



# **СИЛА УБЕЖДЕНИЯ**

## **101 совет ПО СТОРИТЕЛЛИНГУ**



**КИРИЛЛ ГОПИУС**



**Кирилл Павлович Гопиус**  
**Сила убеждения. 101**  
**совет по сторителлингу**  
**Серия «Деловой бестселлер (Питер)»**

*Текст предоставлен правообладателем*  
*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=19271761](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=19271761)*  
*Сила убеждения. 101 совет по сторителлингу: Питер; Санкт-Петербург; 2016*  
*ISBN 978-5-496-02389-4*

### **Аннотация**

Storytelling буквально переводится с английского как «рассказывание историй». «Но разве байки могут быть убедительными?» – спросите вы. Конечно! Ведь сторителлинг – уникальный коммуникативный, эстрадный и маркетинговый прием, который позволяет использовать медиапотенциал устной речи.

Истории наглядны, отлично запоминаются и создают сильную эмоциональную привязку. Именно поэтому почти в каждом рекламном ролике есть законченный сюжет, призванный сформировать лояльность к продукту.

Из этой книги вы узнаете, как «работают» истории, почему они влияют на эмоции слушателя и убеждают, мотивируют

и вдохновляют лучше, чем приказы, логические доводы или философские рассуждения.

Простые рекомендации, приведенные в ней, помогут вам освоить искусство эффективного взаимодействия с аудиторией, научит убеждать клиентов, рекламодателей и партнеров, легко добиваться желаемого, привлекать новых покупателей, продвигать собственные идеи и выделяться среди коллег.

# Содержание

Вступление	6
Знай, зачем живешь	6
Что такое сторителлинг?	10
Почему сторителлинг?	12
Прикладное значение сторителлинга	15
Конец ознакомительного фрагмента.	18

**Кирилл Гопиус**  
**Сила убеждения. 101**  
**совет по сторителлингу**

© ООО Издательство «Питер», 2016

© Серия «Деловой бестселлер», 2016

\* \* \*

# Вступление

## Знай, зачем живешь

*Александру Сергеевичу хорошо,  
Ему прекрасно.  
Шумит мельничное колесо,  
Боль угасла.  
Баба щурится из избы,  
В небе жаворонки.  
Только десять минут езды  
До ближней ярмарки.  
У него ремесло – первый сорт  
И перо остро.  
Он губаст и учен, как черт,  
И все ему просто.  
Жил в Одессе, бывал в Крыму,  
Ездил в карете.  
Деньги в долг давали ему  
До самой смерти.  
Очень вежливы и тихи,  
Службой замученные,  
Жандармы его стихи  
На память заучивали.  
Даже царь приглашал его в дом,  
Желая при этом  
Потрепаться о том о сем  
С таким поэтом.*

*Он красивых женщин любил  
Любовью не чинной.  
И даже убит он был  
Красивым мужчиной.  
Он умел бумагу марать  
Под треск свечи.  
Ему было за что умирать  
У Черной реки.*  
**Булат Окуджава**

*А вам, дорогой читатель, было  
бы за что умирать, окажись вы  
сейчас январем у замороженной  
Черной реки?*

Задумались?

Смею вас уверить, что будь вы двадцатилетним певчим церковного хора или «негром преклонных годов», в вашем деле найдется уйма историй, за которые вас следовало бы лишить жизни, и еще немного историй, за которые достойно было воскресить.

Удивлены?

Так почему же про Пушкина знают, что он «жил в Одессе, бывал в Крыму...», и про «деньги в долг...» тоже знают, а про вас... И с днем рождения-то не всякий знакомый поздравит. Не знает потому что.

Вы мне, конечно, возразите: Пушкин – наше все, и именно поэтому, как только он навсегда покинул квартиру на набережной Мойки, истории об Александре Сергеевиче хлынули

в народ. Их искали. Их находили. Их придумывали. Как с таким тягаться?

Так, да не так. Истории о вас неизвестны не потому, что вы не Пушкин, а, скорее, вы – не Пушкин, потому что историй о вас не слышал никто, за редким, не влияющим ни на что исключением. А не слышал, потому что ни вы, ни кто-нибудь другой их не рассказываете. А не рассказывает никто, потому что вы в первую очередь их рассказывать не умеете. А не умеете, потому что не тренируетесь. Ане тренируетесь, потому что... Да чего тренироваться-то – подумаешь, истории рассказывать... Как машину водить – знай рули.

