

С



Т

Ирина
Шевцова



о р

и

т



е л



алгоритмы
упражнения
примеры



16+

л и

н

г

Ирина Шевцова

**Сторителлинг. Алгоритмы,
упражнения, примеры**

«Автор»

2022

Шевцова И.

Сторителлинг. Алгоритмы, упражнения, примеры / И. Шевцова —
«Автор», 2022

Эта книга — методика обучения сторителлингу. Она подойдёт и тем, кто учит, и тем, кто учится. Здесь есть и пошаговый план действия (алгоритмы), практикум (упражнения) и отражение многолетнего опыта использования сторителлинга автором (примеры).

© Шевцова И., 2022

© Автор, 2022

Ирина Шевцова

Сторителлинг. Алгоритмы, упражнения, примеры

ГЛАВА 1. АЛГОРИТМЫ

ЧТО Я БУДУ ПОНИМАТЬ ПОД СТОРИТЕЛЛИНГОМ?

Сторителлинг – это личная история, рассказанная с какой-либо осознаваемой целью.

Если вы под этим понимаете что-то другое – моя книга вам не подходит. Да, вот так сразу, чтобы сэкономить время и деньги.

Личная история – значит правдивая, невыдуманная. Жанр притчи, сказки и других плодов фантазии для меня как психолога и предпринимателя, постоянно использующего истории, к сторителлингу не относится. (Здесь и на протяжении всей книги я не претендую на абсолютную истину).

Личная история – это не обязательно про себя. Это могут быть истории других людей: ваших знакомых, тех, с кем пересекались в различных жизненных ситуациях и даже тех, с кем не встречались. Но истории, обязательно пропущенные через себя. То есть, когда вы рассказываете про другого, местоимение «я» и его производные никуда не деваются.

Личная история – это не обязательно про интимное. Тем для сторителлинга в нашей жизни множество. Хотя бы то, что наша жизнь – сплошные исторические события. (Да, уж не знаю, повезло, или это испытания «эпохой перемен». Я насчитала больше десятка всяких свидетельств, о которых могу рассказать не понаслышке. К примеру, про похороны Брежнева... Впрочем, примеры в другой главе).

Личная история – значит в ней есть ваши чувства и ваше отношение к тому, о чём вы говорите. Хотите найти историю – ищите чувства. Это и просто – чувства есть в каждом дне жизни, и тяжело – рефлексия и внутренний фокус не являются сильными сторонами современного человека.

Осознаваемая цель – это то, ради чего я рассказываю вам сейчас эту историю. Потому что сторителлинг – это инструмент. И, в отличии от спонтанной истории, здесь вопрос цели является первичным.

Цели сторителлинга я бы поделила на категории по степени воздействия на слушателей:

1 уровень. Развлечение.

Это уровень эмоций. Внимание удерживается ровно столько, сколько звучит история. Обычно это весёлые истории, курьёзы, загадочные и, может быть, даже страшные. Все мы с удовольствием заполняем этими историями свою жизнь – и слушаем, и рассказываем. Проанализируйте, о чём говорили с друзьями при встрече, и вы увидите, как много прозвучало историй. Если, при этом, у вас стояла задача развлекать, оказаться интересным рассказчиком и быть в центре внимания, значит, это были ваши цели. Значит, это был именно первый уровень – развлечение.

2 уровень. Информация.

Это уровень содержания. Когда при помощи истории вы хотите о чём-то поведать. Что-то, о чём не столько интересно, сколько полезно узнать из вашей истории. Доказано, что информация, оформленная в историю, не встречает критики, легко запоминается и, при желании, достаётся из памяти в нужный момент. Родители рассказывают такие истории своим детям, наставники ученикам, начальники подчиненным. Вместо нотаций, поучений, лекций.

3 уровень. Влияние.

Это уровень чувств. В отличие от эмоций они остаются надолго, осознаются. После этих историй становится радостно, грустно, печально, страшно. Они могут вдохновлять, влюблять и вводить в отчаяние. Все, кого вы считаете харизматичным человеком, владеют этим сторителлингом. И, конечно же, это невозможно сыграть. Невозможно «овладеть приёмами» – истории влияния только искренние. Если рассказчик не боится встретиться со своими чувствами и имеет именно эту цель, слушатели вступают с ним в резонанс. Вы знаете, что чувства заразны?

4 уровень. Побуждение.

Это уровень действия. Рассказывая историю, вы хотите, чтобы слушающие сделали что-то определённое. История лишена призывов и лозунгов, она влияет глубже и сильнее. Она не будет манипуляцией, если вы не скрываете своих намерений.

Я вообще хочу сразу, в начале своей книги, сообщить, что говорю о сторителлинге «во благо». Просто отсеку всё низкое и мерзкое, не отрицая, что оно существует.

Деление на уровни – дань любви к систематизации. Оно может быть условно, но основное, о чём я хочу сказать: осознавайте цель! Осознавайте силу истории и берите ответственность за то, что, кому и зачем вы говорите. И, находясь на стороне слушателя, наблюдайте за целями рассказчиков. История, конечно, сильный инструмент, но не всемогущий.

ЗАЧЕМ ВАМ ЭТО НАДО?

Если вы читаете эту книгу с целью обучения, подумайте, зачем вам нужен сторителлинг? Какие задачи стоят перед вами? Продолжая стилистику этой главы, разложу всё «по полочкам».

Личностные задачи.

Для меня, как для психолога, они первичны. И важнее, и тяжелее реализуемы, чем просто формирование навыка.

1. Рассказывание о себе как развитие самоуважения.

Да, когда вы произносите «я», «у меня», «со мной» и смеете рассказать о себе хотя бы одному человеку, преодолеваете ложный стыд «неинтересности», «незначительности» собственной жизни. Это работа с самооценкой. Ваша жизнь никому не будет интересна, если она не интересна вам.

2. Осознавание своей жизни через истории.

Рассказывая кому-то, мы лучше понимаем себя. В сторителлинге это понимание должно сформироваться ещё до рассказывания. В этом случае история получается законченной, целостной. Хочешь быть рассказчиком – понимай свою жизнь.

