

Персональная коуч-книга по сторителлингу

Оглавление

Введение в сторителлинг	2
Элементы истории	7
Рассказываем нашу историю	11
Коммуникативная гибкость в сторителлинге	14
Самое важное правило сторителлинга	16

Введение в сторителлинг

О чем эта книга?

Добрый день, уважаемый автор! Не случайно мы к вам так обращаемся, ведь в этой книге вы будете автором своих историй. Вместе с нами вы пройдете увлекательный путь по формированию у себя этого навыка. Надеемся, что каждый этап пути будет вызывать у вас любопытство и желание тут же попробовать полученные знания на практике. Для этого, формат книги предполагает различные вопросы и задания. Отвечая на вопросы и выполняя задания, вы сможете закрепить все рекомендации на практике.

Итак, наш путь начинается...

Что такое сторителлинг?

Сторителлинг (англ. Storytelling) – искусство рассказывания историй. Все! Вот так, очень просто.

Вообще, мы каждый день рассказываем друг другу истории и практически ежедневно практикуемся. Но, если мы хотим с помощью историй добиваться поставленных перед собой целей, если мы хотим использовать сторителлинг для продвижения своих идей, то мы должны придерживаться определенных правил и рекомендаций. Эти правила были придуманы не ради приличия, а ради того, чтобы усилить эффект от той истории, которую мы рассказываем. Поэтому, сторителлинг за последние 10 лет превратился в востребованный навык и отдельный разговорный жанр.

Чем полезен сторителлинг?

Сторителлинг пригодится везде - в кругу друзей, среди коллег, в общении с клиентами, для заведения новых знакомств.

Сторителлинг будет вам полезен, если вы захотите:

1. Стать «душой компании» и всегда вызывать интерес к себе друзей и коллег.
2. Лучше и в большем объеме продавать свои услуги или продукты.
3. Стать убедительными в споре и при аргументации своей точки зрения.

Почему сторителлинг может помочь в достижении всех этих целей? Вроде бы логичное наблюдение – если мы хотим убедить кого-то в своей правоте, то нам нужно предоставить факты.

На самом деле, человек любую информацию воспринимает не только логически, но и эмоционально - это единый мозговой процесс. Аргументы, действующие только на логическую часть нашего ума, не способны убедить нас, так как не затрагивают наших чувств, эмоций, иррациональных убеждений (как говорят психологи). История, если она рассказана правильно, способна воздействовать на разум (через факты), на эмоции (через сюжет) и на доверие (люди верят историям, если в них видят себя, узнают свой опыт).

Задание. Поставьте себе цель по освоению сторителлинга

Закончите фразу: «Мне нужен сторителлинг для того, чтобы...»

Вот несколько вопросов, которые помогут Вам определить свою цель:

- Чего вы хотите достичь с помощью сторителлинга?
- Что вы приобретете, если станете профессиональным сторителлером?
- В кого вы «превратитесь», если станете искусным рассказчиком?

Помните, чем конкретнее и понятнее для себя вы опишите эту цель, тем больше шансов ее достичь. В любом обучении цель нужна и важна, ведь она служит тем индикатором, по которому можно оценивать прогресс в обучении.

Задание. Напишите историю

Откройте следующую страницу книги и напишите какую-нибудь историю. Любую, которую вспомните. Может вы ее рассказывали друзьям или слышали от кого-то. Может вам эта история помогает привлечь к себе внимание или вы часто ее рассказываете, когда рекламируете продукт или услугу, которую продаете.

Напишите эту историю максимально подробно, во всех деталях, которые вспомните. На следующем занятии мы поработаем с этой историей, будем вместе ее анализировать и улучшать. После того, как вы запишите эту историю (это задание нужно сделать тоже прямо сейчас) переходите к третьему заданию.

Задание. Соберите обратную связь

Возьмите историю, которую вы записали и расскажите ее кому-нибудь: другу, клиенту, коллеге, первому знакомому. Расскажите так хорошо, как сможете. После этого запросите обратную связь у вашего слушателя об истории и о том, как вы ее рассказали. Для этого задайте ему несколько вопросов:

1. Понравилась ли вам в целом эта история?
2. Вызвала ли эта история у вас какие-либо чувства или эмоции? Какие? Почему?
3. Повлияла ли эта история на вас?
4. Чтобы вы порекомендовали добавить или изменить в этой истории?

Элементы истории

Наблюдение о всеобщей структуре истории

Вспомните три вещи:

1. Свою самую любимую сказку
2. Легенду или древний миф (например, что-нибудь из мифов древней Греции)
3. Последний фильм, который вызвал у вас эмоции

В каждой хорошей сказке, в каждом мифе или сценарии фильма есть свой сюжет и своя история. А теперь внимание вопрос! Не кажется ли вам, что в каждом из трех жанров, в каждой представленной истории, есть схожие элементы. Что это за элементы?

В любой истории есть герой и испытания, а еще есть финальная битва и ряд других элементов. Если все элементы присутствуют, и они соединены в определенной последовательности, то только тогда история влияет на слушателя. Если герою хочется сопереживать, значит, мы верим услышанной истории, а если верим, значит, проникаемся той идеей, которой эта история посвящена, а если проникаемся идеей, значит, история на нас повлияла.

