

Сергей Гузенков

Алгоритмы сторителлинга

Как создавать истории
и использовать их
в текстах и презентациях

Сергей Гузенков

**Алгоритмы сторителлинга.
Как создавать истории
и использовать их
в текстах и презентациях**

«Издательские решения»

Гузенков С.

Алгоритмы сторителлинга. Как создавать истории
и использовать их в текстах и презентациях /
С. Гузенков — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-902807-5

Алгоритм — это порядок действий для достижения определенного результата. В книге собраны алгоритмы, кейсы и советы, которые помогут читателю быстро и без усилий создать истории и использовать их в своих выступлениях, текстах и презентациях.

ISBN 978-5-44-902807-5

© Гузенков С.
© Издательские решения

Содержание

Вступление	6
Раздел 1. Универсальные алгоритмы	7
Как просто и понятно объяснять	7
Как донеси свое послание аудитории	11
Питч или не питч. Как рассказать о себе	13
Конец ознакомительного фрагмента.	14

Алгоритмы сторителлинга Как создавать истории и использовать их в текстах и презентациях

Сергей Гузенков

© Сергей Гузенков, 2018

ISBN 978-5-4490-2807-5

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Вступление

Алгоритм – это порядок действий для достижения определенного результата. Книга называется «Алгоритмы сторителлинга. Как создавать истории и использовать их в текстах и презентациях». Применимы ли алгоритмы к искусству рассказывать истории?

Работая с участниками онлайн программ, я обнаружил, что человеку легче создавать историю, когда есть определенный алгоритм действий. Тогда не возникает вопрос: что и как рассказывать?

Таких алгоритмов за несколько лет работы накопилось достаточно для книги. Некоторые взяты у других авторов, некоторые переведены с английского и адаптированы, кое-что взято из собственной практики. Главное, что все они проверены практикой и работают.

В книге три раздела. Сторителлинг достаточно универсальный инструмент. Его используют в публичных выступлениях, презентациях и при написании текстов. Поэтому первый раздел посвящен универсальным алгоритмам. Здесь вы найдете информацию о том, как просто и понятно объяснять, донести свое послание аудитории, презентовать себя, что рассказать клиенту, как создать истории и проверить найдут ли они отклик у публики.

Второй раздел посвящен использованию сторителлинга в презентациях. В нем я обобщил собственный опыт проведения Pecha Kucha Night и проанализировал те презентации, которые за два года мне присылали спикеры. Здесь вы также найдете алгоритмы создания презентаций в формате Ignite, который похож на Pecha Kucha.

В третьем разделе вы найдете советы о том, как писать продуктивно, структурировать и проверять текст. Здесь я обобщил опыт ведения онлайн программ по написанию книг, участия в обучающих вебинарах и собственные наблюдения.

Каждый из предлагаемых алгоритмов я проверил лично, составил истории, кейсы, которые их проиллюстрируют. Уверен, что вы найдете много нужной и полезной информации в книге. Говоря языком цифр, в книге собраны 20 работающих алгоритмов и кейсы их применения и 10 советов от специалистов о составлении послания, историй, объяснений, презентаций и написании текстов.

Раздел 1. Универсальные алгоритмы

Как просто и понятно объяснять

Объяснение — это такое описание фактов, которое делает их понятными. Это искусство показать, зачем или в чем причина этих фактов, законов и специфических особенностей и почему они имеют смысл.

На первых курсах истфака у меня была привычка: рассказать людям то, что я услышал на парах и искренне удивляться: «как, вы не знаете?». Так повышалась моя самооценка.

Со временем пришло осознание того, что не все обладают тем же объемом знаний, что и я. Как и понимание того, что информацию важно не просто собрать, а обработать и представить так, чтоб тебя понял еще кто-то, кроме тебя.

Я обнаружил, в какой информационный ад попадает человек, которому нужна краткая информация, когда однажды искал интересные данные о Декарте. Видеоролики, которые обещали рассказать о философе, я нашел без труда. Но то, что в них было, так плохо, что может нанести непоправимый ущерб психике. Я не беру рассуждения влогеров, которые пытаются казаться умными, рассуждая о Декарте. Только ролик «Декарт философия кратко» от компании, которая, вероятно, зарабатывает на образовании. <https://www.youtube.com/watch?v=vvSTqC5MnT8&t=44s>

В 3 минуты создатели умудрились втиснуть много бесполезной информации еще и изложить ее сложносочиненными предложениями. И это в видео!

Вот несколько недостатков, которые я обнаружил:

1. Термины без пояснений.

Начало: «Декарт является основателем ДОГМАТИЧЕСКОЙ РАЦИОНАЛИСТИЧЕСКОЙ ФИЛОСОФИИ. Философия Декарта основана на РАЦИОНАЛИСТИЧЕСКОМ МЕТОДЕ».

