

# Сторителлинг

как написать смешную шутку



# YouTube



# Зачем нужен сторителлинг

---

- Продавать
- Развлекать
- Обучать
- Делиться опытом и успехами
- Истории объединяют людей



# Критерии хорошего сторителлинга

- **Развлекательный.** Хороший сторителлинг захватывает внимание и заставляет с интересом ожидать, что будет дальше.
- **Образовательный.** Вызывает любопытство и обогащает знаниями.
- **Универсальный.** Обращается ко всей аудитории и апеллирует к эмоциям и опыту, которые испытывает большинство людей.
- **Структурированный.** Лаконично выстроен, помогает донести основное послание до аудитории и воспринять его.
- **Запоминающийся.** Хороший сторителлинг, будь то история вдохновения, конфликта или курьеза, запоминается аудитории.

# Есть три компонента, которые вместе составляют хорошую историю независимо от её содержания:

- **Персонажи.** В каждой истории есть как минимум один персонаж, и он будет ключом к восприятию для аудитории. Эта составляющая является мостиком между вами и аудиторией. Если люди смогут поставить себя на место вашего персонажа, они с большей вероятностью выполнят ваш призыв к действию.
- **Конфликт.** Конфликт — это преодоление трудностей героем истории, урок и пример аудитории. Конфликт в вашем повествовании вызывает эмоции и фокусирует аудиторию через переживания. Если в сторителлинге нет конфликта, скорее всего, он не будет иметь достаточно поучительного эффекта.
- **Развязка.** У каждой хорошей истории есть завершение, но оно не всегда должно быть позитивным. Развязка вашей истории должна подвести итог, обеспечить контекст событий, персонажей и конфликтов.

# Как написать хороший сторителлинг

Изучите свою аудиторию

Сформулируйте основное сообщение

Определите, в чем смысл истории

Сформулируйте призыв к действию

Выберите формат

Напишите, наконец, текст!

Поделитесь своей историей

# Смысл истории

**Подтолкнуть к действию.** Тогда ваш сторителлинг должен описывать некий опыт успешного преодоления трудностей или достижения успехов с помощью определённых действий. Аудитория отметит для себя их эффективность, ощутив мотивацию. Избегайте чрезмерных преувеличений или нестыковок, чтобы люди могли сосредоточиться на самом процессе и описываемой методике.

**Рассказать о себе.** В данной ситуации следует честно и открыто рассказать о своём пути из взлётов и падений, борьбы, неудач и побед. Современный потребитель ценит бренды, которые выходят на рынок открытыми для коммуникации, и сторителлинг занимает здесь своё почётное место.

**Поделиться ценностями.** Расскажите историю, которая затрагивает знакомые эмоции, типажи и ситуации, чтобы люди могли понять, как ваш сторителлинг пересекается с их собственной жизнью.

**Построить сообщество и наладить сотрудничество.** Здесь подойдёт история, которая побудит аудиторию обсуждать её и делиться с окружающими.

# Формат истории

**Письменный формат** — это статьи в блогах, в тематических изданиях или книги. В основном, содержание представлено текстом и может включать в себя изображения. Письменный сторителлинг — безусловно, самый доступный и незатратный метод, поскольку для него потребуется только бесплатный текстовый редактор. Если вы размещаете материал на сайте самостоятельно, то к необходимым компетенциям добавится разве что умение работать со своей CMS или кодом.

**Разговорный формат**, как правило, актуален для публичных выступлений, презентаций. Популярный в наше время TED Talks является замечательным примером концентрированного сторителлинга, в котором соблюдены лучшие стандарты повествования. Настоящий пример для новичков и многих профессионалов.

**Аудиоформат** — это разговор с аудиторией в виде записанного монолога или же подкаста. По аналогии с предыдущим пунктом сюда можно отнести аудиокниги, но это, скорее, исключение. Сторителлинг чаще всего подразумевает одну достаточно короткую поучительную историю, а не целый том.

**Цифровой или мультимедийный сторителлинг** — это история, рассказанная с помощью различных средств массовой информации или цифровых форматов, таких как видео, анимация, интерактивные истории и даже игры. Этот вариант, безусловно, наиболее эффективен для эмоциональных историй, вызывающий в душе отклик и резонанс, а также для активных, визуальных историй. При этом, такой формат самый дорогой ввиду того, что требует привлечения профессиональных исполнителей визуального ряда или программной части. Но не расстраивайтесь: качество видео не так важно, как сильное послание



# Где поделиться своей историей

Вконтакте;

Facebook;

YouTube;

Vimeo;

RuTube.