

А. Н. Назайкин



# СТОРИТЕЛЛИНГ в современном копирайтинге



Александр Назайкин

**Сторителлинг в современном  
копирайтинге. Как использовать  
и создавать истории для  
современных текстов СМИ,  
социальных сетей, рекламы,  
PR, литературы и кино**

«Автор»

2022

## **Назайкин А. Н.**

Сторителлинг в современном копирайтинге. Как использовать и создавать истории для современных текстов СМИ, социальных сетей, рекламы, PR, литературы и кино / А. Н. Назайкин — «Автор», 2022

Сегодня мир общения стал очень сложным. Непросто пробиться сквозь колоссальный информационный шум к своей аудитории, и очень сложно добиться ее интереса, расположения. Современной коммуникации, эффективному воздействию на слушателей, зрителей, читателей, пользователей помогает сторителлинг. Эта коммуникационная технология все больше развивается и применяется в 21 веке. Ей и посвящена данная книга. Она будет полезна как копирайтерам-практикам, так и студентам и преподавателям ВУЗов, в которых изучается современная коммуникация.

© Назайкин А. Н., 2022

© Автор, 2022

## Содержание

От автора	6
Часть 1. Сторителлинг сегодня	7
Глава 1. Сторителлинг	7
Как «работает» сторителлинг	10
Сопротивление сторителлингу	12
Правила сторителлинга	12
Архив историй	14
Практика сторителлинга	16
Всегда ли уместен сторителлинг?	16
Конец ознакомительного фрагмента.	18

**А. Н. Назайкин**

**Сторителлинг в современном копирайтинге**  
*Как использовать и создавать истории для современных текстов СМИ, социальных сетей, рекламы, PR, литературы и кино*

Александр Назайкин – доктор филологических наук, профессор факультета журналистики МГУ им. Ломоносова. Окончил факультет журналистики МГУ им. Ломоносова. Учился также в Болгарии, Венгрии, Польше и США.

Более 25 лет занимается теорией и практикой копирайтинга и сторителлинга.

Как журналист работал в «Комсомольской правде», публиковался в «Литературной газете», «Известиях», журнале «Журналист» и т. д. Неоднократно отмечен профессиональным сообществом за лучшие публикации.

Как рекламный копирайтер является финалистом конкурса «EPICA» и победителем конкурса «Golden Drum».

Как научный и деловой копирайтер является автором двух диссертаций, десятков статей и книг на темы рекламы и PR, победителем конкурса научных работ МГУ им. М.В.Ломоносова и конкурса «Деловая книга».

Как писатель, выступающий под псевдонимом Александр Ермак, является автором художественных произведений, отмеченных критиками и жюри литературных конкурсов, переведенными на английский и китайский языки.

\* \* \*

## От автора

Конкуренция на рынке современной коммуникации постоянно растет. С экранов телевизоров, электронных гаджетов, из динамиков радио и со страниц газет, журналов, книг на аудиторию обрушивается колоссальный поток текстов. Читаются же из них только те, которые могут увлечь. Прежде всего, это новостные тексты, а также те, в основе которых лежит интересная история. Последнюю создать и применить весьма не просто. Поэтому и существует такой особый вид коммуникационной технологии – сторителлинг. Овладеть им не просто, но вполне возможно. Сегодня этой технологией пользуются тысячи специалистов-копирайтеров в литературе, журналистике, бизнесе, рекламе PR, в интернет-коммуникациях. Их опыт обобщен в данной книге и может послужить и тем, кто еще только осваивает сторителлинг, и тем, кто совершенствуется в его практике.

Книга состоит из трех частей. В первой главе первой части рассматривается, что же такое современный сторителлинг, как он «работает», на основе каких правил, и всегда ли он нужен. Вторая глава посвящена типам сторителлинга, их описанию и условиям применения. Третья глава представляет использование сторителлинга в различных сферах современной жизни.

Вторая часть книги посвящена истории в сторителлинге. В первой главе рассматривается, какими бывают истории. Во второй рассказывается о процессе создания истории. Третья посвящена правилам и приемам, используемым при создании истории. В четвертой главе представлены типичные ошибки, которые совершают копирайтеры при создании истории.

В конце книги приведен список литературы, фильмов и интернет-источников, которые могут оказаться полезными при изучении сторителлинга.