Только ответьте мне на вопрос: много ли вы знаете людей, умеющих рассказывать анекдоты (частный случай истории)? Об заклад бьюсь, что даже в окружении блогера-тысячника таких людей раз, два и обчелся... Но вспомните, как обычно после вечера с таким человеком хочется на следующий день прибежать на работу и обрушить на коллег все то красочное разнообразие, в котором вы купались вчера (и хохотали, и плакали, и чуть не аплодировали, и каким милым казался нам тот человек). Да вот только водопада по утру ни разу не случилось. В лучшем случае вспомним один анекдот, да и то так его расскажем, что и самим стыдно.

И это анекдоты. С историями дело обстоит и того хуже, вспомните...

А ведь именно красиво и правильно рассказанная история привлекает к вам внимание, другая, тоже красивая и пра-

вильная, помогает вам завоевать доверие, третья пробуждает веру в вас. И уж потом заветное – вдохновляй и управляй...

Сегодня недостаточно быть просто киноактером, спортсменом, политиком, менеджером, мужчиной или женщиной, чтобы ваше мнение было для кого-нибудь важно. Ваши карманы должны быть наполнены валютой постиндустриального (неократического) общества – человеческим вниманием, а его конвертируют лишь на истории. Ни на цифры, ни на тезисы, ни на статус, ни на харизму. На истории!

# Что такое сторителлинг?

*Сторителлинг – создание и представление своих (личных и корпоративных) историй широкому окружению.*

## **Кодекс сторителлера**

Умей слушать!

Умей слушать, когда все молчат. Тогда говорит Бог. Умей слушать, когда молчишь только ты. Тогда рождаются истории. Умей слушать и тогда, когда ты что-то рассказываешь... Только тогда происходит бракосочетание земли и неба – вы со слушателем становитесь системой, готовой к рождению.

Умей слушать!

Рассказывай истории!

Количество перейдет в качество.

Каждый новый рассказ оттачивает историю, добавляет ей контекстов и создает правильную атмосферу, проявляет героев. После чего проявляются смысл и толк.

Когда же сторителлинг станет сродни дыханию, придет время историй, что спрятаны подальше от внешнего мира, но именно они, выйдя на поверхность, будут для сторителлера и его аудитории целебными.

Рассказывай истории!

Основная заповедь сторителлера: уважай историю!

Проявляй уважительное отношение к тексту истории, будь то буквы, цвета, звуки или люди, как к свершившемуся

божественному акту. Дитя системного взаимодействия...

Нам может казаться, что история неинтересна, что ее стиль не безупречен, что она изобилует грамматическими и фактологическими ошибками, но она есть, а значит, ей разрешено быть.

Уважай историю!

История – слово Божье, истории – ее буквы.

**Гимн сторителлингу**

*История создается сейчас!*

*В пламени племени куется металл ее.*

*Язык племени и языки пламени лизжут окружающее небо,*

*Приглашая его поплясать,*

*Зажигая его энергией.*

*Наши современники еще успеют услышать,*

*Прочесть о нас*

*И всплакнуть благодатно.*

*И именами нашими будет звенеть русский язык!*

*Лети, птица сокол...*

# Почему сторителлинг?

Как правило, когда на моих выступлениях по сторителлингу настает время вопросов, аудитория приходит в замешательство. Вроде все очень интересно. Вроде, понятно и в то же время необычно. Но что с этим делать?

Молчит аудитория. И тогда самый... ну, такой или такая, которые просто не могут не отреагировать, задают один и тот же вопрос с одной и той же менторской интонацией: «Все, конечно, хорошо, но почему нужно использовать слово "сторителлинг" вместо простого русского аналога?» (Тут они еще меняют интонацию на «как мы устали от этих иностранных слов».) Рубль за сто даю, такие люди (которые просто не могут не отреагировать) в обычной речи применяют столько английских калек, сколько и самим англосаксам не снилось, ну да не об этом речь.

Сначала я честно заявлял, что за то время, что изучаю сторителлинг (восьмой год пошел), не нашел адекватного русскоязычного аналога. Тогда тон спрашивающих становился еще более «усталым от недалекости своего окружения вообще и выступающего в частности», коим они и заявляли: «Ну как же, а "рассказывание историй"?»

Теперь же я готов дать полное официальное обоснование термина «сторителлинг».

Начну издалека. Как вы думаете, почему мы сейчас спо-

койно футбол называем футболом, а не пытаемся придумать аналог этому слову? Ответ простой: потому, что, когда футбол пришел на нашу территорию, почти никто здесь этим не занимался. Поэтому и слова, обозначающего это занятие, в русском языке не было. Можно было бы, конечно, перевести и foot, и ball, но не думаю, что какой-нибудь ногомеч или мяченог были бы уместнее оригинала.