3. Удовлетворение потребности делиться.

Я верю, что эта потребность есть у всех людей. Просто некоторые так и не смеют признать уникальность и важность своего опыта, своей жизни. Так что и здесь сторителлинг решает задачи личностного развития.

4. Умение быть в центре внимания.

Развитие в себе смелости, преодоление страхов вплоть до получения удовольствия. Слушатели в сторителлинге являются обязательным компонентом. Если «в стол», «в пустоту» – это не сторителлинг, это подготовка, репетиция. В век публичности сторителлинг, как одно из условий успешности – умение очень прикладное. Не обязательно трибуны и сцены. Это может быть узкий круг, ваша аудитория. И если есть необходимость, то дальше, по нарастающей.

5. Сторителлинг как способ влияния.

История – очень мощный инструмент и может стать средством манипуляций. Это хорошо понимают те, у кого влияние – основа профессии. Эта задача и об умении влиять осознанно и принимать последствия, и о том, чтобы позволять или не позволять другим людям делать это в отношении нас.

Личностные задачи не исчерпываются этими пунктами. Они задают направление, фокус внутрь себя. Есть рассказчики, которым надо всё наоборот – учиться уходить «в тень», слушать, а не рассказывать, сдвинуть восприятие со своей уникальности на других людей, учиться быть краткими и по существу. У каждого своё, в зависимости от «стартовых условий».

Технологические задачи:

- 1. Работа над структурой, идеей и образностью истории.**
- 2. Учиться «упаковывать» в истории факты и события.**
- 3. Формировать выразительные средства передачи истории.**
- 4. Учиться находить истории для разных аудиторий.**
- 5. Создавать «банк историй» и быть готовым использовать их в разных жизненных ситуациях.**

С этими задачами я буду кратка в этой главе, но очень дотошна и подробна во всех остальных. И эти задачи не исчерпываются перечисленным. Опять же – у каждого они свои. Главное, чтобы они были.

ИСТОРИЯ ИЛИ НЕ ИСТОРИЯ?

Вопрос не лишний... Я встречала под видом истории описание, зарисовку, сообщение. Есть любители под видом истории изложить чуть ли не всю свою жизнь. И уж коль мы о сторителлинге, давайте договоримся, что **в истории всегда есть сюжет.**

А дальше всё, как учились в школе писать сочинение – прежде всего составляли план.

План истории:

- 1. Где и когда это происходит.**
- 2. Кто герой истории.**
- 3. Завязка: неожиданность\потеря.**
- 4. Выбор героя.**
- 5. Развязка.**
- 6. Новое состояние героя.**

План, конечно, может быть дополнен. Но не сокращен, иначе развалится сюжет. Можно применять формулу «И вот однажды...» или «И вдруг...». Тогда вам точно будет не отвертеться от истории – именно это отличает её от всего перечисленного выше.

Тезисно поясню каждый пункт:

История происходит всегда в каком-то месте и в какое-то время. Даже если слушатели никогда не были там, лучше дать название и описать, чем просто произнести «в городе N». Время задаёт атмосферу, истории произошедшие 10 лет назад и неделю назад очень отличаются по восприятию. Это как по первым кадрам фильма вы догадываетесь о времени. Рассказывать историю – запускать внутреннее кино у тех, кто слушает.

Если героем являетесь вы, то в каком виде, качестве, состоянии вы находитесь в начале этой истории. Если кто-то другой – несколько точных слов или короткое описание в начале истории создадут героя в воображении слушателей.

«Вдруг» – чтобы что-то начало происходить, должны поменяться условия, должна быть нарушена стабильность. От банального «что-то пошло не так» до серьёзных угроз.

У героя истории всегда есть выбор. Если его нет, история получается пресная и предсказуемая. В живой природе реакции делятся на «замри-беги-нападай». У человека выбор богаче. Мы что-то думаем, как-то интерпретируем события, переживаем спектр чувств разной интенсивности и наконец действуем.

В истории может быть интрига – неясно чем закончится. И чем круче завёрнут сюжет, тем больше ждут развязки. Но иногда развязка ясна с самого начала. К примеру, если она в названии истории: «Как я поступила в институт» или «Как мы спасли собаку». В этом случае внимание удерживается интересным повествованием и развязка уместна как логический конец события.

Но это ещё не всё! История про героя. Про то, как это событие повлияло на героя. Если он не изменился и остался таким же, как в начале – история не завершила свою работу. Это может быть и новое качество, и новое чувство, и новая мысль. И вот это уже – конец истории.

Если история не рассказывается устно, а пишется – меняются инструменты, но суть остаётся. Впрочем, о письменном сторителлинге будет отдельная глава.

О ЧЁМ ИСТОРИЯ?

У каждого человека есть истории. Вернее – есть о чём рассказать историю и кому её рассказать.

Если сторителлинг рассматривать как инструмент бизнеса, то я бы поделила все сюжеты на:

1. История как имиджевый инструмент.

Эти истории я, как фрилансер с более чем 20-летним стажем, рассматриваю как основные. Через них передаётся картина мира и создаётся (или не создаётся) доверие к специалисту.

2. История в продвижении и продажах.

Рассказ о продукте, его особенностях, преимуществах. Если это личностный сторителлинг, а не голимая реклама, то человеку, любящему то, что он делает, всегда есть что рассказать.

3. История в передаче стандартов и норм корпоративной культуры, профессиональной позиции, принадлежности к сообществу.

Как и в семье, в сообществе важно, чтобы была традиция рассказывания историй. Она возникает сама по себе, спонтанно. Но этот процесс можно упорядочить, к примеру, завести книгу или раздел на сайте. Особенно это важно для новеньких, тех, кому надо быстро понять «правила игры».

4. История как инструмент обучения и передачи информации.

Во многих организациях есть учебные отделы. Обычно обучение сотрудников – это семинары или тренинги. И обычно тренеры используют истории, чтобы не только донести информацию, но и чтобы она была воспринята и принята.