В таблице ниже представлено сравнение обязательных элементов построения сюжета в художественной литературе, мифе и в сторителлинге.

Ваша история должна содержать в себе элементы построения сюжета. Если все элементы присутствуют, значит, история обладает силой убеждения.

№	Сюжет в литературе	Миф о Герое	Сторителлинг
1.	Пролог	Представление главного героя	<i>Краткое описание ситуации: Что? Где? Когда? Появляется главный герой (Это Вы или Ваш клиент или Ваш знакомый – тот, кто будет центральным действующим лицом в этой истории)</i>
2.	Завязка сюжета	Герой сталкивается с проблемой	Появляется проблема или задача, которую герою надо решить
3.	Развитие действия	Герой отправляется в путешествие, для того чтобы решить проблему.	Для преодоления проблемы герой использует привычные способы действия
4.	Кульминация	Герой вступает в схватку с врагом. Почти проигрывает	Привычные действия приводят к кризису
5.		Но затем обретает магическую силу, артефакт или приходит помощь	Кризис провоцирует героя на поиск решения. Такое решение найдено
6.	Развязка	Враг побежден	Проблема решена
7.	Эпилог	Герой возвращается из путешествия обновленным (+ с «трофеями»)	Решение проблемы позитивно сказывается на будущем в жизни нашего героя

Общие элементы истории. Задание.

Возьмите вашу историю и ручку (или 6 цветных карандашей) и начните подчеркивать тот текст, в котором раскрывается каждый из элементов истории:

Герой – главное действующее лицо истории. Герой должен выглядеть правдоподобно, с определенными деталями, глубже раскрывающими его характер или образ. Слушатели больше верят тому герою, который похож на них самих.

Проблема/Задача/Враг – значимая, интересная трудность с которой сталкивается герой. Чем сложнее трудность, тем больше возникает желания узнать, как будет развиваться сюжет дальше.

Путь преодоления проблемы – действия, направленные на преодоление проблемы, они могут быть слабыми или выполнены с ошибками. В любом случае они не должны приводить к решению проблемы.

Кризис – схватка с врагом или тяжелое испытание на пути героя, его финальное препятствие или самая большая трудность.

Решение – способ преодоления кризиса. Это именно необычный, нестандартный способ, который неизвестен герою ранее.

Мораль – ключевая мысль, заложенная в историю, связывающая смысл истории и задачу ради которой история была рассказана автором.

Описанные здесь элементы структуры не являются исчерпывающими, но являются обязательными для создания драматического (нам верят и сопереживают) эффекта.

Теперь, посмотрите на свою историю. Сформулируйте ответы на следующие вопросы:

- Все ли элементы истории вы увидели (подчеркнули)?
- Какие нужно добавить элементы?
- Нужно ли подробнее описать какой-нибудь элемент?

Рассказываем нашу историю

Выбираем правильные истории

Что такое правильная история? Это такая история, которая рассказана с учетом контекста, а также, направлена на достижение определенной цели. У любой истории должна быть цель. Даже анекдот, который вы рассказываете, направлен на достижение определенной цели – вызвать эмоциональную реакцию у слушателя.

Вторая составляющая правильной истории – учет контекста, в котором эта история звучит. Очень просто, не надо рассказывать анекдот про какую-нибудь национальность, если представитель одной может вас услышать. Также и с историями, если истории могут вызвать у слушателя ненужные эмоции или ассоциации – не надо их рассказывать. Причем, неожиданные реакции могут быть вызваны не только всей историей, но и отдельным ее элементом. Видимо, именно поэтому, во всех американских фильмах есть представители национального меньшинства, иначе фильм вызовет негативные эмоции, у того самого меньшинства.

Мы призываем вас подумать о контексте, в рамках которого вы собираетесь рассказать свою историю. Не будет ли сама история или отдельные ее элементы вызывать ненужные вам реакции у слушателей? Если есть хоть грамм сомнения – не рассказывайте эту историю или подумайте заранее, как обойти «скользкие моменты».

Рассказываем историю правильно

Голос, интонации и паузы способны придать нашей истории больше яркости и усилить ее эмоциональный эффект. Но не только вокальные данные нам помогут. Мы можем усилить воздействие нашей истории на слушателей с помощью дополнительных эффектов:

1. **Название.** Подготовьте для вашей истории яркое название. В названии не обязательно должна заключаться мораль, но название уже должно вызывать интерес. Цель названия –

«зацепить» слушателя, сделать так, чтобы слушатель отвлекся от своих дел или мыслей и начал вас внимательно слушать.

