

# НАСТАЛО ВРЕМЯ СТОРИТЕЛЛИНГА\*

\*УМИЛИТЕЛЬНЫХ ИСТОРИЙ



# История термина

- Сторителлинг –(англ. storytelling – рассказывание историй) – наука про то, как рассказывать истории, добираясь до разума и сердца. Искусство донесение поучительной информации, с помощью знаний, рассказов, историй, которые возбуждают у человека эмоции и мышления.
- Истории бывают трогательные, смешные, выдуманные образы, реальные персонажи.

# История термина

- Отцом «сторителлинга» в современном понимании считается Дэвид Армстронг, изложивший эту концепцию в книге "Managing by Storying Around". («Руководство по улучшению работы»), в которой рассказал о важных поступках подчиненных из жизни его компании.
- С помощью психологического фактора, он придал историям окраску более выразительную, интересную и увлекательную, которая доступно ассоциируется с личным примером, чем зазубренные директивы и кодексы.

# Где используют сторителлинг?

- В маркетинге и рекламе.
- Как способ обучения персонала.
- Журналисты и копирайтеры в статьях.
- Спикеры и публичные персоны.
- В психотерапии.
- Для передачи жизненного опыта

## Критерии хорошей истории (предложены Ларри Прусакон)

- **Живучесть** – устойчивость истории к сохранению своих ключевых посланий при множественных пересказах.
- **Замечательность (выпуклость)** – способность истории выделяться, создавать эмоциональное отличие, иметь эмоциональный заряд. В числе вещей, создающих «выпуклость», названы юмор, побуждение к действию, изящность предложенных решений.
- **Осмысленность** — объяснительная сила, убедительность, соответствие наблюдаемым фактам в существенных частях.
- **Конгруэнтность** - рассказчику - уровень комфорта рассказчика при рассказывании истории.

# Критерии "прилипчивой" истории:

Простая  
Неожиданная  
Конкретная  
Реалистичная  
Эмоциональная  
Хорошая история

Simple  
Unexpected  
Concrete  
Credible  
Emotional  
Story

# Отличительные черты

- Персонаж — в каждой истории должно быть хотя бы одно действующее лицо, главный герой, вокруг которого разворачиваются все самые интересные события.
- Интрига — просто так читать про героя никто не будет, ему нужно какое-то испытание, для разогрева интереса публики.
- Сюжет — естественно, что все события должны быть логически связаны, иметь структуру «завязка – развитие – кульминация – развязка». В общем, все как в традиционных рассказах.

# Сторителлинг позволяет

- обосновать существующие правила. Правильный сторителлинг объясняет кто создал правила и с какой целью;
- сохранить, систематизировать и донести информацию об основных достижениях;
- обосновать право считаться лучшим, важным и заслуживающим доверия;
- эффективно мотивировать;
- вызвать стремление к продолжению общения;
- сформировать лояльность субъекта (клиента, работника).

# Основные правила написания хороших историй

## 1. Качественный текст

Написать хорошую историю не легко. Здесь нужно больше, чем умение складывать слова в предложения. Нужны идея и умение вызвать у читателя неподдельный интерес к написанному.

## 2. Соблюдайте правила читабельности

Помимо содержания, важно уделить внимание визуальному оформлению текста. То есть, соблюдать все правила читабельности. А к ним относят: адекватный кегль, ширину колонок, выравнивание по левому краю или по ширине, структурирование, гармоничность цветового оформления, чтобы глаза не резало и читать было комфортно и легко. Помните, что восприятие текста с монитора отличается от книги и даже журнала.

## 3. Используйте картинки

Обязательно сопровождайте текст иллюстрациями. О самых важных моментах не только напишите, но и покажите в картинках, фотографиях. Изображения обрабатываются мозгом в 80 тысяч раз быстрее, чем текст, поэтому используйте их силу во благо

# Отличительные черты

- Если живой персонаж, то гипотетический или реальный субъект. Может быть организация, а так же существо придуманное.
- Должны в жизни персонажа произойти перемены, важные для него.
- Эмоционально насыщенная история, чтобы слушатель переживал и связывал себя с главным персонажем. События должны быть реальными, указать место и время происходящего.
- Благополучной истории нужна конкретность: реальные событие, явление, живые примеры, а не общие фразы, слова. Таким способом передаются другим работникам навыки, снижается стресс у новичков, если их преследует неудача. Или вдохновят на хорошие поступки ради своей компании.