У каждого человека есть две зоны – «открытость» и «интимность». В обучении сторителлингу я прошу людей определиться, какие темы и сюжеты к каким зонам относятся. К примеру:

Открытость.

Работа, отношения с коллегами, достижения и неудачи, курьёзы, «закулисье» профессии, путешествия, домашние животные, хобби и т. д.

Интимность.

Информация о клиентах и участниках тренингов, семья (некоторые темы), мама и отношения с ней, здоровье, отношение к политике и религии.

Понятно, что эти зоны постоянно меняются. Ориентироваться в выборе темы я предлагаю на чувства и переживания. Если тема ещё очень сильно «эмоционально заряжена», то она пока не годится для сторителлинга. Особенно это касается «негативных» переживаний: злости, страха, стыда, тоски. В этом случае история может быть рассказана, но с терапевтической целью. То есть мы её рассказываем для себя, а не для слушателя. И хорошо, если слушателем является профессиональный терапевт или близкий человек. Возможно, со временем, эта история попадёт в зону открытости.

Отличие нарративной психотерапии от сторителлинга в целях. Рассказ «чтобы стало легче» не является сторителлингом. По прошествии времени, когда интенсивность переживаний упадёт, и будет ясен универсальный смысл (урок) этой истории, она может стать сторителлингом.

Популярные темы историй:

- 1. Биографическая история («Когда мне было ...лет...»).**
- 2. Преодоления, достижения.**
- 3. Курьезы, смешные случаи.**
- 4. Путешествия, приключения.**
- 5. Про других людей.**
- 6. Любовные истории.**

«Высшим пилотажем» сторителлинга я считаю умение делать истории из обыденности. Становится понятно, что привлекательность для слушателя – это вовсе не супер-событие, а умение интересно рассказывать о своих переживаниях и находить универсальный смысл в уникальной жизни.

ОСНОВНАЯ ИДЕЯ ИСТОРИИ

- О чём твоя история?
- О том, как мы сплавились на лодках по реке.
- И какая идея в твоей истории?
- ???????

История всегда уникальна.

Идея истории всегда универсальна.

То есть слушатели её не только понимают, но и могут присвоить. И, отделив идею от истории, могут вспомнить свои, с этой же идеей.

Зачем это надо? Я воспринимаю сторителлинг как активный процесс двух сторон: и рассказывающего, и слушающего. «Кормить людей собой» – задача эгоистическая. Да, им может быть очень интересно, но что дальше? Всё-таки сторителлинг – это больше, чем приятное времяпровождение. И это означает, что над историей надо работать. Надо понять её лучше, увидеть глубину. А если пока не получается – отложить «дозреть».

Основная идея может озвучиваться в истории, но это необязательно. Обязательным является понимание самого рассказчика, о чём он рассказывает.

В главе «Примеры» есть такие истории и в них основные идеи:

- «Флешмоб в детском саду» – *«Безвыходных ситуаций не бывает»;*
- «Самый нелепый Новый год» – *«Дождаться «последней капли» и уйти»;*
- «Красота как данность» – *«Красота – это как себя преподносишь миру».*

«СКЕЛЕТ» И «МЫШЦЫ» ИСТОРИИ

Чем дальше пишу, тем труднее обходиться одними алгоритмами, поэтому использую метафору. На мой взгляд, она очень точно отражает суть того, о чём собираюсь рассказать – о структуре и образности.

Структура истории – логическое построение эпизодов истории, объединённых общей целью.

Да, помимо плана истории, есть ещё структура. Самое простое – это разделить историю на эпизоды и понять, связаны ли они между собой.

Частая ошибка – рассказывать «как было». Но жизнь обширнее любой истории, и если просто хронологически передать то, что с вами случилось, вы неизбежно «потечёте мыслью по древу». То есть наговорите много лишнего. Иногда в услышанных историях я вижу 2—3 сюжетные линии и массу ненужных деталей. «Высушить историю» – сделать её структурированной и компактной. Если вам жалко терять какое-то содержание, превратите его ещё в одну историю.

Образность в истории – передача содержания таким образом, что слушающие начинают видеть происходящее в своём воображении.

При помощи чего история становится образной? Главное – детали. В достаточном количестве и понятные слушателю. Детали в истории: предметы, природа, погода, детали интерьера, одежды, внешности, запахи, звуки, ощущения и т. д.

Их цель:

- 1. Усилить послание.**
- 2. Показать место и время.**
- 3 Передать отношение героя.**
- 4. Запустить «внутреннее кино у слушателей».**

Таким образом, при помощи структуры (скелета) история становится логичной, а при помощи деталей (мышцы) обретает свою индивидуальность. Точно также и в метафоре – скелет у всех людей одинаков, а вот мышцы делают нашу фигуру отличающейся от других.

По моим наблюдениям, у рассказчиков есть тенденция скатываться либо в одну, либо в другую сторону. Вы можете определить для себя, в чём ваша слабость и зона роста.

Держать внимание слушателей долгое время – удел избранных. Как правило, это люди, жизнью которых принято интересоваться. Наши с вами истории, даже очень талантливо рассказанные, могут длиться 5—10 минут. Если мне предстоит выступление, то я обязательно репетирую тайминг. Как правило, в результате этих репетиций, время сокращается вдвое.

НАЧАЛО И КОНЕЦ ИСТОРИИ

Ещё одна сложность – правильно начать и вовремя закончить.

Все мы загружены информацией. Поэтому воспринимаем её очень выборочно. Если рассказчик не захватил внимание в самом начале, буквально с первых слов, у него есть опасность потерять слушателя.

Итак, варианты того, как можно начать:

- 1. О чём эта история?**
- 2. Где и когда это произошло.**
- 3. Основная идея.**
- 4. Вопрос.**
- 5. Интрига.**
- 6. «Мостик» из настоящего (почему я рассказываю об этом сейчас).**

Конечно же, имеют значения и средства выразительной подачи, если история устная – от внешнего вида до тембра голоса и интонации. Но не стоит уповать только на свою харизму, чувства – инструмент тонкий, могут подвести. А вот продуманное начало выручит всегда.