*Автор хотел бы выразить особую благодарность за помощь в работе над этой книгой: доктору филол. наук, профессору, декану факультета журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова Елене Леонидовне Вартановой, доктору филол. наук, профессору факультета журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова Валерию Людвиговичу Иваницкому, редактору и переводчику, кандидату филол. наук Светлане Митковой Кировой.*

## Часть 1. Сторителлинг сегодня

### Глава 1. Сторителлинг

*«Тот, кто рассказывает истории, правит миром»  
Индийская поговорка*

*«Мы забываем лекции, но мы помним истории»  
Неизвестный автор*

Слово и понятие сторителлинг вошла в обиход совсем недавно. Если просто перевести английское *storytelling* (*story + telling*), то получается «рассказывание историй». Современные же ученые пытаются более глубоко раскрыть суть самого явления. Так, одни считают, что сторителлинг – это не просто «рассказывание историй», а ««рассказывание истории» с целью максимального вовлечения аудитории в процесс прочтения текста»<sup>1</sup>. Другие определяют сторителлинг как «метод последовательного изложения истории, создающий в итоге эффект вовлеченности, сиюминутности и причастности к описываемому событию у читателя/зрителя. С этой позиции к сторителлингу относится все, что обладает сюжетом (истории из жизни, интересные случаи, сказки и т. д.). Кроме того, этим термином можно обозначить неформальный способ передачи опыта, знания, инсайдерской информации»... Главным принципом сторителлинга является уход от информирования к увлекательному повествованию, рассказу.»<sup>2</sup>

Сторителлинг считают и особым генеральным жанром или стилем «письма», называемого западными исследователями «*features writing*». «В отличие от стиля или жанра «перевернутая пирамида», называемого «*news writing*», он необходим не для приведения фактов, а для раскрытия драматических событий общественной жизни...»<sup>3</sup>. Также сторителлинг определяют и как особый формат коммуникации, и как «естественный и гибкий способ взаимодействия с аудиторией», предусматривающий «познавательный акт с эффектами вовлечения и развлечения»...»<sup>4</sup>

Считают сторителлинг и абсолютным синонимом термина «нарратив» («нарратив – это семиотическая интерпретация расставленных в причинно-временной последовательности реальных или выдуманных происшествий с участием разумных и чувствующих субъектов, смысл действий которых определяется его целостной конфигурацией и единым значением. Истории порождают более яркие и устойчивые представления в памяти, чем абстрактные отчеты вроде риторических или объяснительных текстов, поскольку соответствуют человеческой склонности организовывать информацию в нарративной форме...»<sup>5</sup> Еще говорят, что «сторителлинг – это действительно технология, т. е. совокупность принципов, инструментов, методов и операций. И она заключается именно в акте наррации – передачи информации через рассказывание истории и превращения этой истории в нарратив.»<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> Болдина К. Мультимедийный сторителлинг в современной российской журналистике. URL: <https://scipress.ru/philology/articles/multimedijnyj-storitelling-v-sovremennoj-rossijskoj-zhurnalistike.html>

<sup>2</sup> Анюхина, А. М. Феномен мультимедийного лонгрида и digital storytelling в сетевых медиа // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 2 (24). – С. 146–150.

<sup>3</sup> Болдина К. Мультимедийный сторителлинг в современной российской журналистике. URL: <https://scipress.ru/philology/articles/multimedijnyj-storitelling-v-sovremennoj-rossijskoj-zhurnalistike.html>

<sup>4</sup> Там же

<sup>5</sup> Там же

<sup>6</sup> Сторителлинг. URL: <https://novruslit.ru/%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB>

Важным в сторителлинге является наличие истории на актуальную тему, истории, которая интерпретируется через призму авторского восприятия. Одни исследователи трактуют «историю», как «последовательность событий, связанных хронологией»<sup>7</sup>. Другие отмечают, что «истории в чистом виде, самые простые и часто самые захватывающие, отвечают на вопрос «А что дальше?» Это те истории, которые нам больше всего нравятся в детстве.»<sup>8</sup> Обобщая, можно сказать, что **история – это эффективная упаковка информации двойного назначения: с одной стороны, благодаря ей аудитория перенимает определенный опыт, а, с другой, рассказчик по ходу своего повествования переосмысливает сказанное и открывает новые перспективы.**

Одно из всеобъемлющих определений создания историй – следующее: «сторителлинг – это технология, набор приемов и методов, вовлекающих потребителя в повествовательный акт, провоцирующих его на активную эмпатию, сопереживание описываемым драматическим событиям.»<sup>9</sup> Можно сказать и так: **сторителлинг – это технология увлекательной эмоциональной передачи рациональной информации с определенной целью .**

Истоки современного сторителлинга лежат в сказительстве – древнем мастерстве сказа: устном исполнении былин, преданий, сказаний, сказок. В основе сказаний были реальные факты, которые обрастали вымышленными или додуманскими деталями и превращались в мифы. Рассказывающий истории являлся авторитетным носителем информации. Сами истории носили и носят метафористичный характер. В них используются факты на основе сходства и аналогии. Истории содержат простые и понятные намеки.

Сторителлинг впитал в себя многое из психологии влияния, которая учит способам эмоционального воздействия на аудиторию. Логика позволяет структурировать историю, эффективно аргументировать ее. Знания из лингвистики помогают правильно подавать информацию стилистически и композиционно. Литературные приемы подчеркивают важные концепции в тексте, усиливают эмоциональное воздействие на слушателей/читателей/зрителей/пользователей.

