En ja, het komt misschien aan op méér dan de bekende voor de hand liggende keuzes maken, zoals: wat is de achtergrond – *back-story* – van dit karakter? Uit welk gezin komt hij, met welke opvattingen is hij grootgebracht, waar is hij bang voor? Het gaat er vooral om je dramatische bewustzijn aan te scherpen en te leren herkennen waar verhalen en karakters universele, symbolische waarden representeren. Daar helpen archetypes je bij.

Hoe je een personage ontwikkelt verschilt per schrijver. Sommige schrijvers bedenken de details van hun personages – hun uiterlijk, achtergrond, manier van spreken, denken, voortbewegen – terwijl ze schrijven; anderen bedenken alles van tevoren in een uitgebreid karakterdossier. De ene manier is niet beter dan de andere. Maar het belangrijkste is dat je naast je hoofd ook je intuïtie en je creativiteit gebruikt. Gebruik je eigen herinneringen, wees alert op verhalen om je heen, observeer en leg je oor te luisteren, vergelijk ze en vraag je af: waar gaat dit verhaal eigenlijk over, wat drijft hem of haar? De beste inspiratie vind je vaak op straat (of in de kroeg, in de trein of in de wachtkamer van de huisarts).

### **Het doel van dit boek**

Wanneer je dit boek gelezen hebt, ben je vertrouwd geraakt met twaalf oerkarakters, kun je daar eindeloos op variëren en zul je ze overal herkennen, ook in je eigen leven en werk.

Je leert als schrijver, regisseur, acteur of wat voor storyteller je ook bent om:

- dynamische, authentieke karakters te ontwikkelen
- hun diepere motieven te kennen en herkennen
- geloofwaardige interne en externe conflicten te creëren
- je verhaalontwikkeling te verdiepen en verrijken
- een groter onderscheid te maken tussen de karakters onderling.

... En je leert ook nog eens veel over jezelf.

### **Aanpak**

De twaalf oerkaracters (met ieder weer tal van varianten) bespreek ik aan de hand van verhalen, voorbeelden uit film en televisie, mythen, sprookjes en persoonlijke en algemeen menselijke voorbeelden. Ik leg uit waar hun kracht ligt, wat hun valkuilen zijn en welke kenmerkende basisplot ze met zich meedragen. Bij ieder besproken archetype in deel 3 volgen vragen en opdrachten, bedoeld om de verbeelding op gang te brengen en de geest te scherpen.

Al deze inzichten komen niet alleen uit mijn eigen denkwerk en praktijk. Ik ben, behalve door Joseph Campbell, al jaren geïnspireerd door het werk van Carolyn Myss, Jean Bolen, Jean Houston en Carol Pearson. Deze Amerikaanse auteurs hebben het werk van Jung op eigen wijze opgepakt en uitgewerkt.

Voor dit boek gebruik ik de indeling van twaalf archetypes die Carol Pearson ontwikkelde. Haar theorie (*Awakening the Hero within* (1991) en *What Story Are You Living?* (1996)) biedt een helder en goed doordacht overzicht en onderzoeksmodel. Carol Pearson heeft haar indeling ook uitgewerkt voor merkontwikkeling in het boek *The Hero and the Outlaw* (2001).

De indeling van Pearson in twaalf archetypes toont de menselijke ontwikkeling van kind via jongvolwassene, via leiderschap naar wijsheid en onthechting. Ieder archetype levert een mogelijke plotstructuur op en een specifieke plotvraag. Ieder archetype heeft ook kwaliteiten en valkuilen, blinde vlekken en groeimogelijkheden.

De rest van dit boek bestaat uit drie delen.

- Deel 1 gaat over de twaalf oerkaracters in algemene zin, in het licht van de theorie over archetypes.
- Deel 2 gaat in op het schrijven en het ontwikkelen van memorabele karacters in verhalen en drama op basis van de oerkaracters.
- Deel 3 behandelt de twaalf oerkaracters een voor een. In twaalf hoofdstukken worden in dit deel de eigenschappen en de drijfveren van elk karakter uiteengezet en wordt steeds verteld wat dat betekent voor het ontwikkelen van verhalen.

Overigens gebruik ik de termen 'archetypes' en 'oerkarakters' door elkaar heen. En daar waar ik 'hij' schrijf als ik het over 'de held' in het verhaal heb, bedoel ik net zo goed 'zij' of 'de heldin'.

Ik wens je veel inspiratie.