



Информационный бюллетень

для НКО
РЕЦЕПТЫ

Сторителлинг: что это такое и зачем он нужен

В далеком 1996 году Билл Гейтс сказал фразу, ставшую знаковой и крылатой: «Контент — это король». Именно тогда информация была вновь признана ценным ресурсом, и все, активно живущие в инфомире, начали производить контент. И сейчас стало намного сложнее выделиться в огромном потоке сообщений, новостей, публикаций...

Один из способов сделать это сегодня — использовать сторителлинг.

В переводе с английского сторителлинг (storytelling) означает рассказывание историй. Однако не каждую рассказанную историю можно отнести к сторителлингу. Как правило, в этот жанр входят цепляющие истории, воздействующие на эмоции и чувства и имеющие определённую структуру.

Сторителлинг можно применять в любой сфере нашей жизни, в некоммерческом секторе.

В этом выпуске

СТОРИТЕЛЛИНГ

Сторителлинг: что это такое и зачем он нужен

Задачи сторителлинга. Как писать в жанре сторителлинга. Сторителлинг в форме отзыва.

Стр.1

Сторителлинг для НКО: интересное и полезное

Полезные материалы по теме

стр.3

*Над выпуском работали:
Ирина Замышляева,
Елена Фомина,
Надежда Максименко*

Главное в сторителлинге

Захватить внимание читателя, зрителя, слушателя с первой секунды и держать его на протяжении всей истории, вызывая симпатию к главному герою; донести до пользователей основную мысль так, чтобы они отождествляли себя с главным героем и сопереживали ему.

Задачи сторителлинга

- привлекать и удерживать внимание целевых групп
- устанавливать эмоциональную связь с благополучателями
- формировать знания о компании или продукте
- воздействовать на мышление аудитории
- повышать узнаваемость проектов и команды
- создавать доверие со стороны аудитории к организации
- работать с распространёнными возражениями

Сторителлинг в маркетинге

Это прием, который использует медиапотенциал с целью эффективного донесения информации через истории и примеры. Это умение создавать высококачественный и хорошо читаемый контент. Это метод общения с потребителями, построенный на рассказах, которые должны привести к решению воспользоваться именно вашими услугами. Купить именно ваш товар. В маркетинге, как правило, применяются короткие истории. Причем они не всегда подаются при помощи текста, иногда для этого используются видеоролики, комиксы, инфографика и другие медиаформаты.

Сторителлинг в некоммерческом секторе

Сегодня уже традиционным стало использование этого приема для презентации социальных проектов НКО в публичном пространстве и в целях нетворкинга для выстраивания доверительных и долгосрочных отношений.

Кроме того сторителлинг - один из инструментов прямого фандрайзинга: организация может рассказать историю своего подопечного, сотрудника или волонтера и подчеркнуть важность поддержки работы некоммерческой организации. Сторителлинг в благотворительности работает по тем же принципам, что и в драматургии, и в психологии, и в маркетинге.

Как писать в жанре сторителлинг

Перед тем, как начать писать истории в жанре сторителлинг, нужно определиться с критериями, которым отвечает качественная история. Так, хороший сторителлинг:

- способен развлечь аудиторию (захватывает внимание слушателя и заставляет его следить за ходом истории);
- наделён образовательной функцией (пробуждает любопытство, даёт аудитории новые знания);
- универсален (обращается ко всей аудитории в целом и вызывает чувства и эмоции, которые понятны и знакомы большинству);
- отличается чёткой структурой (истории должны быть логично выстроены, а их посыл — понятен настолько, что аудитория без проблем его воспринимает);
- запоминается.

При этом любая история должна включать в себя три обязательных элемента:

- **Персонажи.** В истории должен быть хотя бы один персонаж, с которым слушатель сможет соотнести себя, т.е. поставить себя на его место и понять его мотивы. В идеале зритель должен сопереживать герою, чтобы между ними выстроилась эмоциональная связь, и цель истории была достигнута.
- **Конфликт/проблема.** Герой истории непременно сталкивается с какими-либо трудностями или попадает в неоднозначную ситуацию. Это и есть конфликт. Его задача:

вызвать у слушателей чувство сопричастности, настроить их на определённую эмоциональную волну для лучшего убеждения.

- **Развязка.** Конец истории может быть как позитивным, так и негативным, однако он всегда подводит некие итоги. Развязка также может содержать призыв к действию, будь то предложение сделать пожертвование в пользу благотворительного фонда, оформить подписку на получение регулярных новостей и т.д.