О силе историй свидетельствует знаменитая «1000 и одна ночь»:

«Шахерезада – старшая дочь царского визиря, девушка редкой красоты и недюжинного ума, вызвавшаяся освободить народ от последствий неудачного брака царя Шахрияра. Тот, пережив измену жены, уверился в порочности женщин. Однако, поскольку обойтись без них было сложно, то Шахрияр каждую ночь овладевал невинной девушкой, а наутро ее убивал.

Напросившись в царскую опочивальню в качестве очередной жены-жертвы, Шахерезада рассказывала царю сказки до восхода солнца, который, конечно, всегда наступал на самом интересном месте повествования.

Любопытный царь, желая услышать окончание сказки, всякий раз давал Шахерезаде отсрочку до следующей ночи. Умная девушка тянула время до тех пор, пока к царю не вернулся здравый смысл и он не отказался от массового истребления женщин».

Так, благодаря историям, сторителлингу Шахерезада сохранила жизнь себе и многим другим девушкам.

Другая история:

«В 388 г. до н. э. Платон убедил отцов города выслать из Афин всех поэтов и рассказчиков. Он утверждал, что они представляют собой угрозу обществу. Писатели высказывают идеи, но делают это не в открытой и рациональной манере, присущей философам. Они прячут их внутри чарующей эмоциональности искусства. Тем не менее, прочувствованная идея, как

---

%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B3/

<sup>7</sup> Там же

<sup>8</sup> Там же

<sup>9</sup> Там же

утверждал Платон, остается идеей. Любая захватывающая история передает нам заряженную идею и заставляет в нее поверить. На самом деле убеждающая сила истории настолько велика, что мы можем поверить в происходящее, даже если сочтем его отталкивающим с точки зрения морали. Платон настаивал на том, что рассказчики – опасные люди. И был прав»<sup>10</sup>.

Человек нуждается в историях. Они являются неотъемлемым элементом нашей жизни, помогая нам осмысливать и передавать опыт, социальные ценности, элементы культурной идентификации. Как пишет известный специалист по коммуникациям Нэнси Дуарте:

«Истории представляют собой самый мощный инструмент передачи информации, более надежный, чем любая другая форма искусства.

Люди любят истории, потому что жизнь полна приключений, и мы инстинктивно предрасположены извлекать уроки, наблюдая за переменами, происходящими с другими людьми. Жизнь сложна и многолика, а потому мы сочувствуем персонажам, которые преодолевают на своем жизненном пути проблемы, похожие на те, что встают перед нами. Когда мы слушаем какую-то историю, химические процессы в нашем теле проходят по-другому и наш мозг фокусируется на этом. Мы замираем, когда герой сталкивается с ситуацией, полной рисков, и приободряемся, когда ему удается избежать опасностей и получить награду...

Информация статична, истории – динамичны. Они помогают аудитории наглядно представить себе то, что вы делаете, или то, во что вы верите. Расскажите историю, и люди окажутся сопричастны вам и восприимчивыми к идеям, которые вы стремитесь им передать. Истории объединяют сердца людей. Они переплетают воедино ценности, нормы и убеждения. А когда такое происходит, ваша идея предстает в умах слушателей как очевидная реальность»<sup>11</sup>.

Если изначально сторителлинг был одним из видов литературного творчества, то сегодня он и ремесло, и наука, и искусство. В наши дни сторителлинг используется на эстраде, в кино, маркетинге, менеджменте, продажах, рекламе, PR, преподавании, тренинге, адвокатском деле, политике, психотерапии и т. д. Многие люди используют сторителлинг в обычной жизни просто для того, чтобы поддерживать эффективную коммуникацию с окружающими – быть приятными собеседниками, нравиться людям, находящимся рядом.

Главное отличие сторителлинга от обычного сказительства заключается в том, что его применяют не просто так – не развлечения ради, а для того чтобы достичь определенной цели: обучить, воодушевить, повлиять и т. д. Так, бабушка рассказывает внуку поучительную сказку, чтобы тот знал, как себя вести в той или иной ситуации. Менеджер делится с клиентом историей, которая развеет все опасения, связанные с качеством продукта. Врач рассказывает больному о человеке, имевшем такой же диагноз и выздоровевшем. И т. д.

История может быть и просто хорошим примером, иллюстрацией к какой-либо ситуации, и основной мощной идеей информационного послания.

Отцом «сторителлинга» в современном понимании считается глава международной компании *Armstrong International* Дэвид Армстронг. Он разработал неформальный метод обучения персонала на основе подробных рассказов о прошлых действиях руководства, сотрудников, а также о каких-то событиях, которыми обычно делятся в организации неофициально. Свою концепцию Дэвид Армстронг изложил в книге «*Managing by Storying Around*».

Сторителлинг быстро и прочно вошел в самые различные сферы нашей современной жизни. В США существует официальная профессия сторителлера. Ремеслу сторителлера можно выучиться на различных курсах. Для развития сторителлинга создаются ассоциации специалистов.

Сегодня сторителлинг существует не только в устной форме. Убедительные истории используют в самых различных вербальных текстах: литературных, публицистических,

---

<sup>10</sup> Макки Р. История на миллион долларов. – М., 2015. – С. 140.