То же со сторителлингом. В России до совсем недавнего времени им не занимался никто! Ну или почти никто (конечно, в том смысле, в котором сторителлинг изучают и используют за рубежом). Оттого и словосочетание «рассказывание историй» никак не передает содержания сторителлинга.

Что для русского человека рассказывание? Как правило, легкомысленное, ни к чему не обязывающее времяпрепровождение, порой лишенное какого-либо внутреннего смысла и содержания. История? Ну, здесь ближе, хотя слово тоже не русское – от греческого «исследовать», «изучать». Но для русского человека обозначает так много, от глобального до сиюминутного и даже ложного, что без контекста вовсе ничего не обозначает.

Подводя итог: для большинства словосочетание «рассказывание историй» означает не больше, чем «травля баек», «чесание языков». Где здесь продвижение своего имени, привлечение ресурсов и (извините) психотерапия? А главное, где здесь (еще раз извините) деньги? Как тут не вспомнить: «Ты суслика видишь? И я не вижу. А он есть!»

А на Западе сторителлинг – целая индустрия (но об этом я твержу тот же восьмой год).

Надо признаться честно, что я все-таки нашел русское соответствие слову «сторителлинг». Это «представление события» или чуть меньше мне нравящееся, но более короткое – «лицедейство». Но как с этим представлением события, лицедейством, даже на худой конец сказительством пойдешь к серьезным людям, словарь которых пестрит менеджментом, инвесторами, фандрайзингом, донорами, мерчандайзингом, аутсорсингом, прости, Господи. Даже и не думай ходить! Лучше со сторителлингом на кепке...

А завершить свое официальное заявление хочу следующим. Пример с неприятием слова «сторителлинг» характерен. И в нем весь наш великоросский шовинизм, а проще сказать, лень разобраться в чем-то новом. А по мне так лучше заботиться об экспансии своего, нежели о запрещении чужого.

Представление события должно продолжаться!

# Прикладное значение сторителлинга

Сторителлинг – механизм продвижения имени (как имени собственного, так и бренда). Правильные и красивые истории помогают вам пройти путь от привлечения внимания и завоевания доверия через пробуждение веры к возможности вдохновлять и управлять.

Сторителлинг – инструмент фандрайзера. Привлечение любых ресурсов для решения разнообразных – экономических, социальных, идеологических – вопросов не обходится без создания и донесения до «донора» красивой и правильной истории. К каждому «донору» приходите с «его» историей. Историей, в которую он сможет себя вплести (стать ее героем).

Сторителлинг – препарат, обладающий терапевтическим воздействием как на аудиторию, так и на самого рассказчика. Правильная и красивая история помогает наладить системные связи, объединяет членов сообщества и способствует эффективному взаимодействию между ними, независимо от того, насколько велико или мало это сообщество (семья, корпорация, нация).

Сторителлинг создает ценности.

Знакомство со сторителлингом я начал с книги Рольфа Йенсена «Общество мечты», которую прочел, работая в Кувейте, пять лет тому назад. В книге я первый раз увидел это

сакральное слово «сторителлинг» и загорелся!

Книга была о том, что в период изобилия товаров и конкуренции именно правильно и красиво рассказанная история создает основную добавочную стоимость любому товару. В этом я вскоре убедился, отдыхая на Кубе. В одном из баров бармен с порога начал мне рассказывать о том, что это любимое заведение Хемингуэя, что тут он любил отдыхать и писать свои бессмертные произведения и какой талантливый писатель «старина Хэм», жаль, что так грустно закончил. Мне очень понравился рассказ, и поэтому я не слишком удивился, когда за трехдолларовый «дайкири» (любимый коктейль писателя) мне пришлось заплатить четыре.

Уверен, что тот бармен и слыхом не слыхивал про сторителлинг, но это не значит, что он может без него обойтись. Позже я узнал и о других прикладных аспектах этой науки.

Рассказывание историй помогает привлекать ресурсы (материальные, интеллектуальные, человеческие), создавать и продвигать имена (физические, корпоративные, религиозные), и наконец, с помощью историй можно лечить себя и свое окружение. К тому же истории – это еще и главным образом общение. Обратите внимание на то, как общается молодежь. ICQ и СМС – это удобно, быстро и дешево. «Вау» и смайлик победили в том числе и потому, что рассказывать-то особенно нечего. Но какой энергией можно обменяться через смайлик? И энергия тухнет во внутреннем мире молодого человека. Исчезает то, что я бы назвал гигиеной

чувств! Агниение приводит к отсутствию желаний, смерти.

Только рассказывая истории, можно полноценно обмениваться энергиями, из которых рождается жизнь. Так что если вы обратите внимание, то истории создают не только добавочную стоимость товарам на рынке, но и вообще любые ценности, от материальных до религиозных.

# 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.