# Корпоративный сторителлинг

- Рассказы должны быть короткими и трактоваться однозначно. Хорошая история – та, в которой делается акцент на главной мысли. Важно, чтобы рассказ завершился поучением.
- Тот, кто рассказывает историю, должен делать это убедительно. Такую задачу стоит поручать более опытным сотрудникам по сравнению со слушателями. Если история повествуется достаточно увлекательно – окружающие хорошо ее воспримут, не посчитав такой шаг занудством или бесцельным отвлечением от главной темы. Рассказ не будет воспринят, если его мораль не соответствует принятым в компании ценностям.
- Также корпоративный сторителлинг должен быть максимально ненавязчивым. Не нужно рассказывать одну и ту же историю по несколько раз.
- Чтобы сторителлинг был эффективным, надо делать рассказы сквозными. То есть знакомить с ними нужно сотрудников на всех уровнях. Однако для каждого уровня интерпретация должна быть своя.

# Виды историй в сторителлинге

- 1. Истории о компании**
- 2. Истории в портфолио и кейсах**
- 3. Истории на главной странице**
- 4. Истории от клиентов**
- 5. Истории в новостях**
- 6. Истории в социальных сетях**
- 7. Истории в email-переписке**

# Важно

Истории более выразительны, увлекательны, интересны и легче ассоциируются с личным опытом, чем правила или директивы. Они лучше запоминаются, им придают больше значения и их влияние на поведение людей сильнее.

# Важно

Наличие нескольких точек зрения и разных контекстов всегда идет на пользу. Визуальная часть помогает передать атмосферу, раскрыть тему и погрузить пользователя в контекст. Что могло бы помочь вашей истории раскрыться: фотосессия, иллюстрация или инфографика.

# Типы визуального контента

- иллюстрации и фотографии, сопровождающие текст (в том числе эскизы, графики и диаграммы) — они добавляют ему динамики;
- фоновые изображения — задают сайту настроение, делают его целостным;
- инфографика — отличный способ о чем-то рассказать. Они популярны и за счет своей емкости и использования текста только в качестве подписей.

# Важно

Хороший заголовок вызывает интерес и обозначает тему статьи, без провокации и искажения ее сути.

Всегда будут популярны заголовки с цифрой (которые продиктованы жанром подборки или листинга).

# Структура

Существует два типа чтения: первое — линейное. Сначала идет оценка материала, затем — чтение текста по порядку.

Традиционный вариант. Второе — кросс-чтение (скимминг): чтение идет только по заголовкам, врезам и так далее. Плюс, если попадается что-то интересное, внимание останавливается на тексте.

Важно учитывать чтение второго типа.

Позаботьтесь о том, чтобы структура материала считывалась без проблем даже беглым взглядом.

# Структура

- Используйте большие отступы между блоками. Не бойтесь воздуха, дайте информации дышать. Когда тексту отведено большое пространство, он раскрывается и становится читаемее.

Не переборщите с дизайном и цветом — обилие стилей перетягивает внимание и мешает усвоению информации. Развивайте в себе аскета.

# Зачем создавать истории и вовлекать других

Мы запоминаем. . .

- 10% того, что **ПРОЧИТАЛИ**
- 20% того, что **УСЛЫШАЛИ**
- 30% того, что **УВИДЕЛИ**
- 40% того, что **УВИДЕЛИ И УСЛЫШАЛИ**
- 70% того, что **ОБСУДИЛИ** с другими
- 80% того, что **ЛИЧНО НА ОПЫТЕ** познали
- 95% того, чему **НАУЧИЛИ** других

# Компоненты истории,

- **Во-первых**, истории происходят с персонажем. Нам нужен персонаж. Им может быть как человек, так и организация, но тогда о ней надо рассказывать, как о чем-то одушевленном. Персонажем может также быть ведущий фильма, докладчик, реальный или даже «гипотетический» человек, а также любое одушевленное нашей фантазией существо.
- **Во-вторых**, история — это обязательно **перемены**. Изменения. Причем изменения ценностные — то есть чтобы у персонажа в жизни появилось нечто важное, чего не было ранее. Пожалуй, это самое главное и необходимое качество истории. Без него повествование будет, а истории — нет.