Длинные вступления, которым нас учили в школе при написании сочинений, в сторителлинге неуместны. Сразу – к сути, картинке, содержанию. Незадачливый рассказчик грешит продолжением после завершения. Или история заканчивается внезапно, или длится бесконечно долго.

Вариант начала и конца похожи:

- 1. Основная идея (вывод).**
- 2. С чего начинаем, тем и заканчиваем.**
- 3. Ответ (если был в начале вопрос).**
- 4. Развязка.**
- 5. Яркая, запоминающаяся деталь.**
- 6. «Машина времени» (как эта история отражается на моей жизни сейчас).**

Есть такое мнение, что лучше всего запоминаются начало и конец. Они собирают историю, закольцовывают. Тогда она становится целостной, а у слушателей остается ощущение как от просмотра хорошего кино.

ГЕРОИ ИСТОРИИ

Мы уже договорились, что сторителлинг – это «Я-история». Но это не означает, что «Я» – всегда главный герой.

Типы историй:

1. История про меня и мою жизнь.

2. Я был (а) свидетелем...

3. История про человека, которого я знаю.

4. История про известного человека.

В пояснении, видимо, нуждается только последний пункт. Иногда биографии известных людей резонируют с нашей жизнью, вызывают чувства и мысли. Возникает какая-то параллель «я и этот человек». То есть, рассказывая о нём, мы рассказываем о себе.

Сделаю исключение – приведу пример.

Я очень люблю биографические статьи и книги. История Корнея Чуковского и его дочки Мурочки попала мне на глаза, когда я стояла перед тяжёлым выбором. Речь о заказе, сулившем немалые деньги, но надо было «слегка» поступиться своими принципами. А вы знали, что Корней Чуковский публично, через газетную статью, отрекся от своих сказок? Он просто был запуган властью – выбор между уйти в неизвестность или оставаться писателем и писать про колхозы и трактора. И вскоре после этого заболевает и умирает его любимая дочь... В общем, для меня эта история стала ответом на вопрос: Никогда не предавай себя. И получилась история про меня и Корнея Ивановича Чуковского.

Всех персонажей истории я бы поделила на категории:

Уровень №1.

Герои, без которых бы не было этой истории. Обычно 1—2 персонажа.

Уровень №2.

Те, кто помогает продвигать сюжет. Это как роли второго плана. У них есть имена, внешность, статус, но появляются они ненадолго и как-то влияют на сюжет.

Уровень №3.

Те, без кого можно обойтись, но они делают историю более выразительной. «Киношным» языком – массовка.

При подготовке истории рассказчику стоит определиться с количеством персонажей. Есть истории «массовые» и есть те, где персонажей совсем мало. Кого-то вообще можно упустить, как не имеющего отношение к основной идее, даже если в жизни для вас этот человек важен, но именно в этой истории – нет.

Самое сложное в работе с персонажами – передать своё отношение к ним. Кратко, ёмко, не злоупотребляя прямой оценкой. Это делается через описание персонажей. Детали одежды, внешности, поведения, интонация и даже уменьшительные суффиксы – и люди понимают, какие чувства у вас вызывает этот человек.

АРХЕТИПЫ СЮЖЕТОВ

Архетипы – универсальные сценарии и герои. Присутствуют в нашей психике вне зависимости от возраста, пола, национальности и т. д.

Встречали ли вы людей, все истории которых относятся к одному жанру? Есть любители посмеяться, есть те, кто любит рассказывать про страшное, кто-то видит повод для истории в путешествиях и приключениях, кто-то – в love story. Эти люди – мы с вами, если не взять под контроль и не озаботиться тем, чтобы рассказывать истории из разных архетипов. Репертуар хорошего рассказчика широк, а истории разнообразны. Как и сама жизнь.

Я перечислю лишь несколько наиболее популярных архетипов.

Герой/Героиня.

Сюжет этих историй – принять вызов и совершить подвиг. Это, как правило, социально значимое действие. То есть Герой что-то делает ради других. Но из этого архетипа также рассказывают истории о преодолении препятствий на пути своего развития, о достижениях, нелёгком успехе.

Дурак.

Сюжеты историй – приключения с трудностями и счастливым выходом из ситуаций. Это истории везения, неожиданной помощи по принципу «дуракам везёт». Как правило, это смешные истории, очень динамичные. Но есть и «второе дно» – глубокий смысл, который сумеет увидеть не каждый. Рассказывание историй из этого архетипа – это умение признаться в своих слабостях, за которым стоит принятие себя во всех проявлениях.

Ребёнок.

Сюжеты историй – восприятие мира и поведение, характерное для детей, взаимодействие «со взрослыми» – более сильными, статусными, опытными. Сюда будут отнесены все истории из детства. Но не только они. Из этого архетипа можно рассказать о любых вертикальных отношениях. О неумении, незнании, удивлении, интересе, восторге, страхе, стыде – всех тех переживаниях, которые характерны для ребёнка.

Король/Королева.

Сюжеты историй – решение задач, связанных с управлением людьми, событиями, наведением порядка, созданием чего-то. Эти истории интересны многообразием решений. Если в предыдущих архетипах сценарий более-менее понятен, то здесь вариантов множество. Это истории о власти и умении ею распорядиться.

Маг/Волшебница.

Сюжеты историй – столкновение с необъяснимым, управление жизнью иррациональными способами. Это и про чудеса, которые вокруг, и про чудеса, которые в нас. Такие истории наполнены глубоким философским смыслом, в них мало внешних событий, но много чувств. Рассказчик рискует быть непонятым, так что надо очень обдуманно отнестись к выбору аудитории.

Я привела всего пять примеров. Надеюсь, что вы уловили основной смысл работы с историей через архетип.

ПИСЬМЕННЫЕ ИСТОРИИ

Письменный сторителлинг имеет свои особенности. Он отличается от художественной литературы тем, что не обязан быть этой самой литературой. Грань эта очень условна – многие блогеры пишут не хуже, чем профессиональные писатели, а многие писатели могли бы поучиться у блогеров.

