

Зміст

ПЕРЕДМОВА	4
ВСТУП	5
ЧАСТИНА ПЕРША. Епоха сторітелінгу	7
Глава 1. Що психологія і нейрофізіологія знають про сторітелінг	7
Глава 2. Що ж таке STORY	16
Глава 3. Найпростіша формула сторітелінгу	20
ЧАСТИНА ДРУГА. Сторіноміка	24
Глава 4. Маркетинг від зародження до кризи	24
Глава 5. Маркетинг найближчого майбутнього	28
Глава 6. Сторімейкінг	34
Глава 7. Рекламні ролики під рентгеном сторітелінгу	37
Глава 8. Розгорнута формула сторітелінгу	44
Глава 9. Як знаходити історії про компанії	48
Глава 10. Історії про соціальну місію	60
Глава 11. Історія про продукти	64
Глава 12. Story споживачів	68
Глава 13. Сторіфікація внутрішньої комунікації	72
ЧАСТИНА ТРЕТЯ. Персонажі історій	90
Глава 14. Теорія архетипів	92
Глава 15. Триумвірат архетипів	146
Глава 16. Архетипи у нашому житті	152
Глава 17. «Примірка» архетипів на себе та інших	208
ЧАСТИНА ЧЕТВЕРТА. Технологія посилення історії	220
Глава 18. Робота з деталями	221
Глава 19. Художні прийоми	227
Глава 20. Авторські прийоми	238
ЧАСТИНА П'ЯТА. Майбутнє вже настало	270
Глава 21. Футурологія помічна стратегуванню бізнесу і власного майбутнього	271
Глава 22. Людина майбутнього	285
ВИСНОВКИ	291
Додаток	292

Які причини спонукали вас відкрити цю книгу?

Звернули увагу на слово «сторітелінг» у назві? Щось чули про прикольного автора? Просто з цікавості?

У будь-якому випадку, вітаю! Ви тримаєте в руках носій інформації, який допоможе зорієнтуватися в сучасному світі.

Чим би ви не займалися: знаходитеся на вершині кар'єри чи на початку дорослого життя, шукаєте новий напрямок для самореалізації чи плануєте черговий життєвий злет, вважаєте раціональність найбільшою чеснотою чи розвиваєте власну креативність – ця книга стане вам опорою та мапою реальності.

Обіцяю, ретельне прочитання цієї книги дасть не менше для самопізнання, аніж сеанси з психотерапевтом. Вона стане практичним джерелом для будь-якого роду вашої діяльності: від бізнесу до письменництва. Її захочеться ковтнути, як захопливий роман. Але прошу: споживайте порціями – ваш мозок має осягнути інформацію, щоб зробити її частиною своєї операційної системи.

*З великим бажанням бути корисною
ваша Еліна Слободянюк*

ВСТУП

*Без історій світоустрій зрозуміти годі.
Вілл Сторр «НАУКА сторітелінгу»*

Найпростіше та найширше визначення поняття Storytelling — розповідь історій, якщо глибше — транслявання сенсів через історії. Ризикну заявити, що це поверхове визначення.

Обґрунтую свою точку зору. Для цього розглянемо публічний шлях сторітелінгу, про який усі говорять, але мало хто справді розуміє.

Введенням терміну storytelling ми зобов'язані Девіду Армстронгу, керівникові концерну Armstrong International. Як топменеджер, він постійно був занепокоєний тим, як вводити нових співробітників у колектив. Як і більшість керівників, він бачив, що новачки не хочуть вникати в посадові інструкції від керівництва компанії. Зате вони охоче слухають і спонтанно запам'ятовують розповіді про те, як співробітники компанії поводитися в критичних ситуаціях, справлялися з труднощами, знаходили незвичайних клієнтів і т. ін.

Армстронга осягнуло, і він зібрав історії про свою команду до збірки «Посібник з роботи», яку почали давати всім новачкам замість сухих інструкцій.

У 1992 році Девід Армстронг випустив книгу «MBSA: Managing by Storying Around», в якій вперше і прозвучав термін «сторітелінг».