# Компоненты истории,

- **В-третьих**, история интересна лишь тогда, когда зритель может ей **сопереживать**, подсознательно представляя себя на месте персонажа. То есть изложение фактов это еще не история. И абстрактная история тоже, в нашем случае, не история.
- Далее, если событие происходило в реальности, для него очень важны формальные рамки, или «**координаты**» — когда оно происходило, как долго, где.
- Материалом истории являются **события**. Общие слова могут быть лишь связующим цементом, но не содержанием. Рассказ, состоящий лишь из общих слов, — это цементная каша. Поиск фактов, событий, примеров — самое сложное, но и самое интересное занятие.

# Пример

10452

Ольга Романова

## МАШКА



Она могла бы быть хорошей матерью: не преступница на самом деле, и инстинкты все у нее были, да задавили. Таких вот машек в России — беременных преступниц — примерно 800 в год сажают. Беременных, рожаящих в тюрьме. Кто-то из них виноват, кто-то не виноват — про суды сами всё знаете. А вот дети их точно ни в чём не виноваты, и на мать по жизни рассчитывают. Знаете, сколько денег надо, чтобы эти Машки стали нормальными матерями? Всего-то 750 тысяч рублей. Да, их нет у государства — а почему, вопрос особый. Пока мы будем разбираться (а мы будем разбираться), родившиеся детки уедут в Дом малютки, а у матерей пропадет любовь как инстинкт.

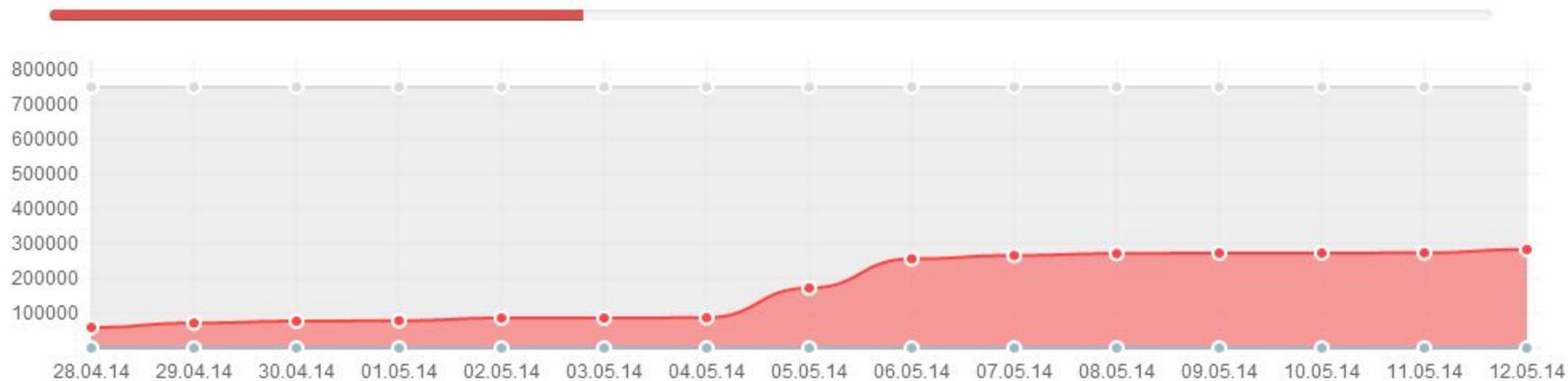
# Пример

Собрано

283 243 ₽

Необходимо

750 000 ₽



# Примеры

Мегафон оснастил 40 машин скорой помощи в Новгородской области сим-картами в мобильные кардиографы, с их помощью можно было сделать кардиограмму на месте и передать данные в больницу. По сути, от мобильной связи зависела человеческая жизнь.

Блогер Мария Митрофанова [создала фотоисторию](#), показав это новшество через призму собственного восприятия.

# Важно

Если нужна более личная эмоциональная история, приглашайте релевантных блогеров. Конечно, имеет значение его аудитория, поскольку важно, чтобы она пересекалась с целевой аудиторией бренда.