Сторителлинг в форме отзыва

Отзыв, как известно, — это письменное либо устное высказывание, основанное на выражении личностного эмоционально-оценочного отношения к увиденному, услышанному или пережитому опыту. Это мнение о ком-нибудь или о чем-нибудь, анализ, разбор, оценка продукта или оказанной услуги. В некоммерческом секторе отзыв - это вид обратной связи от благополучателей на участие в инициативах, проектах, мероприятиях НКО. Автор рассказывает о своем впечатлении, эмоции, настроении, мнении - «от первого лица» - как непосредственный участник. Или как наблюдатель пересказывает истории других людей — персонажей в сюжете, основанном на реальных событиях.

Есть отзывы, которые работают круче веских преимуществ, убедительных аргументов и доказательств. Это истории.

Их изучают, чтобы наблюдать за опытом других и брать оттуда полезное: продуманные истории пользуются успехом в бизнесе, маркетинге, журналистике.

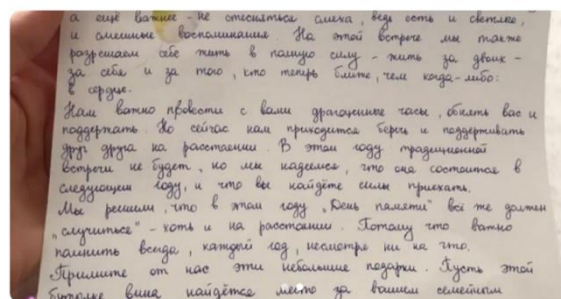
Им доверяют, потому что разделяют эмоции и настроение: яркие истории живых людей и реальных событий создают близость с аудиторией.

Их перечитывают и ими делятся: искренние истории берут за душу и открывают сердца, как в статье «**Диана, которая изменила наш мир**», ставшей победителем конкурса «Щедрая история» 2020 года: «Здравствуйте. Меня зовут

Марина Коноваленкова. Я живу в г.Боготолё Красноярского края и я хочу рассказать свою историю. Для нашей семьи эта история очень горькая, трудная, НО мы поняли, что ОНА УЖЕ НЕ ТОЛЬКО ЛИЧНО НАША. Почему? А потому, что рядом с нами оказалось столько добрых, щедрых людей, которые протянули руку помощи, не дали впасть в отчаяние, помогли найти силы» - всю историю можно прочесть по ссылке: <https://www.givingtuesday.ru/my-giving-story/1350>

www.givingtuesday.ru Диана, которая изменила наш мир | #ЩедраяИстория

Диана, которая изменила наш мир



Здравствуйте. Меня зовут Марина Коноваленкова. Я живу в г.Боготолё Красноярского края и я хочу рассказать свою историю.

СТОРИТЕЛЛИНГ ДЛЯ НКО: ИНТЕРЕСНОЕ И ПОЛЕЗНОЕ

Уважаемые читатели, ниже несколько материалов по теме, которые могут быть интересны и расширят ваше понимание, что такое сторителлинг для НКО. Вы можете прочитать все материалы полностью, нажав на ссылки в тексте.

Как рассказывать истории про НКО

«У некоммерческих организаций, как правило, есть прямой доступ к интересным сюжетам и героям. Это дает им возможность активно использовать формат сторителлинга, то есть рассказывать истории. Смысл при этом стоит на первом месте. Если у вас нет темы и персонажа, никакой формат вас не спасет. Весь этот сторителлинг — это форма, это один из способов рассказывать о том, что вас волнует... В основе всего этого лежит внимание и понимание, для кого вы это делаете и зачем», - Оксана Силантьева, мультимедийный продюсер и

медиатренер, основатель лаборатории мультимедийного опыта «Силамедиа».

Читать полностью:

<https://www.asi.org.ru/news/2019/10/28/storitelling/>

Путь героя (Hero's Journey) в сюжетах НКО

Для общественной организации важно уметь рассказывать истории своих подопечных, вдохновлять других людей на действия и мотивировать их на помощь в сложной жизненной ситуации незнакомому человеку. Для создания вовлекающих историй авторам стоит познакомиться с законами драматургии. Разобраться в этом жанре вам поможет концепция мономифа американского исследователя мифологии Джозефа Кэмпбелла. Две самые знаменитые его работы – «Герой с тысячью лицами» и «Маски Бога». В них он утверждает, что любая хорошая история по структуре схожа с другими хорошими историями. Кэмпбелл был уверен, что все давно уже изобретено и любое отклонение от данной структуры заставляет зрителя или читателя недоумевать», - корреспондент Теплицы социальных технологий Наталья Баранова изучила, как НКО могут использовать в своей практике структуру мономифа.