У 2010 році сторітелінг був піднятий на прапори маркетингу як новація та панацея. Про нього почали говорити всі, при цьому часто сприймаючи це явище фрагментарно та спотворено.

Як історик за освітою, я зі щирим подивом спостерігала за цим процесом. Намагалася пояснити всю глибину феномену сторітелінгу колегам — спеціалістам із комунікацій. Мене слухали, але не дослухалися. І раптом підтримка прийшла з несподіваного боку.

У своїй книзі «21 урок для XXI століття» найзнаменитіший історик і футуролог Ювал Ной Харарі написав те, про що

я охрипла говорити: «Homo sapiens можна визначити як тварину, яка вигадує історію. Його мислення будується на історіях, а не на цифрах та графіках. Навіть сам Всесвіт люди представляють у вигляді історії, що рясніє героями і лиходіярами, конфліктами і примиреннями, кульмінаційними моментами і хепі-ендами. Коли ми шукаємо сенс життя, нам потрібна історія, яка пояснює, що таке реальність і яка моя роль у космічній драмі. Ця роль робить мене частиною чогось більшого, ніж я сам, і надає значення всьому моєму досвіду та вибору».

Сторітелінг — не один із інструментів маркетингу, а протилежність того, чим його вважають. Насправді сторітелінг — базовий інструмент пізнання світу людством. Якщо уважно придивитися до історії цивілізації, то стане очевидним, що це саме так. А сучасна наука перебуває на такому рівні розвитку, що може пояснити, чому так.

Для мене, безперечно, сторітелінг — усвідомлюємо ми це чи ні — основа людського сприйняття світу. І в третьому тисячолітті — в епоху максимальних змін — маркетинг і всі сфери людського життя очікують на глобальну трансформацію, а сторітелінг переживе все! І взагалі, любов до історій може зникнути лише разом із людством.

Сторітелінг двоїстий механізм. Інтуїтивно зрозумілий, він виявляється важко збагненим для застосування.

Наберіться терпіння: у цій книзі ми пройдемо з вами шлях від поступового розуміння його сутності до оволодіння навичками сторітелінгу. Задіювати ці навички можна буде в усіх галузях життя: від виховання дітей до бізнесових перемог, від самоусвідомлення до письменництва.

Робота побудована так, що технологія сторітелінгу буде пропущена через безліч історій, які формують нашу реальність і вплинуть на майбутнє. Кожен приклад, з одного боку, проілюструє, як застосовується сторітелінг, з іншого — своїм змістом поповнить знання про світ, необхідні сучасній людині.

ЧАСТИНА 1

ЕПОХА СТОРІТЕЛІНГУ

*Схильність до розповідності — така ж невід’ємна частина людської природи, як дихання та кровообіг.
Антонія Байєтт,
письменниця, лауреат Букерівської премії*

Сторітелінг був властивий людству з появи мови, й у третьому тисячолітті його роль лише посилиться. Відтак 21 століття, ймовірно, стане ерою штучного інтелекту, але витіснити сторітелінг з життя вдасться тільки у разі повного руйнування соціуму.

Готуючись до майбутнього, потрібно брати з минулого лише працюючі системи. Сторітелінг одна з них. Більше того, в умовах інформаційного навантаження це один із небагатьох підходів, здатних утримувати увагу людей.

(Наступні кілька сторінок присвячені науковому дослідженню першоджерел сторітелінгу. Найбільш нетерплячі можуть пропустити першу главу і починати читати з другої. А до першої можна буде повернутися у момент, коли виникне потреба повністю осягнути систему).

Глава 1

Що психологія і нейрофізіологія знають про сторітелінг

*Історія схожа на комп’ютерну програму, яку ви завантажуєте в чийсь свідомість для того, щоб людина могла сама її запустити.
Сімонс Аннет «Сторітелінг.
Як використовувати силу історій»*

Чому сторітелінг — сутність людини? Розглянемо питання з наукової точки зору. Не лякайтеся: психологія та нейрофізіо-

логія — це легко, зрозуміло та захоплююче. У найближчі дві хвилини ви в цьому переконаєтесь: wow-ефект гарантую.