О чем это говорит аудитории? Что такое «догматическая рационалистическая философия на рационалистическом методе»?

2. Термины, которые не несут смысловой нагрузки.

«...причисляют [Декарта] к столпам рационалистической философии, а не европейского эмпиризма».

Зачем нужен «европейский эмпиризм»? Никакого отношения к последующему тексту он не имеет и нигде далее не упоминается.

3. Информация без смысла.

«Невозможно не упомянуть заслуги Декарта в сфере физиологической и психологической антропологии. Хотя они неоднократно подвергались сомнению и оспорению».

Что такое «физиологическая и психологическая антропология»? В чем заслуги Декарта? Наконец, кто их подвергал сомнению и оспаривал, почему?

4. Бессодержательные эпитеты и необоснованные выводы.

«Для своего времени Декарт был потрясающим, великолепно одаренным философом, чьи труды стали основой для рассуждения, изучения и дальнейшего развития для многих и не менее известных философов...». Вывод, который сделан не из предыдущего текста, а априори.

Парадокс: смотришь ролик, чтобы узнать о философии. Но для того, чтобы его понять, тебе уже нужно обладать энциклопедическим запасом знаний. Ролик годится разве что как задание для студентов: «расшифруйте содержание и поясните термины».

Другое дело англоязычный Crush course https://www.youtube.com/watch?v=Af_7CV2zOrI, некоторые части которого есть и в переводе.

Его преимущества:

1. Каждый термин расшифрован.

Причем трактовка предельно проста и понятна. Если термин есть в тексте, то он выделен.

2. Отсылки к повседневному опыту.

Создатели делают философию максимально приближенной к обычной жизни аудитории. Используют отсылки: «Вспомните...», «было у Вас такое...» и т. д.

3. Параллели с поп-культурой.

Отличная аналогия учения Декарта и «Матрицы». Открытие картезианского сомнения сравнивается с замыканием в Матрице.

4. Уместные и понятные метафоры.

Образ мировоззрения как корзины, в которой убеждения – яблоки. Чтобы гнилые яблоки не испортили содержимое корзины, нужно тщательно осмотреть каждое. Также чтобы ложное убеждение не затуманило суждения исследователя нужно усомниться во всех убеждениях.

Люди не обязаны понимать вас с полуслова. Есть разница в опыте, уровне подготовки и т. д. Но важно уметь донести свою мысль до аудитории просто и понятно. Объяснение – это искусство, которым можно и нужно овладеть.

Перед подачей материала задайте несколько вопросов:

– Каков образовательный уровень аудитории?

Насколько аудитория знакома с материалом, который вы собираетесь объяснить? Аудитория – это эксперты или новички в теме?

– Что в опыте аудитории поможет ей понять материал?

Лучше воспринимается информация, если он связан с идеями, которые знакомы аудитории, ее жизненным опытом.

– Что в материале может усложнить его восприятие аудиторией?

Есть ли непонятные термины, насколько велик объем информации, насколько информация знакома аудитории?

Алгоритм создания объяснений:

1. Выясните, как Вы понимаете идею. Запишите свое понимание простыми и короткими предложениями.

2. Выясните, что читатели знают о проблеме, определите ее уровень понимания. Разделите лист на два столбца. В одном запишите, что знают об идее или проблеме читатели, а в другом – что нового Вы им хотите сказать.

3. Создайте общий контекст: опишите ситуацию, которая знакома читателям.

4. Создайте связи. Используйте аналогии и метафоры, которые связывают новые идеи с тем, что людям уже известно.

5. Запишите объяснение, максимально простыми предложениями свое объяснение.

6. Прочитайте объяснение другому человеку и попросите его своими словами объяснить или записать, что он понял.

Иногда наше объяснение может противоречить взглядам, которые есть у аудитории. То, во что верит аудитория, может мешать воспринимать новые идеи. Например, видеоигры становятся причиной агрессивного поведения, сахар повышает гиперактивность детей и т. д.

Мифы звучат знакомо, они похожи на правду и могут быть услышаны от людей, заслуживающих доверие.

Опровергать такие мифы бесполезно. Необходимо построить свое объяснение так, чтобы аудитория сама пришла к нужному выводу.

Для *трансформирующего объяснения*, которое может противоречить мнению аудитории, применяют следующий алгоритм:

1. Установить, во что верит большинство

«Многие считают, что...»

2. Признать правомерность мифа и объяснить его происхождение.

Понять, почему аудитория придерживается подобных взглядов. Не нужно обижать аудиторию, подвергая сомнению ее взгляды.

«Как, вероятно, многие из вас знают...»

3. Признать неудовлетворительность существующих взглядов.