<sup>11</sup> Дуарте Н. Resonate. – М., 2012. – С. 16.

рекламных. Также сторителлинг завоевывает и визуальные формы: современные истории нередко представлены в виде фотографий, рисунков, видео, анимации. В новых технологических условиях он становится мультимедийным.

## Как «работает» сторителлинг

Чтобы понять, почему именно сегодня сторителлинг получил такое широкое развитие, нужно просто оглядеться, и все станет ясно. В век информации мы перегружены различными данными, фактами, аргументами. Тот, кто обращается к нам, высыпает на нас горы новых цифр и доводов. Человеку не просто перерабатывать такие объемы сложной, обращенной к разуму информации. При этом у нас по-прежнему остается эмоциональная потребность в переживании (или даже «проживании») жизни похожих людей. Обычно эту потребность удовлетворяют художественные книги, театральные постановки, кинофильмы, но у многих ныне попросту нет времени на подобные «развлечения». А потребность следить за поражениями и победами главного героя художественного произведения как была, так и есть. Человек знает, что чужие истории помогают решать собственные проблемы, находить выход из аналогичных ситуаций.

Получая информацию через истории, человек не сопротивляется, а наоборот – расположен к тому, чтобы впитывать новые знания. Любовь к интересным и полезным бабушкиным сказкам сохраняется на всю жизнь.

Человек сам решает, какие выводы он будет делать из истории. Он воспринимает факты без давления и поэтому в большей степени предрасположен мыслить в русле рассказчика.

Важно еще и то, что, слушая интересные рассказы, аудитория получает удовольствие от акта творчества. Ведь человек ставит себя на место героя, рисует в своем воображении происходящее, место действия.

Истории обычно очень образны и поэтому относительно легко воспринимаются. Они «помогают аудитории визуализировать то, что вы делаете или во что вы верите; они делают сердца людей более мягкими. Пересказывая свой опыт в виде истории, вы делитесь им с аудиторией. Таким образом, этот опыт становится вашим общим, а ваша связь – глубинной»<sup>12</sup>.

Голые факты часто скучны и проигрывают интересной, увлекательной, убедительной истории.

По этому поводу есть хорошая еврейская нравоучительная история XI века:

«Голую Правду не пускали на ночлег ни в один деревенский дом. Нагота отпугивала людей. Притча нашла Правду дрожащей от холода и умирающей с голоду. Притча сжалилась над Правдой, привела ее к себе в дом, согрела, одела в историю и отправила дальше. Облаченная в пристойную историю, Правда снова принялась стучать в дома жителей деревни, и теперь ее охотно пускали, усаживали у очага и вкусно кормили»<sup>13</sup>.

Как говорят специалисты по деловому сторителлингу: “Content tells, story sells” (“Контент информирует, история продает”). Истории лучше запоминаются, на них больше обращают внимание и им придают больше значения. Они повышают доверие к рассказчику, которое во многих ситуациях просто необходимо (например, в партнерских отношениях или при продаже). Специалист по сторителлингу Аннет Симмонс подчеркивает:

«Прежде чем пытаться влиять на людей, вы должны установить с ними связь.

Сторителлинг как раз и делает это. Обширные и прочные связи обеспечивают более широкое и свободное общение. Влияние значительно облегчается, когда эти каналы открыты. Рассказанная история объединяет, так как касается дуализма добра и зла, присущих каждому человеку. Все знают, кто такой школьный хулиган, что такое любовная неудача; у каждого был

---

<sup>12</sup> Там же. – С. 107.

<sup>13</sup> Симмонс А. Сторителлинг. – М., 2013. – С. 40.

любимый четвероногий питомец, плохой шеф или по-настоящему надежный друг. Расскажите историю о любом из этих переживаний, и слушатели разделят ваши общечеловеческие – близкие и им – чувства, а значит, будет установлена необходимая связь»<sup>14</sup>.

Истории объединяют, убеждают, вовлекают, мотивируют и воодушевляют.

История, вдохновившая летчика Мересьева:

«...Это была статейка о русских летчиках времен Первой мировой войны. Со страницы журнала глядело на Алексея незнакомое лицо молодого офицера с маленькими усиками, закрученными "шильцем", с белой кокардой на пилотке, надвинутой на самое ухо. – Читай, читай, прямо для тебя, – настаивал Комиссар. Мересьев прочел. Повествовалось в статье о русском военном летчике, поручике Валерьяне Аркадьевиче Карповиче. Летая над вражескими позициями, поручик Карпович был ранен в ногу немецкой разрывной пулей "дум-дум". С раздробленной ногой он сумел на своем "фармане" перетянуть через линию фронта и сесть у своих. Ступню ему отняли, но молодой офицер не пожелал увольняться из армии. Он изобрел протез собственной конструкции. Он долго и упорно занимался гимнастикой, тренировался и благодаря этому к концу войны вернулся в армию. Он служил инспектором в школе военных пилотов и даже, как говорилось в заметке, "порой рисковал подниматься в воздух на своем аэроплане". Он был награжден офицерским "Георгием" и успешно служил в русской военной авиации, пока не погиб в результате катастрофы...»<sup>15</sup>

Многих людей вдохновила история Фроси Бурлаковой из фильма «Приходите завтра» (простой провинциальной девушке удалось добиться успеха в столице, хотя все обстоятельства были против нее). По ее примеру юноши и девушки предпринимали настойчивые попытки добиться своей цели.