«Історії стали ключовим фактором еволюції, фактором навіть важливішим за великий палець... Історії роблять нас людьми не в переносному, а в буквальному сенсі». Ці слова Лізи Кроун із книги «З першої фрази. Як захопити читача, використовуючи когнітивну психологію», на перший погляд, здаються пишномовною метафорою, але при заглибленні в тему вражають лаконічною точністю.

Насправді вона спирається на наукові дослідження психолога Ніколаса Еплі, який впевнений: «Наш вид завоював Землю саме завдяки вмінню розуміти інших, а не завдяки відстовбурченим великим пальцям рук чи вправності у застосуванні знарядь праці»¹.

Homo sapiens єдина тварина, яка здатна передавати свої знання не лише демонстрацією дій, а й вербально.

Виявилось, що ефективніше передавати знання та досвід саме у формі історії. Мозок людини, в першу чергу, «виробник історій — а не логічних конструктів», — визнає професор Джонатан Гайдт².

Наші далекі пращури, сидячи біля вогнища, навіть не знали таких слів, як «досвід» чи «історія», вони діяли інтуїтивно, природно. І історія про те, як убили мамонта списом в око, можливо, була першою технологією полювання, переданою вербально. Після задоволення первинних потреб (що їсти, як полювати, якою травою лікуватися) у *Homo sapiens* виникло бажання пояснити світ. Про те, як організований світ, що оточує перших усвідомлених людей, теж розповідали історіями. Кожна локальна давня цивілізація має свої міфи зі своїми творцями і героями, але всі вони — історії! (Причому з дуже схожими сюжетами).

«У давнину люди складали історії, щоб якось пояснити те, що відбувається, і лише потім почали думати по-науковому. Міфологія старша за філософію», — нагадав Рольф Добеллі у своїй книзі «Мистецтво ясно мислити».

¹ Mindwise. Nicholas Epley. — Penguin, 2014. XVII.

² The Righteous Mind. Jonathan Haidt. — Allen Lane, 2012. 281.

По суті, коли Девід Армстронг говорить про сторітелінг організацій, він має на увазі щось максимально близьке історіям, що створюються у древньому племені. І у третьому тисячолітті продовжують народжуватися свої міфи.

Оскільки *Homo sapiens* не мали великої фізичної сили, надгострих зубів і пазурів, то вижити вони могли лише у співпраці з представниками свого виду. Вигоди не конфлікту, а співпраці вимагали удосконалення комунікації, розвивали мозок та змінювали людські хімічні процеси виробництва гормонів.

«Згідно з відкриттям у галузі нейрофізіології, історія затягує і тримає нас завдяки нейронам, які виробляють дофамін і повідомляють, що інтрига почалася»³.

«Найдраматичніші елементи історії підвищують рівень кортизолу — гормону, що відповідає за реакцію «борись або біжи» і серцебиття, що частішає, і що сприятливе або щасливе закінчення історії збільшує вироблення окситоцину — гормону, що посилює задоволення»⁴.

Але навіщо нашому організму ці викиди гормонів? У чому виграш для людства?

По-перше, історії забезпечили людству виживання як біологічного виду. «Історії забезпечують нас багатим досвідом без необхідності переживати насправді небезпечні часом ситуації. У кам'яному віці це було питання життя і смерті: якщо ти чекав, поки досвід навчить тебе, що шарудіння в кущах — це лев, на якого ти полюєш, ти сам ставав свіжою стравою... Історії дозволили нам уявити, що може статися в майбутньому, таким чином до нього підготуватися — це вміння, яким не може похвалитися жодна істота планети»⁵.

Через історії, примітивно озброєні, без кігтів й іклів, *Homo sapiens* змогли організуватися до груп, що перевершують будь-яку зграю тварин. Головне, спільні історії дозволяли порозумітися з одноплемінниками.