Сам контент, созданный блогером, можно потом растиражировать по разным каналам и платформам.

# Примеры

В 2015 году после смены позиционирования бренда от «Будущее завит от тебя» до «По-настоящему рядом» у нас был большой рок-концерт на Дворцовой площади и пресс-тур в Единый центр управления сетью, в поддержку продвижения качества связи. Мы сотрудничали с блогером Раисом Габитовым, который смог через репортаж рассказать большую [многоэтапную историю о людях МегаФона](#)

## Скорая помощь в Великом Новгороде

4 авг, 2016 в 15:27



Недавно я ездил в гости в Великий Новгород. Приняли меня там просто волшебным образом, я много чего увидела и узнала, но главной целью моей поездки стала Новгородская станция скорой помощи. Всё дело в том, что Новгород стал одним из первопроходцев, где благодаря современным технологиям спасают жизни людей. Сейчас я расскажу и покажу, как это происходит.



13  
Конечно, для связи с врачом и отправки ЭКГ нужно, чтобы смартфон был подключён к интернету. Но покрытие по Новгородской области у Мегафона хорошее, об этом мы уже успели поговорить с Владимиром Васильевичем Мыкушем, региональным директором Мегафона в Великом Новгороде (об этом я ещё расскажу). Да и я пока ехала из Петербурга, могла проверить это на работе своего навигатора и соц. сетей!



14  
Специально для Новгородской Скорой Мегафон разработал подходящий тариф – коллективный. После рассмотрения коммерческих предложений различных мобильных операторов, был выбран МегаФон.



# Примеры



Будущее зависит от того, сможет ли компания быть по настоящему рядом с клиентом, так теперь считают в МегаФон.

На этих выходных завершилась серия бесплатных open-air с участием российских рок звезд : Чайф, Бутусова, Гарика Сукачева, Земфиры и других, которую устраивал МегаФон в десяти городах-миллионниках. Суммарно, их посетило 360 тысяч человек, а фишкой концертов "Близкие Города -Близкие Люди", стало их синхронное проведение в двух городах, что было впервые в

российской концертной истории.

Для чего сотовому оператору потребовалось организовать столь дорогостоящие ивенты в кризис, я пытался понять в Санкт-Петербурге на прошлой неделе.

1



Знакомьтесь, Елена Серегина -уникальная женщина! Елена , почетный радист России, закончила политех в Волгограде, работала техническим руководителем МегаФон в Нижнем Новгороде. Потом выиграла конкурс среди кучи мужиков, переехала в Питер и стала руководителем ЕЦУС по оперативно-техническому управлению.  
13



Елена рассказывает, что аналогичный по структуре офис есть в Самаре. Они делят между собой Россию, каждый берет по 4 макрорегиона. Но, подчеркивает Елена, важно понять, что у нас не два центра, в Самаре и Питере, а единый центр. "Если случится, что-то невероятное и один из "штабов" откажет, нам нужно 12 минут, чтобы все переключить на другой.

А -если оба?