В целом истории влияют на поведение людей сильнее, чем просто подборка фактов и аргументов. «Факты не способны ни на кого и ни на что повлиять, если ни для кого не имеют ни значения, ни смысла. История формирует контекст, и этот контекст образует в сознании людей новые разъемы, к которым подключаются факты»<sup>16</sup>.

Сторителлинг позволяет уйти от формализма. Хорошая история устанавливает доверительные отношения между людьми и помогает обучать без давления, притеснения, без использования жестких инструкций.

Стоит отметить и то, что бывают ситуации, когда невозможно привести факты, огласить имена, фамилии, назвать вещи своими именами. История позволяет рассказать о событии или проблеме, не нарушая конфиденциальности и не обижая кого-либо, называя его имя. Нужная информация в истории доносится как мораль в басне, через обращение к типичному представителю аудитории. Вот как об этом говорит Аннет Симмонс:

«Бывают ситуации, когда вам необходимо что-то сообщить, но вы опасаетесь, что прямое обращение может оказаться неуместным и потом придется просить прощения за невпопад сказанные слова. Еще бывает, что вы располагаете информацией, которой нужно поделиться, но вы не можете этого сделать, потому что сведения конфиденциальны. История позволит вам остаться в "серой зоне", то есть высказать все, что вы хотите, не говоря об этом прямо. В наши дни отношения между сотрудниками компаний все реже строятся по принципу "черное и белое" – трудовая этика приобретает все оттенки серого. Совесть менеджера часто испыты-

---

<sup>14</sup> Там же. – С. 125.

<sup>15</sup> Полевой Б. Повесть о настоящем человеке. URL: <http://www.litra.ru/fullwork/get/woid/00511071255944590625/page/8/>

<sup>16</sup> Симмонс А. Сторителлинг. – М: МИФ, 2013. – С. 61

тывает затруднения, пытаясь одновременно справиться со своими обязанностями и сохранить лояльность к компании или руководителю»<sup>17</sup>.

Истории позволяют мягко высказать и свое мнение, и свои пожелания, и рекомендации.

Существенно и то, что историями легко делиться. Люди любят не только слушать, но и сами рассказывать. Ведь выступая в роли рассказчика, они получают иной, более высокий статус обладателя ценной информации.

## Сопротивление сторителлингу

Всегда ли мы можем рассчитывать на нужный результат после рассказа хорошей истории. Нет, потому как нужно понимать: аудитория неоднородна. Люди по-разному воспринимают одну и ту же информацию. Как замечает Аннет Симмонс:

«Люди слушают чужие истории только для того, чтобы получить подтверждение собственных историй. (Есть старая шутка: он так умен, что согласился со всем, что я ему сказал.) Обучение же происходит только в том случае, когда мы переосмысливаем или переписываем свои собственные истории либо добавляем к ним новые»<sup>18</sup>.

Не все хотят получать подтверждение собственных историй. Не все хотят собственные истории переосмысливать и переписывать. Есть люди, которые не хотят учиться, которые застыли в своей ситуации и не хотят прилагать каких-либо усилий, чтобы выбраться из нее. Специалисты выделяют шесть типов реакций<sup>19</sup>, с которыми приходится сталкиваться при общении с теми, кто с самого начала сопротивляется нашим историям: *цинизм, обида, зависть, безнадежность, апатия или жадность*. В перерыве встречи со сторителлером, по ее окончании или прямо по ходу встречи, а также после прочтения истории кто-то может запросто рассказать коллегам или самому себе свою «антиисторию», являющейся полной противоположностью «правильной» истории. Если у кого-то есть такая реакция, то человека одной историей не «прошибешь» – с ним нужно работать дополнительно с помощью и других инструментов убеждения.

Аннет Симмонс приводит пример негативной реакции на историю и соответствующих действий сторителлера:

«Деспотичная дама-менеджер, прибегающая к манипуляциям, практически всегда отыщет в моей истории о влиянии какую-нибудь деталь и сделает из нее вывод, уничтожающий самую суть. В принципе я могу проделать то же самое и с ее историей. Это нетрудно. Изъян можно найти везде. Но если я начну потрошить ее историю так же, как она потрошит мою, мы скоро окажемся в тупике. В такой ситуации мне гораздо легче заставить ее саму рассказать историю успешного влияния, и, начав рассказ, она вдруг, к своему удивлению, понимает, что описывает ситуацию, подозрительно похожую. Мое молчание помогает ей осознать необходимость встать на иную точку зрения, помогает сделать это без моего вмешательства, без ненужных споров и без потери лица»<sup>20</sup>.