Стіни знаменитої печери Шове у Франції покриті 435-а малюнками, що містять сцени з життя первісних людей. Вік най-

³ R. Montague, *Your Brain Is (Almost) Perfect: How We Make Decisions*. — New York: Plume, 2007, 111.

⁴ Девід Хатченс. 9 технік сторітелінгу.

⁵ Ліза Кроун. З першої фрази.

старіших малюнків оцінюється у 36 тис. років. Вже тоді, задовго до винаходу писемності, люди розповідали наступним поколінням одноплемінників історії заради свого виживання. Ці малюнки і зараз можна зчитувати подібно до коміксів.

З найдавніших часів первісні талановиті оповідачі розповідали одноплемінникам, що зібралися біля багаття, три типи історій:

- про епічну боротьбу (небезпечне полювання, бої з ворогами та протистояння руйнівним силам природи);
- про надприродні сили, що контролюють природу;
- міфи про безсмертя у потойбіччі.

Ці теми десятками тисяч років залишаються цікавими для людей. І сьогодні залишаються затребуваними. Наприклад, успішно експлуатується кінематографічний всесвіт Marvel. «Іліаду» та «Одіссею», написану Гомером у IX–VIII ст. до Різдва Христового, екранізують досі.

За тисячоліття історія змінилася не більше, ніж вино. За часів Гомера його наливали з амфор, а зараз — із пляшок. Замість сидіння біля багаття, як у наших предків, ми маємо посиденьки у конференц-залі, кінотеатрі або перед екраном комп'ютера.

Така стабільність — результат того, що точно описав американський нейропсихолог Майкл Газзаніга: «Найкраще мозку виходить ставити себе на місце іншого — здається, що саме для цього він і був створений»⁶.

Тварини реагують на об'єкти навколо них, але людський мозок перетворює саму людину і на об'єкт, і на суб'єкт. Тільки людина, на відміну від тварини, здатна ототожнити себе з героєм історії. За рахунок яких нейрофізіологічних особливостей головного мозку Homo sapiens?

Відомий нейрофізіолог Марко Якобоні — перший дослідник дзеркальних нейронів — відкрив, що вони збуджуються, коли ми спостерігаємо за виконанням якоїсь дії і коли самі починаємо виконувати цю дію: «Ми не просто відзначаємо, як це фізично: наша мета — зрозуміти дію»⁷.

⁶ Gazzaniga. Human, 179.

⁷ Якобоні М. Відбиваючись у людях: чому ми розуміємо одне одного. —

Причому те ж збудження дзеркальних нейронів характерне для людей, коли вони слухають розповідь про подію, а не лише спостерігають за нею!

Дзеркальні нейрони дають нам можливість випробувати те, що відчувають інші люди, ніби ми самі чинимо дію, щоб вміти робити висновки «про чужі знання і з точністю визначати бажання і прагнення оточуючих»⁸.

Журнал «Psychological Science» опублікував результати досліджень: читачі-глядачі історії, яка їх захопила, переживають ті самі почуття, якби це відбувалося з ними.

Wow? Але це ще не все!

Найдивовижніше, що дзеркальним нейронам Homo sapiens неважливо, кого копіювати. Вони готові ототожнювати особистість не тільки з іншими людьми, а й з героями міфів чи персонажами з мультфільму!

І це ще не все!

Історії формують окремих людей та людство в цілому. «Вони заповнили всі структури людських суспільств і культур», — стверджує нейрофізіолог Антоніо Дамасіо⁹.

Яскрава історія здатна змінити свідомість адресата. І якщо ця заява здається вам надміру сміливою, то згадайте книги та фільми, що вплинули на вас особисто. Або на цілі покоління.

Серіал «Друзі» закріпив у свідомості покоління Х перевагу дружніх зав'язків над родинними.

«Секс у великому місті» продемонстрував та затвердив патерн дорослого вільного сексу для жінок та продовження молодості.