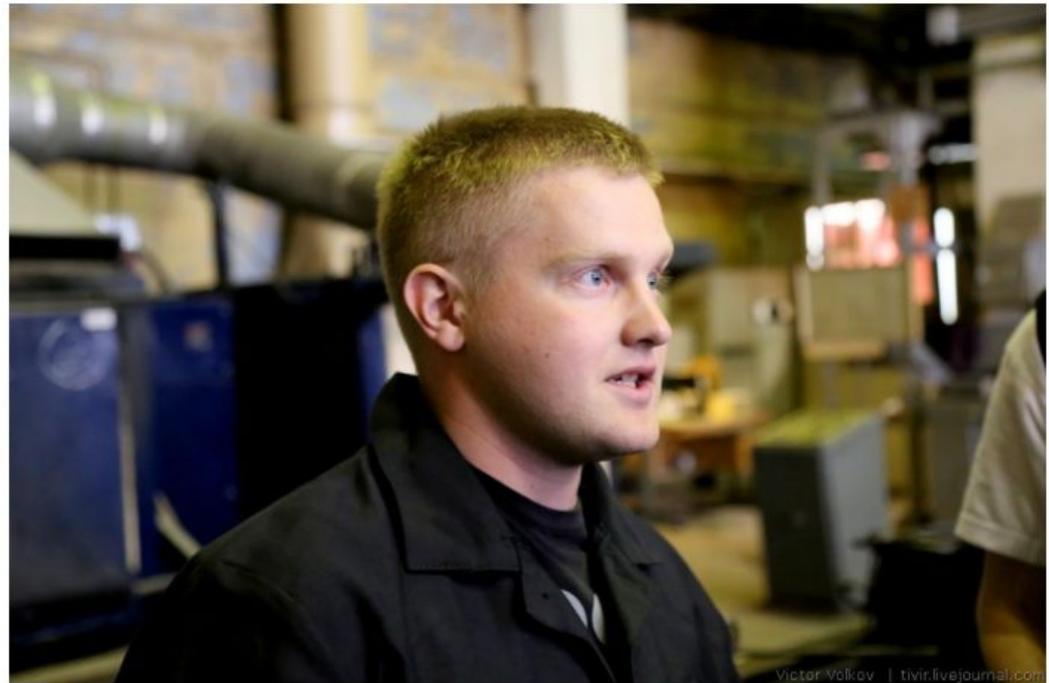
-такого быть не может, они специально построены в городах, разнесенных на 1500 километров.

# Примеры

Закулисье редких профессий Санкт-Петербурга. В апреле 2016 г HeadHunter совместно с «Сообществом питерских блогеров» запустил серию экскурсий на знаковые для Петербурга и области заводы.

## Завод «Арсенал»

Некоторые специалисты приходят на производство, отказываясь от комфортной работы в офисе. Например, один из рабочих завода «Арсенал» — бывший экскурсовод. После работы в Тайланде он вернулся в Санкт-Петербург, отслужил в армии и устроился на машиностроительный завод.



На экскурсии побывал блогер Виктор Волков: «Этот юноша с горящим взглядом работает на заводе термистом. Зовут его Артем Рукавичников. Артем оказался неординарной личностью. Окончил вуз по специальности "туризм", ездил работать за границу. Потом отслужил в армии, после чего понял, что работать нужно идти на завод. Сейчас получает второе высшее, на этот раз техническое. А по выходным проводит экскурсии по Санкт-Петербургу. Не заработка ради, а для души.

В этом цехе производят части корпусов для космических аппаратов.

# Примеры



Всем привет!

С большой радостью хочу представить наш совместный проект со всеми известной компанией [HeadHunter!](#) Почти месяц мы его планировали и организовывали, и вот все винтики и гаечки закручены и смазаны, и можно начинать.

Итак, проект "**Закулисье редких профессий**".

Каждый месяц блогеры СПб будут посещать различные промышленные объекты нашего города, слушать истории заводов и фабрик, узнавать о современном оборудовании и последних технологиях, а вишенкой на торте станут рассказы мастеров о своих редких и малоизвестных профессиях.