## Правила сторителлинга

Чтобы история оказала необходимое влияние на аудиторию, рассказчик должен соблюсти несколько правил. Рассказчику должны верить. Ему необходимо пользоваться определенным

---

<sup>17</sup> Там же. – С. 73

<sup>18</sup> Там же. – С. 202.

<sup>19</sup> Там же. – С. 173.

<sup>20</sup> Там же. – С. 200.

авторитетом, быть уважаемым человеком. Рассказчику необходимо обладать большим опытом по сравнению с его аудиторией.

Чем менее формально рассказчик подает информацию, тем крепче будет его связь со слушателями.

Не следует рассказывать одну и ту же историю несколько раз. Людям будет скучно встречаться с уже известной информацией. Если через какое-то время приходится рассказывать ту же самую историю, то в нее стоит добавить новые факты, обогатить ее важными деталями.

История должна подаваться динамично, в сочетании рациональных и эмоциональных доводов.

Если рассказ подается в устной форме, то необходимо использовать все возможности жестикуляции, мимики, ритма, интонации и тембра речи. На пользу дела могут работать различные звуки, мелодии. В печатном виде истории можно дополнять визуальными элементами, которые будут нести дополнительную образную информационную нагрузку.

И последнее: нужно знать, какими «байками» поделились с аудиторией выступавшие перед вами (или писавшие до вас). Вот какую поучительную историю рассказывает Б. Трейси:

«Существует еще одна причина, по которой вам стоит послушать предыдущих спикеров. Если вы не будете знать, что они сказали, может получиться так, что вы начнете говорить с аудиторией о чем-то, что ей уже известно или что противоречит тезису, который совсем недавно отстаивал другой лектор.

Например, я помню, как однажды выступал перед аудиторией из 2000 человек в Чикаго. Я должен был говорить после обеда, но, как обычно, постарался приехать к началу мероприятия в 8:30. Первый доклад – очень хороший, кстати, – был тесно связан с темой конференции и завершился забавной историей.

Затем последовал 20-минутный кофе-брейк, после чего аудитории представили второго спикера. Он, однако, не удосужился приехать пораньше и послушать первого докладчика, а прибыл незадолго до своего выхода на сцену. Его выступление также было связано с темой мероприятия и, к немалому удивлению аудитории, закончилось рассказом той же самой забавной истории, которую поведал и первый докладчик. На этот раз мало кто смеялся. Большинство слушателей чувствовали себя просто неловко. По лицу выступающего было видно, что он совершенно растерян: он не понимал, почему людям не смешно.

А потом произошло худшее, что можно было себе представить. Третий спикер, который также не присутствовал на выступлении своих коллег, в завершение своего доклада рассказал ту же самую историю. На этот раз над залом повисла гробовая тишина. Смешно не было никому. На самом деле аудитория совершенно ясно понимала, что лектор не слышал выступления предыдущих ораторов. По лицам участников мероприятия можно было легко прочесть тот вывод, который они для себя сделали: что спикер мнит себя слишком важной персоной, чтобы приехать на конференцию, как все. В результате он с треском провалился»<sup>21</sup>.

---

<sup>21</sup> Трейси Б. Убеждение. Уверенное выступление в любой ситуации. – М: МИФ, 2016. – С. 137–138.

## Архив историй

Для того чтобы рассказать хорошую, уместную историю, ее надо знать. Истории не возникают в голове по мановению волшебной палочки. Их необходимо заготавливать и к конкретному поводу, и впрок. Гораздо проще пользоваться своим собственным архивом, чем искать в спешке в книгах или в интернете.

Чтобы историями было легко пользоваться, их стоит заранее рассортировать по файлам. Одни истории будут про самоотверженность, другие – про взаимовыручку, третьи – про успешную карьеру, четвертые – про щедрость, пятые – про мудрость, и т. д.

Имея такой архив, можно всегда с легкостью «выдернуть» из него подходящую для конкретного случая историю.

Истории можно брать из разных источников. Мы живем среди людей, которые охотно делятся с нами тем, что случилось с ними, или тем, чему они стали свидетелями. Еще масса историй приходит к нам из радио- и телеэфира, из интернет-пространства.

Вот что говорит по этому поводу специалист по сторителлингу Аннет Симмонс:

«Начните ежедневную охоту за историями. Каждое событие, порождающее эмоцию или происходящее в результате эмоции, может стать историей. Если вы видите человека, который обладает восхищающими вас качествами или достиг изумляющих целей, то попросите, чтобы он рассказал вам свою историю. Историю можно найти везде и во всем: в книгах, кино, в жизни знакомых»<sup>22</sup>.

Важно не пропускать истории мимо ушей, обращать на них внимание и записывать, заносить в свой архив. Наша память – плохой помощник, мы можем забыть хорошую историю или не вспомнить ее точно в тот момент, когда она потребуется. Лучше хранить истории в надежных компьютерных или бумажных архивах.