Книги про Гаррі Поттера остаточно закріпили глобалізацію, тому що діти всіх цивілізованих країн увібрали цей міф у найуразливішому віці.

Ви можете цього не усвідомлювати, але все, що ми отримали в ході виховання, весь професійний і життєвий досвід —

М.: Юнайтед Прес, 2011.

⁸ Boyd, On the Origin of Stories, 143 (див. ch. 1, n. 8).

⁹ A. Damasio. Self Comes to Mind: Constructing the Conscious Brain. — New York: Pantheon, 2010. 293.

це безліч історій. Про майбутнє ми теж думаємо у формі історії. (Про це поговоримо у завершальній частині книги).

Отже, ми переконалися, що споживання історій є суть людини. Так чому ж сторітелінг вистрілив тільки зараз?

Вважається, що мозок сучасної людини постійно атакується надлишковою інформацією. Дійсно, щодня ми стикаємося з сотнею біт даних. При цьому може обробити сім, вдалий день, і п'ять у звичайний ¹⁰.

Надлишок інформації змусив авторів контенту замислитися, як не загубитися на тлі різноманітного інфошуму? Тобто, як не залишити байдужою свою аудиторію?

В останні роки нейрофізіологи спростували ще одну помилку. Тисячоліттями люди вважали, що розум та емоції – повні протилежності. Сьогодні все більше фахівців згодні з нейрофізіологом Джоною Лерером – «розум існує виключно заради емоцій»¹¹.

В інфошумі помітним стає лише те, що викликає емоції. Знову ж пошлюся на нейрофізіологів: якщо люди не відчувають, вони не мислять.

«Жах, катастрофа, хорор і трагедія». Чи ви пережили після прочитання цих слів негативні емоції? «Радість, свято, щастя!» Чи відчуваєтеся більш позитивно? Нічого не відчули? Це тому, що перераховані узагальнюючі поняття – породження пізніх етапів еволюції людства. Людина не здатна відчувати емоції від називання загальних понять, лише від їх конкретних втілень.

Тому сенс історії – перекладати узагальнене на особисте. Конкретні події, як мінімум, здатні спричинити емоцію. А найвища форма історії – якщо вона нам ще може стати корисною. Якщо ми зіштовхнемося з аналогічною ситуацією, то знатимемо, як реагувати.

Індійський невролог, директор Дослідницького центру вищої нервової діяльності Вілейанур Рамачандран зазначає: «Людей вирізняє здатність візуалізувати. Наш мозок вміє проектувати внутрішню уявну картину чи модель світу, у яко-

¹⁰ Т. Wilson Strangers to Ourselves: Discovering the Adaptive Unconscious.

¹¹ Лерер Д. Як ми приймаємо рішення (див. главу 1).

му ми можемо відрепетирувати майбутні дії, не ризикуючи нажити неприємностей у світі реальному»¹².

Під час Голодомору у 1932-33 роках було втрачено до 7,5 мільйона населення України. За всієї жахливості ці цифри здатні викликати лише хвилинний смуток. Але якщо я розповім вам єдину історію про поїдання трупа дитини, ви не зможете її забути. Ніколи.

Ви знаєте історію Холокосту не за історичними документами, а за фільмами «Вибір Софі», «Список Шиндлера», щоденниками Ганни Франк та книгою «Людина у пошуках сенсу» Віктора Франкла.

Тільки через історію будь-яка подія здатна проникнути в нашу свідомість і навіть закріпитися в підсвідомості. Історія – засіб формування патернів – моделей світосприйняття та поведінки.

Ви пам'ятаєте, скільки людей загинуло під час Другої світової війни? А під час Холокосту? Ні, це не спроба звинуватити вас у черствості, а ілюстрація того, як ми – люди – опрацьовуємо інформацію.