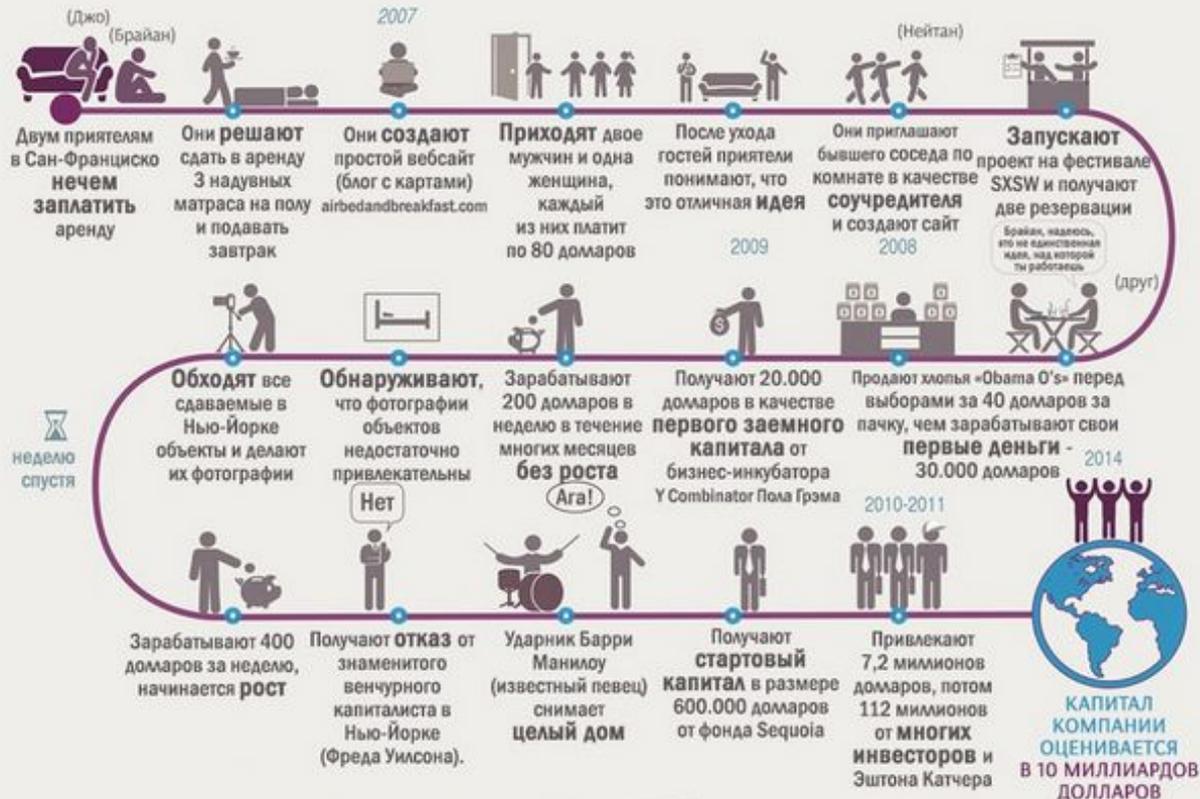
Будет очень интересно, многие заводские специальности откроются с новой стороны.

Уже дали свое предварительное согласие на участие в этом проекте такие известные промышленные объекты, как [Кировский](#) и [Балтийский Завод - Судостроение](#).

# Примеры

## КАК СОЗДАВАЛАСЬ КОМПАНИЯ AIRBNB

или, Как 3 приятеля прошли путь от сдачи в аренду надувных матрасов до 10-ти миллиардной компании



facebook.com/itrex.ru  
twitter.com/itrex  
vk.com/itrex



Перевод с английского языка выполнен Бюро переводов ITREX [www.ITREX.ru](http://www.ITREX.ru)

# Примеры

«Всемирная история, Банк Империял» — серия рекламных роликов, снятых в 1992—1997 годах Тимуром Бекмамбетовым для банка «Империял».



# Примеры

У Александра II просят разрешения использовать войска против крепостных крестьян Херсонской губернии, самовольно бегущих в Крым. Император видит слугу, подрезающего крылья лебедям:

— Стрижем, Ваше Величество! — говорит слуга. — Чтоб не улетели!

— Кормить надо лучше, они и не улетят, — отвечает император.

Приходит зима, лебеди улетают. Голос за кадром говорит: «В 1861 году в Лондоне была пущена первая линия метрополитена, а в России отменено крепостное право».

# Что это?



# Как вам будет интересней узнать о появлении сэндвича?

- Сэндвич — это английская разновидность бутерброда. Состоит из 2-х или более ломтиков хлеба (булки) и одного или нескольких слоев мясной начинки (или любой другой).  
Оксфордский словарь датирует первое употребление термина «сэндвич» по отношению к еде 1762 годом.

# Альтернативный вариант



# Альтернативный вариант

Известный британский политик, аристократ Джон Монтегю, IV граф Сэндвич, очень любил проводить время за карточными играми. Однажды, во время очередной игры в криббедж, которая продолжалась уже несколько часов, он не нашел времени перекусить и приказал слуге принести ему еду между двумя ломтиками хлеба. Его друзьям очень понравился вариант приема пищи без отрыва от игры, и они тоже заказали хлеб «по-сэндвичски».