По поводу собрания историй полезными будут следующие рекомендации Аннет Симмонс:

«1. Ищите образцы: разнообразные темы, раскрывающие вас как личность; сюжеты о моментах душевного подъема, доказывающих, что вы на правильном пути; повторяющиеся случаи неудач, побуждающих искать истории о том, зачем вы здесь; истории о ваших триумфах, о том, что они все вместе для вас значат.

2. Ищите закономерные последовательности: вспомните хорошие и плохие результаты ваших усилий в прошлом, посмотрите, как их можно использовать для будущего успеха; оцените, как хорошие и плохие результаты повлияли на ваши отношения с людьми; читайте истории с моралью (например, басни Эзопа), чтобы вспомнить подобные случаи в вашей жизни.

3. Извлекайте уроки: вспомните критические ситуации и сформулируйте уроки, которые вы из них извлекли; вспомните самые крупные из совершенных вами ошибок; вспомните моменты, когда вы были рады, что послушались родителей; вспомните о поворотном пункте в карьере и об извлеченных из него уроках; оглянитесь назад и подумайте, что бы вы сейчас сделали по-другому.

Ищите пользу: вспомните историю, изменившую вас, историю, которая органически вплелась в старую историю; вспомните чужие истории, которые работали; есть ли в вашем арсенале "домашняя" история, которая могла бы оказаться полезной и на рабочем месте? Попросите других рассказать вам историю, которая на них повлияла, и попросите разрешения ее использовать.

5. Ищите уязвимые места: расскажите о ваших слабых местах; вспомните, когда и почему вы в последний раз плакали; вспомните, когда вы в последний раз были так счастливы, что

---

<sup>22</sup> Симмонс А. Сторителлинг. – М: МИФ, 2013. – С. 233.

хотелось пуститься в пляс; вспомните момент, когда вам хотелось от стыда спрятаться под стол; вспомните трогательные семейные истории о тех, кого вы искренне любили.

6. Представьте себе будущие переживания: превратите свои мечты о том, "как могло бы быть", в полновесную историю с реальными героями (люди любят, когда их включают в историю); разверните свои дурные предчувствия в полноценную историю с потенциально плохими последствиями – какими они будут и кому повредят.

7. Подберите достойную воспоминания историю: найдите запомнившуюся вам историю и исследуйте ее глубинный смысл; фильм или книга понравились вам по какой-то причине – постарайтесь рассказать их историю со своей точки зрения, так, чтобы другие поняли, какой смысл в них видите вы.

Не забывайте, что одна история порождает следующую. Расскажите свою семейную историю коллеге на работе, и в ответ, скорее всего, услышите его»<sup>23</sup>.

Вот что советует другой специалист:

«Воспоминания о ситуациях, когда вы сами испытывали такие эмоции, укрепят связь между вами и аудиторией, и она начнет относиться к вам с большим доверием и искренностью. Личный каталог историй, связанных с самыми различными эмоциями, – источник весьма полезный; заведите себе такой.

Один из интуитивных способов вызвать в памяти истории – это начать думать о каком-то периоде вашей жизни. Вы можете начать "перелистывать" года один за другим или поделить их на периоды, скажем: раннее детство, начальная школа, средняя школа, институт, работа, рождение детей, рождение внуков, выход на пенсию.

Однако набирать воспоминания, основываясь на хронологии, – только один из способов. Нарушение хронологического порядка может помочь поднять более глубоко лежащие и, возможно, подзабытые цепочки воспоминаний. Пойдите другим путем: подумайте о различных людях, местах и предметах. Исследуя области, с ними связанные, набрасывайте эскизы того, что вы видите, и записывайте себе как можно больше воспоминаний и связанных с ними эмоций.

**Люди.** Вы можете пробудить цепочку воспоминаний, составив список людей, которых знали. Стартуйте с создания генеалогического семейного древа, на котором указаны фамильные связи. Затем начните соединять между собой родственников стрелками не только по старшинству, но и на основе событий и ситуаций, во время которых они каким-то образом взаимодействовали. Включите в список и других людей, с которыми вы были знакомы, которые оказали какое-то влияние на вас или на взаимоотношения, свидетелем которых вы были: учителя/ученики, начальники/коллеги, друзья/враги. Такой тип движущих сил производят волнующие истории. Подумайте о связанных с ними событиях и о чувствах, которые вы испытывали к каждому из перечисленных людей.

**Места.** Внимательно подумайте о местах, где вы проводили время: домах, дворах, офисах, кварталах по соседству, церквях, спортивных площадках, домах отдыха – о всевозможных местах, даже виртуальных. Используйте свои воспоминания о них для перехода к пространственным воспоминаниям. Мысленно переходите из комнаты в комнату, зарисовывая в уме как можно больше деталей, о которых будете вспоминать. Вы «увидите» то, о чем запомнили. Визуальное перемещение из одного места в другое вызовет в уме сцены и даже давно забытые запахи и звуки. Хотя зарисовки – дело для вас непривычное, оно позволит вам задействовать все органы чувств, что может высвободить еще больше воспоминаний.