Люди не можуть відчутися трагедію, виражену в цифрах. Як і позитив. Дізнавшись, що на охорону здоров'я додатково буде витрачено 5 мільярдів доларів, ви не відчуєте себе більш захищеними. Тому що доведеться напружитися, поставити уточнюючі питання: наприклад, чи відремонтують мою поліклініку? Дофантазувати результат застосування цих засобів – і тоді, можливо, порадіти. Для усвідомлення загальних даних необхідно напружити мозок і перетворити абстрактні поняття на конкретні історії. І замість того, щоб напружуватися для трансформації даних, мозок воліє ігнорувати інформацію, яка потребує доопрацювання.

Як каже автор книги *Self Comes to Mind* Антоніо Дамасіо: «Тямущий розум ще й дуже лінивий. Якщо він може зробити менше, замість того, щоб зробити більше, він так і вчинить, адже він дотримується філософії мінімалізму, це його релігія»¹³.

¹² Рамачандран В. С. Мозок розповідає: що робить нас людьми. – М.: Кар'єра Прес, 2012.

¹³ Damasio. *Self Comes to Mind*, 121.

Фізіологи не дорікають мозку в лінощах, а лише констатують його еволюційну особливість. Homo sapiens вижив, і його мозок розвивався рівно для того, щоб забезпечити йому це виживання. Марно намагатися щось змінити, необхідно просто враховувати специфіку нашого світосприйняття.

Сенс у тому, що, якщо попросити вас про дещо подумати, ви можете відмовитися. Або вдати, що слухаєте, дивлячись на доповідача скляними від нудьги очима. Але якщо змусити щось відчувати, то ви інстинктивно відреагуєте. Почуття — це мимовільна реакція. Наші почуття говорять нам про те, що має значення, а думкам не залишається нічого іншого, окрім як слідувати за почуттями.

Навіть найправдивіші факти на нас не впливають, тому що нашому мозку лінки їх інтерпретувати. Як і на зорі історії Homo sapiens і в 21 столітті не мислить абстракціями. Умоглядне і вихолощено-узагальнене нам чуже, наше мислення будується на конкретних зображеннях.

Ліза Кроун передбачала, що ви скажете: «Почекайте-но». Деякі люди міркують абстрактно. Вчені, математики, генії, як Альберт Ейнштейн, наприклад. Насправді ж він вивів формулу $E = mc^2$ не через те, що читав Джейн Остін. Ні, він додумався до цього, коли згадав, що дитиною уявляв, як катається верхи на промені світла. А теорія відносності? Він уявив, чи можна впустити монетку в ліфті, що стрімко падає, не надаючи їй додаткового прискорення і не підкидаючи її перед цим у повітря. Ось як сам Ейнштейн описував свій розумовий процес: «Мої здібності пов'язані не з математичними розрахунками, а швидше з візуалізацією різних дій, ймовірностей та їх наслідків»¹⁴. По суті, Ейнштейн брав свого візуалізованого героя та відправляв його у подорож.

Давайте назавжди запам'ятаємо ці дуже важливі слова Лізи Кроун: «Абстрактними поняттями, узагальненнями та абстрактними ідеями захопити складно. Тому що ми не можемо їх уявити, відчувати і в такий спосіб випробувати. Нам доводиться дуже сильно на них зосереджуватися — і нашому мозку це не дуже подобається. Ми схильні вважати абстрактні поняття неймовірно нудними».

¹⁴ Pinker. How the Mind Works, 285 (див. introduction, n. 4).

Ось як це пояснює Майкл Газзаніга: «Навіть якщо вся ваша увага звернена на щось, цього може бути замало, щоб це щось усвідомити. Ось ви читаєте статтю про теорію струн, ваші очі сфокусовані на словах, ви промовляєте їх вголос, але ви все одно не усвідомлюєте її, а, може, ніколи і не усвідомите»¹⁵.

Персоніфікована історія справляє значно більший вплив на наші емоції, ніж безособові узагальнення. Хоча якраз узагальнення можуть охопити у тисячі разів більше даних та смислів. Можна нескінченно описувати навіть таке почуття, як любов. Але якщо не буде конкретної історії, читачі позичнуть та закриють текст.