Объяснить, почему объяснение неудовлетворительно.

– Объяснить свою позицию.

Сэм Хорн и Стефани Палмер в своих книгах убеждают читателя, что «elevator pith» или «презентации в лифте» не эффективны. Изложить их аргументы по алгоритму трансформационного объяснения можно так:

Существует расхожее мнение, что «презентации» или «речи в лифте» – эффективный способ донести свою информацию. Многие тренеры предлагают заранее сделать заготовки подобной речи. Наверняка вам встречалось задание: «представьте себе, что вы встретили в лифте потенциального клиента, что бы вы ему рассказали о себе...»

Как, вероятно, многие из вас знают утверждение об успешности «презентации в лифте» основано на истории, что именно таким образом основатели Google получили финансирование для своего проекта. И сегодня есть ряд мероприятий, вроде Битвы Стартапов, где в регламенте предусмотрены короткие презентации. Потенциальные инвесторы не хотят тратить много времени и желают услышать о выгоде проекта как можно быстрее.

Вместе с тем «презентация в лифте» – это всего лишь заманчивый термин. Мало кому удастся использовать ее эффективно. Большинство же терпит фиаско.

И на то есть несколько причин:

1. Вы проводите презентацию не в том месте (лифт не самое подходящее место), не перед теми людьми (пассажиры лифта не всегда настроены вас слушать), и не тех вещей (проектов, которые не всегда интересны собеседнику);

2. «Презентация в лифте» – это монолог, прочитанный перед незнакомыми людьми. А выступать перед тем, кого не знаешь – это не вариант. Так как нет возможности соотнести свою презентацию с собеседником и выяснить, чего он хочет.

Доступ к собеседнику на мгновение – это не шанс. Выступление перед незнакомым человеком – это не шанс.

Презентация должна состояться в нужное время и в нужном месте. Для этого необходимо:

– Заменить презентацию (монолог, по сути) на тизеры и трейлеры. Они позволят заинтересовать собеседника, начать диалог.

– Лучше начинать разговор не с информации о себе, а попросить совета или предложить рассказать о чем-то, что интересно собеседнику.

– Не замыкать реплики на себе, а переводить на разговор о собеседнике.

Правильно организовав первый разговор, можно узнать человека и договориться о встрече, на которой он выслушает Вашу презентацию в нужное время и в нужном месте. Как работает алгоритм на деле:

Установить, во что верит большинство	Существует расхожее мнение, что «презентации» или «речи в лифте» – эффективный способ донести свою информацию. Многие тренеры предлагают сделать заранее заготовки подобной речи. Наверняка вам встречалось задание: «представьте себе, что вы встретили в лифте потенциального клиента, что бы вы ему рассказали о себе...»
Признать правомерность мифа и объяснить его происхождение	Как, вероятно, многие из вас знают утверждение об успешности «презентации в лифте» основано на истории, что именно таким образом основатели Google получили финансирование для своего проекта. И сегодня есть ряд мероприятий, вроде Битвы Стартапов, где в регламенте предусмотрены короткие презентации. Потенциальные инвесторы не хотят тратить много времени и желают услышать о выгоде проекта как можно быстрее.
Признать неудовлетворительность существующих взглядов. Объяснить, почему объяснение неудовлетворительно.	Вместе с тем «презентация в лифте» – это всего лишь заманчивый термин. Мало кому удастся использовать ее эффективно. Большинство же терпит фиаско. И на то есть несколько причин: • Вы проводите презентацию не в том месте (лифт не самое подходящее место), не перед теми людьми (пассажиры лифта не всегда настроены вас слушать) и не тех вещей (проектов, которые не всегда интересны собеседнику); • «Презентация в лифте» – это монолог, прочитанный перед незнакомыми людьми. А выступать перед тем, кого не знаешь – это не вариант. Так как нет возможности соотнести свою презентацию с собеседником и выяснить, чего он хочет.
Объяснить свою позицию	Доступ к собеседнику на мгновение – это не шанс. Выступление перед незнакомым человеком – это не шанс. Презентация должна состояться в нужное время и в нужном месте. Для этого необходимо: • Заменить презентацию (монолог, по сути) на тизеры и трейлеры. Они позволят заинтересовать собеседника, начать диалог. • Лучше начинать разговор не с информации о себе, а попросить совета или предложить рассказать о чем-то, что интересно собеседнику. • Не замыкать реплики на себе, а переводить на разговор о собеседнике. Правильно организовав первый разговор, можно узнать человека и договориться о встрече, на которой он выслушает Вашу презентацию в нужное время и в нужном месте.