**Предметы.** Попробуйте составить каталог материальных вещей, которыми вы обладали в своей жизни и которые считаете ценными. Им не обязательно быть дорогостоящими – достаточно и сентиментальной стоимости. Почему они были вам так дороги? Может, вы любили

---

<sup>23</sup> Там же. – С. 234–235.

свой старый драндулет, потому что в нем вы впервые поцеловались? Или своего старого мишку – потому что он утешал вас, когда вам удалили гланды? Какие истории, стоящие за этими предметами, делают вещи столь важными для вас? Попробуйте набросать эскиз картины, включив в нее как можно больше деталей окружающей среды, в которой эти предметы обычно находились. Это спровоцирует появление еще большего количества эмоций и воспоминаний.

Попытки зарисовать эти воспоминания – отличный способ припомнить и классифицировать различные истории. Если рисование дается нелегко, попробуйте найти готовые изображения, соответствующие вашим сюжетам. Создайте визуальную подсказку и запишите как можно больше подробностей своего воспоминания, особенно о том, *что* именно вы *чувствовали* по мере разворачивания событий в этой истории. Вы сможете обращаться к полученной коллекции историй всегда, когда вам потребуется убежденно рассказать личную байку»<sup>24</sup>.

#### История «А вот это вы обязательно запишите»:

«Лекция в университете. Преподаватель что-то тихонько бубнит. Время от времени его заглушают звуки с улицы: под окнами аудитории разгружают грузовик с какими-то трубами.

Преподаватель по ходу лекции делает замечание:

– А вот это вы обязательно запишите... А вот это вы обязательно запишите...

Вдруг один из грузчиков роняет трубу на ногу другого грузчика. Раздается громкий отборный мат...

Лектор не растерялся и добавил:

– Это тоже обязательно запишите, в жизни пригодится...»

## Практика сторителлинга

Как любое другое профессиональное занятие, сторителлинг требует постоянной тренировки, практики. В идеале сторителлингом нужно заниматься каждый день: и на работе, и дома. Можно рассказывать истории при любом подвернувшемся случае и следить за тем, как на них реагируют люди.

Оставаясь в одиночестве, тоже стоит тренироваться: рассказывать истории устно или излагать их на бумаге, анализируя в дальнейшем свои действия.

Пойдет на пользу хорошая критика члена семьи, друга, наставника или специалиста по сторителлингу. Люди со стороны всегда могут заметить то, на что не обращает внимания сам рассказчик. За критику следует быть благодарным. Хорошая критика дорогого стоит.

Постоянная практика сторителлинга помогает рассказчику корректировать свои действия, делать выступление или текст более эффективным. Также практика и критика позволяет отбирать лучшие истории, вносить изменения, улучшения в те истории, от которых не стоит полностью отказываться.

## Всегда ли уместен сторителлинг?

Всегда ли необходимо рассказывать историю? Вопрос этот очень интересен. Да, истории делают то, что не могут сделать голые факты. Но ведь есть ситуации, когда ничего, кроме голых фактов, и не нужно. Если надо просто рассказать о том, сколько компания заработала за прошлый год и как это соотносится с предыдущими итогами, то вряд ли стоит вставлять в отчет историю. Она вызовет недоумение, будет только мешать восприятию информации.

---

<sup>24</sup> Дуарте Н. Resonate. – М., 2012. – С. 108.

Повсеместное прибегание к сторителлингу подвергается сомнению многими специалистами. Вот что по этому поводу говорит Алексей Каптерев:

«Рассказчики историй любят противопоставлять истории статистике, говоря, что истории гораздо более убедительное и эффективное средство общения, но на самом деле пока этому нет неоспоримых доказательств. Истории более интересны, это очевидно, но само по себе это не делает их обязательно более эффективными с практической точки зрения. К тому же (и что более важно) сторителлинг и фактоизложение не исключают друг друга. Сторителлинг есть и всегда будет основой бизнес-презентаций. Сторителлинг – это не что иное, как выстраивание фактов в определенной последовательности и установление связей между ними...

Споры о том, что убедительнее – истории или доказательства причинно-следственных связей и статистика, продолжаются до сих пор и победитель еще не выявлен. Некоторые эмпирические исследования приходят к выводу, что истории действительно вызывают существенно меньше возражений, чем доказательства, основанные на статистике, предположительно потому, что им удается обойти наше сознание. Одни исследования показывают, что доказательства на примере более убедительны, нежели статистические данные, другие же утверждают обратное. Мета-анализ, проведенный М. Алленом и Р. Прайсом в 1997 г., обнаружил небольшое, но значимое преимущество статистических данных над сторителлингом. Но заметим: эти люди использовали метод статистики, чтобы доказать, что именно статистика более убедительна. Я думаю, можно смело говорить о том, что точка в споре еще не поставлена»<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Каптерев А. Мастерство презентации – М: МИФ, 2012. – С. 22.

## **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.