Це можна назвати магією, але просто варто сприйняти як нейрофізіологічну особливість мозку. Історія бере якусь загальну ситуацію чи ідею та персоніфікує їх за допомогою героїв та подробиць. Причому історії можуть бути трьох видів: реальні, придумані та створені. Наприклад, визначення письменництва може бути таким: це придумування історій. Але навіть найфантазійніші з придуманих романів чи кіносценаріїв спираються на реальні історії, під впливом яких формувався їхній автор. Отож почнемо саме з дослідження реальності.

Навіть знаючи дані ВООЗ, що у світі щороку 12,6 млн людей помирають через забруднення навколишнього середовища, людство не поспішає позбутися одноразового посуду. Але істеричний підліток, який кидає звинувачення в обличчя світовим лідерам, зумів звернути увагу мільйонів людей на проблему краще, ніж ВООЗ.

Помітили? Я навіть не назвала, але ви здогадалися, що йдеться про екоактивістку Грету Тунберг та її виступ на кліматичному саміті ООН.

Це приклад технологічно вивіреного створення story, а дівчинка просто інструмент досвідченого «режисера», здатного створювати сильні історії.

Як це вдається? Для того, що відповісти на це питання, слід почати з іншого: що таке історія? І тут відкривається парадокс: всі інтуїтивно приблизно розуміють, про що йдеться, але визначення можуть дати одиниці.

¹⁵ Gazzaniga. Human, 286 (див. introduction, n. 1).

Глава 2

Що ж таке STORY

*Історія – це мандрівка за істиною.
Пітер Дан, сценарист*

Запитувала «що таке історія?» у сотень людей. Відповідь, зазвичай, починалася словами: «Це подія...» або «Це те, що сталося...»

«Термін історія, так само, як живопис чи музика, здається вам зрозумілим, допоки ми не спробуємо сформулювати їх визначення. Це зіб'є вас з пантелику. Ви ж чули безліч історій, можете навести сотні прикладів, ви розповідаєте історії друзям, колегам та собі щодня! Ви вважаєте, що знаєте, що таке історія, і все одно ваше визначення цього поняття буде, щонайменше, нечітким», – точно зазначив Роберт Маккі у книзі «Сторіноміка. Маркетинг, заснований на історіях, у пострекламному світі».

Щоб зрозуміти, що таке історія, підемо від зворотного. Відкинемо те, що нею не є, хоча дуже схоже.

1. Історія – не процес.

Повідомлення про те, як працює щось (фірми, колектив, агрегат тощо, незважаючи на наявність послідовності деяких дій), – це лише опис процесу. Наприклад, те, як машини збирають на конвеєрі, а потім краш-тестять, це ще не story, а констатація процесу.

2. Історія – не ієрархія.

Опис того, хто у компанії над чим працює, які рішення та завдання створюють піраміду повноважень, – це схема управління.

3. Історія – не хронологія.

Багато солідних компаній пострадянського простору випускають книги типу «Історія компанії». Дорогі подарункові видання роздаровуються менеджменту та партнерам. Але, погортавши глянсове видання, його залишають припадати пилом на полиці. Водночас начебто аналогічні книги західних

компаній стають міжнародними бестселерами. Кардинальна відмінність у цьому, що «історія компанії» по-(пост)советоки – це лише хронологічний опис подій. Але – ні, це не story!

І ця книга присвячена тому, щоб навчити вас розрізняти ці поняття, а якщо постараетея, то бачити та описувати захоплюючі історії.

4. Історія – не біографія.

Ще одна типова помилка: кандидати під час виборчих кампаній подають свою біографію до Центрвиборчкому. А потім цю ж інформацію транслюють своїм виборцям. Канцелярське фіксування біографічних дат та фактів – не історія, а хронологія життя. У чому відмінність, і як перетворити біографію на історію, про це в наступних розділах.

5. Історія – не інформація.

Стаття у ЗМІ найчастіше не історія, а набір даних, передумов та висновків. Хоча в журналістиці існують жанри, здатні фіксувати історії: репортаж та нарис.

6. Історія – не кейс.