Как донеси свое послание аудитории

Для каждого послания, будь-то история, рассказанная устно, текст или презентация важна **ключевая фраза** – легкая для воспроизведения цитата, находящая отклик у аудитории. Она

- Сжато формулирует мысль, которую Вы хотите донести;
- Призывает аудиторию к нужному действию;
- Побуждает людей распространять ее;
- Может служить заголовком.

Сэм Хорн дает такие советы по созданию ключевой фразы:

1. Выжимка. Сократите свой призыв до 8 слов.

2. Ритм. Расположите ударные слоги так, чтобы вашу фразу легко было повторять.

Например:

«Заметил – сообщи», «Здесь нет мам. Поел – убери сам».

3. Аллитерация. Используйте слова, которые начинаются с одного звука. Например: «Чрезвычайно чайный вкус».

4. Рифма. Например: Избавившись от шелухи, сложите все слова в стихи.

5. Пауза и интонация. При произнесении сопроводите Вашу фразу необходимыми модуляциями.

На основе ее советов можно создать ключевую фразу для данной книги: «Алгоритмы сторителлинга – легко создавать, интересно воспринимать».

Используя ключевую фразу можно составить **карту послания**:

КЛЮЧЕВАЯ ФРАЗА +3 АРГУМЕНТА.

Например:

Lush – делает косметику и мыло ручной работы. Ее продукция Натуральная (делается только из природных компонентов), Экологически чистая (не вредит окружающей среде), Социально ответственная (компания часть бюджета тратит на нужды общины).

Карта послания выглядит так:

Ключевая идея	Lush – делает косметику и мыло ручной работы.	Послание, которое должна усвоить аудитория (6 слов, 37 символов с пробелами)
Аргумент 1	Ее продукция Натуральная	Расшифровка: делается только из природных компонентов
Аргумент 2	Экологически чистая	Расшифровка: не вредит окружающей среде
Аргумент 3	Социально ответственная	Расшифровка: компания часть бюджета тратит на нужды общины

Каждое утверждение может быть дополнено пунктами для более детального рассказа (фактами, статистикой, историями и т.д.).

Как работает послание на примере книги «Алгоритмы сторителлинга»

		Расшифровка
Ключевая идея	Алгоритмы сторителлинга – легко создавать, интересно воспринимать.	Послание, которое должна усвоить аудитория
Аргумент 1	Вы получаете пошаговые инструкции для создания историй,	Вам не нужно прилагать титанических усилий, ждать пока придет вдохновение, достаточно следовать простому и понятному алгоритму
Аргумент 2	Изучаете кейсы, подобранные к инструкциям,	Составленные примеры покажут Вам, как можно создать историю, следуя алгоритму, т.е. теория разбавлена практикой
Аргумент 3	Создаете собственные истории и проверяете их по чек-листам	Хорошая история – это набор элементов, расставленных в правильном порядке. Насколько они присутствуют в Вашей истории, Вы сможете проверить при помощи чек-листов

Послание с использованием 3-х аргументов достаточно просто и используются как для выступлений, так и написания текстов.

Например, Билл Мерфи – исполнительный директор Some Spider Studios (компания №44 в топ-100 самых влиятельных медиа компаний США) в своих советах по созданию коротких выступлений советует выбирать не более 3-х пунктов, которые стоит донести до публики.

Для подготовки короткой речи он предлагает следующий алгоритм:

1. Разбери информацию.

Избавься от искушения рассказать обо всем в короткой речи. Если у тебя 5 минут, выбери не более 3 пунктов.

2. Планируй и репетируй.

Не важно, сколько у тебя времени на подготовку 5 дней или 30 секунд. Потрать их на планирование. Хорошая короткая речь требует долгого планирования.

3. Установи ограничения.

От времени, которое тебе отвели, отними 20%. Сосредоточься на оставшемся.

4. Используй указатели.

Для 5 минутной речи используй 1-минутные интервалы, где будешь обращать внимание публики на самое важное.

5. Показуй, а не рассказуй.

В короткой речи используй несколько фото или предметов, на которых аудитория может сосредоточиться. ПРИМЕР: Не «Вчера мы заключили важную сделку», а «Эта ручка сделала вчерашний день историческим. Нею мы подписали...»

6. Сделай это личным.

Не бойся эмоций. Включай свой голос, когда нужно. Если новость хорошая, покажи, как ты горд. Если плохая – покажи, как ты огорчен.

7. Громко и отчетливо.

Вовлекай аудиторию. Поинтересуйся, хорошо ли тебя слышно.

Питч или не питч. Как рассказать о себе

Питч – короткая презентация с целью установления делового контакта, продажи идеи, товара или услуги.

Короткий рассказ о себе при знакомстве должен не просто привлечь внимание собеседника, но и оставить в его сознании ассоциацию вас с определенным видом деятельности. Он может быть составлен как в виде традиционного питча, так и в виде короткой истории.

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.