Но основное различие всё же в целях (если вы не понимаете, о чём я – вернитесь к первой главе). Пишем мы сейчас много, а степень открытости в соцсетях порой подобна личному дневнику. Так что без историй, конечно же, не обойтись.

История может быть «классической» – то есть со структурой сюжета, завязкой и развязкой. Но к письменному сторителлингу я бы отнесла и приведение примеров, зарисовки из жизни, подводки – все варианты, где мы добавляем к тексту рассказ о себе.

Например, ведение блога – это сторителлинг и рассуждения; статья – это сторителлинг и научно-методические материалы; рекламный пост – сторителлинг и информация о товаре.

Для меня письменный сторителлинг в соцсетях – это основной инструмент имиджа, продвижения, продаж. Благодаря ему мой рекламный бюджет уже очень долгие годы сводится к нулю.

Основная задача – быть замеченным. Дальше – быть прочитанным. Потом – стать интересным для нужной аудитории. А где популярность, там и продажи. Но это лишь «побочный

эффект», главное – взаимодействие с аудиторией, искреннее желание быть полезным, щедрость и открытость.

Признаки и составляющие сильных постов.

1. **«Цепляющее» название.**
2. **Ловушка внимания в первой фразе.**
3. **«Я», «обо мне», «со мной» – рассказ от первого лица.**
4. **Структурированность, абзацы.**
5. **Динамичность.**
6. **Диалоги, прямая речь.**
7. **Оптимальное наличие персонажей.**
8. **Яркие детали.**
9. **Запоминающийся конец.**

В следующей главе я привожу примеры своих постов. Все они были написаны с разными целями. О чём-то просто захотелось рассказать, где-то надо было привлечь внимание к теме, в каких-то важно было высказать свою позицию, а какие-то были написаны с рекламной целью. Истории в них применяются в разных пропорциях. Но все эти посты были эффективны. То есть я добивалась поставленной цели.

КАК ПОЯВЛЯЮТСЯ ИСТОРИИ

Конечно же, мы рассказываем спонтанные истории. Но в сторителлинге важна осмысленность и ответственность за то, о чём и как ты рассказываешь.

Алгоритм появления истории.

1. Событие.

Что-то происходит в нашей жизни – достаточно яркое и обязательно эмоционально насыщенное. Если воспринимать свою жизнь через истории, то становится понятно, что каждый прожитый день может подарить нам повод для сторителлинга.

2. Переживание.

Это возможность пережить эмоции в динамике. Только когда эмоции улеглись или хотя бы пошли на спад, мы готовы об этом говорить. Помните, чем заканчивается план истории? Новым состоянием героя.

3. Осмысление.

Помимо эмоций, должен прийти смысл. Он, как правило, появляется позже, требуется время на понимание. Осмысление даёт возможность посмотреть на произошедшее со стороны, стать более объективным в оценке.

4. Рассказ №1.

Желание рассказать о произошедшем – естественно. На этом этапе начинает складываться повествование. Мы учимся передавать суть максимально понятно и интересно. Это может быть несколько пересказов разным людям или вообще проговаривание «в пустоту» ради работы над историей.

5. Мифологизация.

Здесь становится понятно, о чём история, то есть её основная идея. И все эпизоды «как это было» подвергаются проверке – имеют ли они отношение к истории. Всё произошедшее, но не относящееся к идее убирается, а другие эпизоды, детали, напротив, становятся крупнее и ярче. Допускаю ли я придумывание чего-то? Да, возможно, но не в главном. История должна остаться правдивой.

6. Рассказ №2.

Это уже история сторителлинга – мы понимаем, о чём мы рассказываем, кому и с какой целью. На этом этапе история, возможно, тоже будет меняться, но несущественно. Скорее это будет работа над средствами передачи выразительности.

7. «Складирование».

В памяти откладывается не только событие, но и история. И в любой момент мы можем обратиться к ней и использовать, когда она понадобится.

Люди, которые используют истории в работе: преподаватели, тренеры, психотерапевты и психологи, педагоги и т.д., делают это не задумываясь. В «кладовых памяти» у них хранятся истории за долгие годы. Если же вам важно развивать себя в этом направлении, используйте любые доступные способы, чтобы фиксировать как темы для сторителлинга, так и готовые истории.

ГЛАВА 2. УПРАЖНЕНИЯ

При использовании упражнений из этой главы на тренинге или для собственного развития важно учитывать, что придуманы и описаны они психологом. То есть я держу фокус не только на навыках, но и на психологическом состоянии и развитии рассказчика.

Упражнения я поделила на две категории:

1. Упражнения для обучения сторителлингу (от №1 до №11).

2. Упражнения для тренингов на основе сторителлинга (от №12 до №16).

Все упражнения авторские, прошу вас сообщать об этом перед проведением. Также вы можете использовать их, как идеи для своих тем и аудиторий.

Важно учитывать, что сторителлинг – очень затратная по времени техника. Для неподготовленного рассказчика нормальным является 3—6 минут на одну историю. Поэтому важно продумывать организацию, чаще всего это рассказывание в парах или малых подгруппах. Ну и, конечно, тренер должен сам рассказать историю для примера.

УПРАЖНЕНИЕ №1. «ХОРОШАЯ ИСТОРИЯ»

Цель: Исследовать компоненты и признаки «хорошей истории». Учиться отдельно оценивать и анализировать способ подачи и содержание истории.

Ход:

1. Предложить каждому участнику составить список тем историй, которые они готовы рассказать (5—6 минут)

– *История о том, как я...*

– *История о том, как мне...*

– *О том, что случилось...*

– *Случай, когда и т. д.*

Истории должны быть одного плана, то есть надо договориться:

– *Рассказываем истории только о себе;*

– *Рассказываем истории, свидетелем которых я был (а);*

– *Рассказываем истории о других людях;*

– *Рассказываем истории о событиях и т. д.*

2. Работа со списком: выбрать из него ту историю, которая кажется вам наиболее интересной и придумать ей название.

3. Все названия выписываются на доску.

4. Предложить участникам определиться, какую историю они бы хотели услышать. Делается это методом голосования – предложите каждому отдать 3 голоса за выбранные истории (кроме своей) и определите лидеров.