# Snowfall New York Times

The New York Times

721   



## Snow Fall

The Avalanche at Tunnel Creek

By JOHN BRANCH

**T**he snow burst through the trees with no warning but a last-second whoosh of sound,

# Суть

- Несколько лет назад в журнале The New York Times вышел большой материал [«Снегопад»](#) (Snow Fall), который рассказывал о сходе лавины в Каскадных горах США и нескольких горнолыжниках, погребённых под снегом. Перед читателем был не просто великолепный текст, а целое интерактивное представление, в котором завывала вьюга, менялись картинки 3D-моделей гор, появлялись карты, фотографии, видеозаписи, которые помогали читателю полностью погрузиться в атмосферу грустной снежной были. С этого момента название проекта стало нарицательным для обозначения подобных мультимедийных историй и «снегопады» прочно вошли в интернет-журналистику.

# Snowfall от New York Times

- «Снегопад» – это история про лыжников и сноубордистов, застрявших в ловушке под лавиной в Каскадных горах, в Вашингтоне. История состоит из текста, фотографий, видео и интерактивной графики, но не просто объединенных в один материал, а органично сочетающихся и буквально оживляющих страницу.
- Цель команды The New York Times, по словам графического директора проекта, Стива Дуенеса (была “найти способы погрузить читателей в мультимедийный формат, затем позволить им пройти через него, а после – выйти. Так, чтобы мультимедийные элементы воспринимались естественной, органичной частью повествования”).

# Snowfall New York Times

- Прокрутка экрана. Вся информация представлена в виде потока, не нужно щелкать мышью для перехода на новые страницы. Это важно, потому что, согласно исследованиям, каждый раз, когда пользователям нужно щелкнуть мышью для перехода на другую страницу, часть из них уходит с сайта. Поэтому простая прокрутка страницы позволяет удерживать пользователей. Но для блогеров в этом нет ничего нового! Это же самая обычная лента блога..

# Snowfall New York Times

- Snowfall использует нетекстовые элементы в подходящих местах. То есть больше нет необходимости делать ссылку на отдельную страницу, куда нужно перейти, чтобы посмотреть видео или послушать интервью. Когда нужно, в текст, прямо посередине вставляется видеоинтервью. Опять же, для блогеров в этом нет ничего нового.

# Что ждет аудитория?

- Вы просите пользователей потратить немало времени на вашу историю. Важно понимать, что пользователи с удовольствием потратят свое время, если история действительно захватывающая.

# Создаем историю

- Выбираем тему
- Читаем сопутствующие материалы
- Ищем источники по теме
- Ищем героев
- Анализируем информацию и делаем выводы

# Шаги в создании истории

- Готовимся к интервью
  - Изучаем предысторию
  - Готовим каверзные вопросы
  - Проводим, записываем, подводим итоги интервью

# Собираем историю

- Картинки, фотки
- Видео
- Аудио
- Текст

# Рассказывать о себе в интернете:

- нужно,
  - полезно,
  - выгодно.
- 
- Вы можете выбрать любой из привычных вам методов или объединить их все в своей истории.

# Раздел «О себе»

В любой биографии три смысловых части:

- Что особенного случилось на вашем творческом пути, что вдохновило вас выбрать его?
- Покажите людям, как вы работаете?  
Если аудитория видит только конечный результат вашей работы, ей трудно оценить, сколько усилий вы в неё вложили.
- Расскажите о секретах вашей работы.  
Поделитесь секретами вашего творчества, привычками, которые служат вашими личными источниками вдохновения?

# Полезные книги

- **Аннет Симмонс «Сторителлинг. Как использовать силу историй?»**. Известная писательница делится с читателями широко распространенным на Западе методом убеждения людей.
- **Пол Смит «Мастер историй. Увлекай, убеждай, вдохновляй»**. Автор предлагает более 100 готовых историй, модели которых можно использовать самостоятельно.
- **Наталья О'Шей, Наталия Лапкина «Сказки, рассказанные в октябре»**. Писательницы знакомят читателей с 7 известными ирландскими легендами. Они понравятся детям, а взрослые могут использовать сюжетные линии для сторителлинга.

# Каталог лонгридов

- 16 лонгридов, которые хочется пересматривать и перечитывать
- <https://monocler.ru/16-longridov-kotoryie-hochetsya-peresmatrivat-i-perechityivat/>
- <http://www.lookatme.ru/mag/live/interweb/193831-digital-storytelling>