Читать полностью:

<https://te-st.ru/2017/02/06/storytelling-technique-monomyth/>

Зачем НКО уметь рассказывать истории и как этому научиться

Татьяна Зверева, автор книги «Фандрайзинг для начинающих: как искать средства на благотворительный проект» из серии «Азбука милосердия»: «Сила сторителлинга в том, что человеческое сознание воспринимает хорошо рассказанную историю всерьез, т.е. для нашего мозга нет принципиальной разницы, сам ли рассказчик побывал в этой ситуации или это всего лишь рассказ. Хороший рассказ полностью погружает человека в переживания, заставляет его испытывать эмоции, переживать вместе с рассказчиком, визуализируя происходящее,

ассоциируя себя с героями, подобно тому, как это происходит и при просмотре кино. Хорошая история всегда выразительна, увлекает слушателей, хорошо запоминается, точно доносит главное содержание. В результате через историю гораздо нагляднее и яснее можно донести любую идею, поскольку слушатель воспринимает ее уже как свою».

Читать полностью:

<https://www.miloserdie.ru/article/sila-storitellinga/>

Как рассказывать историю легко и интересно. 8 советов от экспертов

«Сторителлинг, или «рассказывание историй» – действенный прием для продвижения некоммерческих организации, событий и брендов. Музеи и другие культурные учреждения могут добавить элементы сторителлинга в экспозицию, в сценарий мероприятия. НКО могут использовать сторителлинг для привлечения аудитории – в социальных сетях, в рекламной кампании», - эксперты Открытого лектория «Культура 2.0» объяснили, как использовать сторителлинг в социо-культурных проектах.

Читать полностью:

<https://vc.ru/marketing/336742-kak-ispolzovat-storitelling-v-kulturnyh-proektah-8-sovetov-ot-ekspertov>

17 правил интересной визуальной истории

«Попробуйте свои силы в сторителлинге с графическими инструментами Canva! Чтобы создать цепляющую историю, не нужно становиться профессиональным писателем или сценаристом. Мы разобрались в ключевых принципах, которыми пользуются создатели историй в Disney, Pixar и Голливуде и собрали их в большой ультимативный гид. Сторителлинг — это не сложно. Убедитесь сами!», - для хорошей истории важны сразу несколько составляющих — конфликт, герои и мир вокруг них. Разберем их по порядку вместе с редакцией платформы Canva (онлайн-инструмент для дизайна и публикаций, цель которого — дать возможность любому

человеку творить и публиковать свои работы где угодно)

Читать полностью: .

https://www.canva.com/ru_ru/obuchenie/storitelling-17-pravil/

Уважаемые читатели, мы хотим предложить вам прочитать одну историю.

43-летняя москвичка Елена Догузова, управляющая рестораном «Простые вещи», написала пост про свою эпилепсию в один из декабрьских дней в канун Нового года. За пару дней текст набрал тысячи лайков. «Люди поняли, что эпилепсия – это рядом, это может случиться с каждым и она не заразна».



«...Это было под Новый год. Иду я вечером одна по улице из магазина, и такое на меня отчаяние накатило, передать не могу. Темно, везде огоньки новогодние. А я навзрыд, в голос, как зверь просто реву. Мне 21 год. Я живу у мамы с

двухмесячным ребенком. В комнате без туалета и горячей воды. Я была на грани того, чтобы подойти к любому человеку и спросить: ну что, что мне делать? Поэтому я пишу этот пост. Для тех, кто в слезах на зимней одинокой скамейке».

«Я не ожидала такого резонанса, – говорит Елена. – Только в фейсбуке в первые дни ответила на сотни сообщений в личку. Несколько дней очень мало спала, работу же никто не отменял. Но понимала, как важно написать каждому. Самый распространенный комментарий: „Спасибо большое, мы теперь знаем, что чувствуют наши дети в это время“».

Предлагаем вам прочесть весь текст на сайте Милосердие.ru

<https://www.miloserdie.ru/article/moya-razbitaya-mnogo-raz-golova-yazyk-eto-ochen-bolno-otkolotye-zuby-sinyaki-ot-padenij-i-shishki/>

СТОРИТЕЛЛИНГ — ВДОХНОВЕНИЕ И ТВОРЧЕСТВО

Даже ежедневную рутину можно превратить в увлекательную историю, если понимаешь задачи и получаешь от процесса удовольствие. Потому что главный смысл сторителлинга — открытое живое общение, которое воодушевляет читателя, зрителя, слушателя. Пишите истории. Учитесь на своих и чужих ошибках, переписывайте. Вдохновляйтесь результатами, собирайте в копилку ценные советы, делитесь опытом и наблюдениями, пишите искренние и яркие истории. Проверьте: слышит ли вас Вселенная? А благополучатели?

Информационный бюллетень №1 (27) 2022 подготовлен МОО ЦРТ «Сотрудничество» в рамках проекта «Спроси обратную связь!», поддержанного в конкурсе социальных проектов грантовой программы Красноярского края «Партнерство» в 2021 году. Наш адрес: 660075, г.Красноярск, ул.Маерчака, 3, офис 210, тел./факс: (391) 211-91-50, 241-70-16, эл.почта: kccp@kccp.ru, сайт: <https://kccp.ru>, ВКонтакте: https://vk.com/sotrudnichestvo_krsk