2. **Факты.** Если история реальна, то в прологе сообщите где, когда и как она происходила. Вы тем самым заложите прочный фундамент для выстраивания доверия ко всему, о чем дальше будете рассказывать. Помните знаменитое: «фильм основан на реальных событиях»?
3. **Время.** Психологи утверждают, что человеческое внимание способно удерживаться на каком-то объекте не больше 4-х минут. Обратите внимание, многие сцены в фильмах столько и длятся, потом сменяются другой сценой. Вывод – рассказывайте истории длительностью не больше 3-х или 4-х минут. Тем самым вы уменьшаете риск отвлечения. Меньше – можно ☺
4. **Паузы.** Паузы способны усиливать эффект от истории. Но возникает вопрос, где эти паузы делать. Во-первых, паузу нужно сделать между кризисом и решением (кульминацией и развязкой). Это самый эмоциональный пик всей истории. Во-вторых, паузы вообще нужно делать между каждым элементом. Рассказали пролог (введение), сделали маленькую паузу, перешли к завязке сюжета и так далее. Подобные паузы делают вашу историю упорядоченной и хорошо структурированной. В-третьих, паузу обязательно нужно будет выдержать перед тем, как вы расскажете мораль истории. Опять-таки, для усиления эффекта.
5. **Образы.** Добавляйте прилагательные в вашу историю. Так вы создаете образ или картинку в головах ваших слушателей, что повышает степень воздействия. Если трава, то высокая; если озеро, то гладкое. Используйте те прилагательные, которые помогают представить образ. Здесь важно не уйти в дебри и соблюдать при этом тайминг. Помните - ваша задача добиться эффекта создания яркого образа либо всей истории, либо её отдельного элемента.
6. **Нагнетайте эмоции.** При рассказе элемента «кульминация», особенно перед блоком «развязка», интонационно нагнетайте атмосферу. Слушатель должен заволноваться и предельно внимательно вас слушать, боясь пропустить любую деталь.

Примените каждую рекомендацию, и вы почувствуете, что ваши истории стали лучше. Запишите ваши выводы на следующей странице.

Какое название дать моей истории?

Какими фактами я могу насытить свою историю?

В какой момент (моменты) необходимо сделать паузу?

Какие образы могут украсить мою историю?

Коммуникативная гибкость в сторителлинге

Зачем нужна коммуникативная гибкость?

- Во-первых, если вы обладаете гибкостью, вы меньше готовитесь к вашим публичным выступлениям, вспоминая нужные и качественные для аудитории истории «на лету».
- Во-вторых, развивая свою гибкость, вы становитесь способными поддержать беседу на любую тему.
- В-третьих, вы становитесь интересным собеседником, так как под каждую новую тему у вас наготове новые истории.

Согласитесь, если человек, имеет ограниченное количество историй, анекдотов и тостов – это, в какой-то момент становится заметно, затем предсказуемо, а затем и вовсе скучно.

7 рекомендаций по развитию коммуникативной гибкости

1. **Чаще рассказывайте истории.** Это простая и очень важная рекомендация. Навык тренируется только тогда, когда вы его тренируете в повседневной жизни, а не читаете про него. Чем чаще вы тренируетесь, тем больше историй запоминаете, следовательно, больше историй готовы рассказать.
2. **Добавляйте в ваши истории новые детали.** Если вы добавите ряд деталей в историю, вы произведете большее впечатление на вашу аудиторию, так как люди больше верят не абстрактным, а конкретным фактам и наблюдениям.
3. **Придумывайте истории.** Развивайте свою фантазию, создавая истории, которые никто и никогда не слышал. Создавайте впечатление, что это полностью реальная история. Для этого в Ваших историях важно соблюдать баланс между вымыслом и реальностью. Кстати, мы не призываем вас обманывать, мы призываем увлекать слушателей в мир фантазий.
4. **Используйте структуру истории как подсказку.** Что мы имеем в виду? Зная, что одним из элементов истории является пролог, вы можете прямо с него начинать –

давным-давно, в далекой-далекой галактике. Что у нас по структуре дальше? Дальше – представление героя: жил был Люк Скауйокер. Начинаем завязку сюжета – пошел Люк на местный рынок роботов, покупать себе андроида, а купил двух и т.д. Как только вы вспоминаете нужный элемент истории, он спровоцирует в вас творчество, что собственно нам и нужно.

5. **Начните писать.** Кто-то ведет дневник (личный или публичный). Кто-то делает заметки на интересующие его темы. Кто-то пишет статьи. Чем больше мыслей вы выражаете на бумаге, тем лучше будет развиваться ваша устная речь, она станет логичной, более разнообразной, насыщенной речевыми оборотами.

Самое важное правило сторителлинга

Главный секрет сторителлинга – в нем нет никаких правил, кроме одного – ваша история должна помогать вам убеждать людей в верности ваших идей.

Всегда помните - нарушение правил мастером приводит к искусству, а нарушение правил новичком, приводит к ошибкам.

Хотим сказать, что полезно на первом этапе закрепить все то, что было вам дано в этой книге. А после того, как вы освоили все базовые навыки – комбинируйте их в любой последовательности.

И еще одно - правила не должны идти в ущерб содержанию, а содержание не должно препятствовать смыслу. Если вашим идеям и так верят, то не надо тратить вашу энергию на иллюстрации идей с помощью историй.

Резюме

В этой книге, мы познакомили вас с правилами сторителлинга. Применяя все правила, вы станете способными каждый день создавать и рассказывать впечатляющие истории вашим слушателям.