5. Рассказ 3—4 историй.

Шеринг:

– Какая из услышанных историй кажется вам наиболее интересной? Почему? Прошу оценивать именно историю, а не способ её подачи.

- Какие признаки хорошей истории вы бы определили?
- Какое универсальное послание вы слышали в каждой истории?

Зафиксируйте на доску признаки «хорошей истории». Если материала будет недостаточно, можно просмотреть видеозаписи историй, которые, на ваш взгляд, кажутся хорошими.

Пример:

1. «Хорошая история» структурирована. Имеет начало (завязку), основное повествование, кульминацию и чёткий конец.
2. Динамична.
3. Наполнена очень зримыми деталями.
4. Провоцирует эмоции.
5. Воспринимается «картинками» и т. д.

Следует учитывать, что чётких и единственно верных критериев быть не может.

УПРАЖНЕНИЕ №2. «ЧЁРНО-БЕЛАЯ ИСТОРИЯ»

Цель: Развивать умение находить позитивные и негативные истории на заданную тему, гибкость мировоззрения. Способствовать осознанию субъективности своей позиции.

Ход:

1. Разделиться на подгруппы.
2. В подгруппах рассказать истории на темы:
«Школьные годы прекрасные» – «Школьные годы ужасные»
«Спасибо за обслуживание» – «Дайте жалобную книгу!»
«Домашние любимцы» – «Козёл в огороде»
3. Участники делятся на (+) и (-) и рассказывают истории с противоположными позициями.

Шеринг:

- Какие истории вам вспомнились и почему?
- Как повлияла на вас история с противоположной позицией? Какие чувства она вызвала?
- Есть ли в вашей жизни темы, которые вы не готовы рассматривать с другой позиции? Как это отражается на вашей жизни?

УПРАЖНЕНИЕ №3. «ХАРАКТЕР И ХАРАКТЕРИСТИКА»

О чём бы мы не рассказывали – мы рассказываем о себе. Может быть, большинство «молчунов» стали именно таковыми, потому что боятся что-то сболтнуть о себе, и это им повредит? В этих опасениях есть рациональное зерно.

Для этого упражнения понадобятся три видеозаписи:

- Одна с любой историей от первого лица.
- Две с записью двух разных историй одного рассказчика.

Цель: Развивать умение слышать информацию о рассказчике – характеристику и характер. Способствовать осознанности в работе со своими историями.

Ход:

1. Просмотр видеоролика одной истории. Совместно определить, ориентируясь на содержание, детали, интонации, намёки:

Характеристика – то, что становится ясно слушателям о рассказчике: возраст, образование, профессия, интересы, семейное положение, особенности уклада жизни, планы и т. д. То есть под характеристикой будем понимать объективно существующие, упоминаемые в рассказе факты.

Характер – то, что транслирует рассказчик, явно не называя: темперамент, чувства, мировоззрения, конфликты, надежды, разочарования, ценности и т. д.

2. Вопросы:

- Какие чувства у вас вызывает рассказчик?
- Как связаны индивидуальные особенности рассказчика и содержание истории?
- Какая информация, на ваш взгляд, была лишняя и чего не хватало?

3. Участники делятся на две подгруппы и расходятся в разные помещения. Если такой возможности нет, то каждый слушает историю со своего смартфона в наушниках. В каждой подгруппе просматривается видеоролик с историей одного и того же рассказчика. После просмотра подгруппа составляет список «Характер и характеристика».

4. Сравнение списков двух подгрупп. После обсуждения участники узнают, что они анализировали одного и того же рассказчика.

Шеринг:

- Что вы поняли о себе как о рассказчике?
- Что вы хотите донести слушателям о себе и что предпочли бы скрыть?
- Какие способы для этого используются?

УПРАЖНЕНИЕ №4. «ВСТРЕЧИ»

Цель: Формировать умение спонтанно находить истории из собственного опыта. Пре-вращать события в истории.

Количество участников – не менее 10 человек.

Ход:

1. Участникам предлагается запланировать встречи друг с другом. Для этого каждый из участников пишет в столбик номера встреч от 1 до 5, и в свободном порядке они договариваются между собой. (Предположим, Галина и Михаил планируют встречу под №3. В этом случае Михаил пишет под этим номером Галину и наоборот).

2. Тренер объявляет номер встречи и её тему. Люди садятся в пары. На каждую встречу даётся по 5—6 мин. За это время рассказать должны оба в паре. После объявления темы нужно дать 20—30 секунд тишины для того, чтобы участники поняли, о чём они хотят рассказать.

3. Темы встреч:

- *История моего имени или почему меня так назвали;*
- *История о том, как мне повезло;*
- *История о том, как меня обманули;*
- *История про знакомство, которое мне запомнилось;*
- *История про покупку.*

4. Участники возвращаются в общий круг.

Шеринг:

– Удалось ли выполнить этот задание? Как вы оцениваете своё умение спонтанно рассказывать истории на заданные темы?

- Какой рассказ вам запомнился лучше всего и вызвал эмоциональный отклик? Почему?
- На какую тему вам было легче говорить? На какую труднее?
- Какие чувства вызвало это упражнение?

УПРАЖНЕНИЕ №5. «КОМИКСЫ»

Цель: Развивать умение делать свою историю «видимой» за счет выстроенных последовательно сцен и деталей – провоцировать «внутреннее кино» у слушателей. Учиться исключать из своей истории абстрактные суждения, сложные описания, лишние детали.

Ход:

1. Участники работают в парах.

2. Предлагаем выбрать для упражнения историю, с которой хочется поработать.

3. Один из пары рассказывает свою историю, второй зарисовывает сцены схематически, в виде комиксов. Для этого лучше разделить лист бумаги на 6—8 секторов. Возможно сделать по-другому: сначала прослушать, потом зарисовать.

4. Обсудить получившийся рисунок – какие сцены, что слушатель не увидел, какие детали оказались важными, в чём был недостаток и т. д.

5. Поменяться ролями в парах и таким же образом обсудить вторую историю.

Шеринг:

- Что вы считаете результатом вашей совместной работы?
- Какие сильные стороны отметил слушатель в вашей истории?
- В чём недостатки?
- Хотите ли вы улучшить историю и каким образом?

УПРАЖНЕНИЕ №6. «ИСТОРИЯ ПОД ЗАДАЧУ»

Цель: Развивать умение находить в своём опыте и рассказывать истории под определенные задачи.

Ход:

1. Разделиться на пары или подгруппы по 2—3 человека.
2. Дать возможность участникам познакомиться с кейсами (5—7 минут).
3. В парах (подгруппах) рассказывать истории по выбранным кейсам. Длительность каждой истории должна быть не более 4—5 минут.

Варианты кейсов для студенческой группы.

Твоя младшая сестра (подруга) готовится поступать в институт. Она очень волнуется, усиленно готовится к экзаменам, не позволяя себе расслабиться, твердит только об этом поступлении. Из разговора ты понимаешь, что для неё не поступить – вопрос жизни и смерти. Никаких других вариантов она не признаёт.

Цель: Расскажи свою историю, которая поможет хоть немного успокоить подругу.

У тебя есть ценность, которая непонятна твоим родителям. Это может быть увлечение, общение, образ жизни (например, отдельный сбор мусора, ЗОЖ, творчество, реконструкции и т.д.). Они не запрещают, но и не поддерживают.

Цель: Расскажи историю, чтобы сделать эту ценность более понятной для родителей.

Ты застрял (а) в лифте вместе с девочкой 10—11 лет. Оператор сказал, что мастер подойдёт в течении получаса. Но девочка очень взволнована, она плачет и, если ничего не предпринять, то скоро может случиться истерика.

Цель: Расскажите ребёнку историю, которая отвлечёт и развеселит девочку.

У тебя есть свой проект, на который нужны деньги. Нашёлся человек, готовый вложить деньги в проект, но его смущает твоя молодость. Вы встретились, поговорили о проекте. И самое время рассказать о себе какую-то историю, которая будет свидетельством того, что ты ответственный и надёжный человек.

Цель: Расскажи историю, чтобы убедить человека, который тебя впервые видит, в твоей ответственности и надёжности.

У тебя есть приятель (подруга), с которым вы не виделись несколько месяцев. Вы встретились в кафе, вам есть что друг другу рассказать. Но говорит только он, тебе надо срочно переключить внимание на себя.

Цель: Расскажи приятелю историю, которая произошла с тобой в последние несколько месяцев, чтобы заинтересовать его.

Шеринг:

- Удалось ли найти подходящую историю?

- Почему была выбрана именно она?
- Где в жизни у вас есть необходимость рассказать именно эти истории?

УПРАЖНЕНИЕ №7. «ВНАЧАЛЕ – ИДЕЯ, ПОТОМ – ИСТОРИЯ»

Цель: Учить определять основную идею в истории и рассказывать истории с определенными идеями.

Ход:

1. Предложить участникам сформулировать идеи, которые важны в их работе (учёбе, личной жизни, отношениях ...)

2. Записать все идеи на доску.

К примеру:

– *Всех денег не заработаешь.*

– *Ошибки – это возможность получить урок.*

– *Первое впечатление обманчиво или «не судите книгу по обложке».*

– *Всё, что не убивает, делает нас сильнее.*

– *Путь к Своему Делу может быть извилист.*

3. Дать возможность участникам подготовиться – вспомнить истории, которые могут быть иллюстрацией этих идей.

4. Рассказывание историй в подгруппах или перед всеми. Условие – идею озвучивать нельзя, слушатели должны понять её из истории.

Шеринг:

– Удалось ли соединить истории и идеи, что вам помогло?

– Какая из услышанных историй, на ваш взгляд, больше всего «соединилась» с идеей.

УПРАЖНЕНИЕ №8. «ПОСТЫ КАК ВИД СТОРИТЕЛЛИНГА»

Цель: Исследовать признаки и составляющие эффективных постов с использованием историй.

Ход: Для этого упражнения всем участникам понадобятся смартфоны и возможность выйти в любую соцсеть.

1. Предложите участникам в течении нескольких минут (8—10) найти посты, в которых используются истории или их часть. Как вариант: заранее выберете 8—10 подобных постов и дайте возможность с ними познакомиться.

2. Задания для подгрупп – выписать признаки и составляющие удачного использования сторителлинга. Например: написано от первого лица, яркое, «цепляющее» начало.

3. Участники из разных подгрупп называют по одному пункту и так по кругу. Тренер делает список «Удачные приёмы». Если какой-то признак уже назван, его не повторять.

Шеринг:

– Какие из перечисленных признаков присутствуют в ваших постах?

– Что из написанного на доске кажется вам важным для использования?

УПРАЖНЕНИЕ №9. «СИЛЬНОЕ НАЧАЛО»

Для этого упражнения понадобятся видеозаписи рассказанных историй. Копилку этих видео можно составить, найдя подходящие истории в интернете, важно, чтобы их длительность была не более 8—10 минут. Либо это могут быть видеозаписи историй участников, записанные заранее.

Цель: Исследовать приемы «захвата внимания» и формирование интереса у слушателей в начале истории.

Ход:

1. Просмотреть 5—7 роликов на протяжении 1—1.5 минуты каждый.

2. Предложить участникам проголосовать за тот ролик, который хочется досмотреть до конца и аргументировать почему. Все аргументы выписываются в список.

3. Совместно придумать альтернативные начала для историй – аутсайдеров.

4. Просмотреть до конца ролики историй – лидеров голосования.

Шеринг:

- Какие выводы для себя, как рассказчика, вы сделали по этому упражнению?
- Какие способы начать историю нравятся вам больше всего и почему?

УПРАЖНЕНИЕ №10. «ДЕТАЛИ В ИСТОРИИ»

Цель: Учиться передавать атмосферу места и времени при помощи деталей.

Ход:

1. Предложить участникам вспомнить историю из далёкого прошлого, лучше из детства. История может быть подготовлена заранее.

2. Разделиться на пары. В каждой паре один участник рассказывает свою историю, другой фиксирует наиболее выразительные детали МЕСТА и ВРЕМЕНИ этой истории. После этого участники меняются.

3. Обратная связь в парах: перечислить друг другу детали, которые вы выписали, и оценить их с точки зрения уместности и эффективности в передаче атмосферы.

4. Все детали выписываются участниками на отдельные стикеры.

5. Совместно с участниками тренер систематизирует детали. Например: одежда, быт, природа, архитектура и строения, поведение и т. д.

Шеринг:

- Как вы оцениваете результаты упражнения для себя?
- Какие детали места и времени для вас являются наиболее выразительными и передающими атмосферу?

УПРАЖНЕНИЕ №11. «ЗОНА ОТКРЫТОСТИ» И «ЗОНА ИНТИМНОСТИ»

Цель: Исследовать возможные и недопустимые темы для сторителлинга.

Ход:

1. Дать пояснение, что в ходе упражнения под «Зоной Открытости» мы будем понимать те сферы жизни и те темы, о которых каждый из вас готов говорить. А под «Зоной Интимности» – то, о чём не хочется рассказывать. Например: профессиональные достижения – отношения с коллегами.

2. Участники индивидуально выписывают в два столбика темы и сферы жизни.

3. Предложите в парах обсудить и дать пояснения, если участники посчитают нужным.

4. Выписать на доску причины, по которым мы не рассказываем о каких-то темах или сферах жизни. Например:

- Это может задеть чувства человека, который фигурирует в моей истории.
- С этой темой связаны слишком сильные переживания.
- Моя работа предполагает конфиденциальность и т. д.

5. Выписать на доску темы, о которых готовы рассказывать.

Шеринг:

- За счёт каких тем можно расширить вашу «Зону Открытости»?
- Какие темы из «Зоны Интимности» могут перейти в другую категорию и при каких условиях?

УПРАЖНЕНИЕ №12. «СОБЕСЕДОВАНИЕ»

Цель:

Формировать умение рассказывать о своих сильных сторонах и навыках через сторителлинг. Способствовать развитию позитивной самооценки. Развивать навык быть убедительным и искренним.

Ход:

1. Предложите участникам сделать список своих сильных сторон личности, которые проявляются в работе и своих профессиональных навыков.

Например:

Дисциплинированный, ответственный, креативный (черты характера).

Могу вдохновлять людей, быстро мобилизуюсь, хорошо работаю с документами (навык).

2. Инструкция:

Представьте, что вы проходите собеседование. И его принимает комиссия. Вас просят рассказать об одном вашем качестве или навыке реальную историю.

Сейчас у вас будет 5 минут, чтобы вспомнить истории своей жизни, где проявлялись ваши сильные стороны. Это должна быть история, связанная с работой. И вам нужно не просто рассказать, а убедить комиссию, что эти качества (навыки) вам действительно присущи.

3. Участники по очереди занимают место соискателя. Называют свою сильную сторону и рассказывают историю.

4. Предложите всем участникам высказаться: Кто вас убедил и благодаря чему?

Шеринг:

- Как вы себя чувствовали в роли рассказчика?
- Удалось ли вам рассказать то, что вы хотели?
- Что у вас получается хорошо и чему надо учиться?

УПРАЖНЕНИЕ №13. «СЕМЕЙНЫЙ АЛЬБОМ»

Цель: Способствовать формированию традиции фиксировать истории своей семьи. Развивать интерес к событиям, которые стали основной семейных ценностей и ритуалов.

Ход:

1. Заранее предложите участникам сделать подборку семейных фотографий (в смартфоне или принести бумажные). Темы фото:

- *Мои корни (предки).*
- *Как всё начиналось (рождение семьи).*
- *Ценные моменты (2—3 примера ценностей: дети, животные, путешествия, события ...).*
- *Испытания (несчастья, трудности, с которыми удалось справиться).*
- *Достижения (всё, где прилагались усилия – постройка дома, покупка какой-то вещи, учёба детей, юбилей семьи ...).*

2. Инструкция:

Сейчас вы расскажете истории своей семьи и послушаете чужие. Для этого вы будете использовать фотографии. Постарайтесь, чтобы звучали именно истории, а не описания и сообщения факта. Вы можете рассказать об этапе жизни и конкретном дне, когда была сделана эта фотография.

3. Форма организации – «Карусель». То есть участники садятся в два круга, внутренний и внешний, и по сигналу тренера пересаживаются к другому партнеру. На каждую историю 2—3 минуты, то есть смена пар каждые 5—6 минут.

Шеринг:

- Какие чувства вызвало упражнение и почему?
- Какая тема вас затронула эмоционально и почему?
- Что из услышанного произвело на вас самое большое впечатление?
- Где и как вы можете использовать этот опыт?

УПРАЖНЕНИЕ №14. «ОПЫТ КАК РЕСУРС»

Цель: Исследовать возможности прошлого опыта по реализации профессиональных проектов, использовать их как эмоциональный и рациональный ресурс.

Ход:

1. Инструкция:

У каждого из нас есть реализованные в прошлом проекты. Они могут быть глобальными или очень скромными. Вспомните и напишите на листе крупно название успешно реализованного проекта. Если вам не приходят на ум коммерческие проекты, возьмите для примера из других сфер жизни. Так, у кого-то может быть «Организация Фестиваля тренингов», а у кого-то «Юбилейный праздник для мамы».

2. Предложите участникам разделиться на пары. Переходов и смены партнеров будет 4, так что надо придумать любую форму удобную для вашей группы – «карусель», «ежедневник» или просто спонтанное разделение.

3. В парах участники показывают название своего проекта и рассказывают одну из историй:

- *История начала или «как мне пришла идея».*
- *История о помощниках.*
- *История о «что-то пошло не так» и чем все закончилось.*
- *История «звездный час» – о том, ради чего вы это делали.*

На рассказывание каждой истории 2—3 минуты, то есть 5—6 минут на пару.

Шеринг:

- Как вы себя чувствовали во время этого упражнения и с чем это связано?
- Что вы поняли о себе, как об организаторе и исполнителе проекта?

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.