Їх часто плутають, тому що у перекладі з англійської case – випадок, ситуація. Насправді справжній бізнес-кейс – метод передачі інформації через опис конкретних ситуацій – передбачає наявність алгоритму: цілі-рішення-результат.

7. Історія – не контент.

Найбільш типова помилка маркетингу – підміна історії контентом. Але, як каже легендарний сценарист Роберт Маккі, «в них загального стільки ж, скільки в роботі маляра та художника». А я люблю говорити, що Insta-Story має стільки ж спільного зі сторітелінгом, скільки Microsoft Windows і вікна будинку.

8. Історія – не наратив.

Ось це «не», мабуть, ви відразу не зрозумієте, тому для початку просто запам'ятайте: «Всі історії – наратив, але не всі наративи – історія».

Підсумовуючи суть відмінностей, точніше, ніж Роберт Маккі, не скажеш: «Різниця між даними та історією величезна: дані просто перераховують те, що сталося; історія пояснює,

як і чому це сталося. Дані — це компіляція кількісних фактів; історія розкриває причинну обумовленість, приховану цими фактами. Історія усуває все зайве і незначне, концентрується на динамічних змінах і перетворює фактологічний матеріал у структуру подій, об'єднаних причинно-наслідковими зв'язками, та розгортається у часі»¹⁶.

Так що ж це таке історія?

«Історія — це навіть не динамічні події, які відбуваються з кимось. Історія — це як те, що відбувається, впливає на когось, перед ким стоїть важкодосяжна мета, і як він — або вона — в результаті змінюється». Це найточніше з усіх визначень, які мені зустрічалися, дала Ліза Кроун у своїй книзі «З першої фрази». Я лише додам, що сильна історія здатна змінити її реципієнта.

І для закріплення матеріалу — «контрольний поцілунок у голову» від Маккі: «Коли ви вмиратимете від нудьги, слухаючи чиясь «історію», це означатиме, що вам розповідають зовсім не історію».

Структура історії — невід'ємна частина людської свідомості. Якщо ви згадаєте цікаві історії з реального життя та порівняєте їх із художніми творами, то помітите їх структурний збіг. Але це не випадковість і не диво. Навпаки: художня література, а за нею й кіно народилося як додумування, доопрацювання, допояснення реальності. Перші художні вигадки — міфи — у давнину сприймалися як реальність.

Уславлений когнітивіст професор Гарварду Стівен Пінкер пояснює нашу потребу в історіях наступним чином: «Кліше, яке стверджує, що життя наслідує мистецтво, справедливе, тому що завдання деяких видів мистецтва в тому й полягає, щоб життя наслідувало»¹⁷.

Нас трохи дратує, коли діти не розпізнають рекламу і беруть її за чисту монету. Такою є реальність дитячого сприйняття. Але якщо ви думаєте, що настільки наївними є лише діти, то це типовий самообман. Всі ми постійно сприймаємо вигадку за реальність і в кіно, і в пропаганді.

¹⁶ Роберт Маккі, Томас Джерас. Сторіноміка. Маркетинг, заснований на історіях, у пострекламному світі.

¹⁷ Pinker. How the Mind Works. 543. (Див. introduction, n. 4).

Але мистецтво кіно та література дають і багато позитивних прикладів впливу на життя. Наприклад, тема дискримінації афроамериканців була актуалізована в «Хатині дядька Тома» Гарріет Бічер-Стоу в 1852 році. А позитивна модель поведінки для білих демократів подана в автобіографічному романі Харпер Лі «Вбити пересмішника» 1960-го.

Канадський професор когнітивної психології та письменник Кіт Отлі вивчив сотні досліджень психологічних наслідків читання художньої літератури. Він дійшов висновку, що читання історій, придуманих іншими людьми, покращує емпатію та мислення: «Література дає нам відчуття біль пригноблених, муки поразки чи радість перемоги, але на безпечній відстані... Ми можемо вдосконалювати нашу людську здатність емоційного осмислення. Ми відточуємо здатність розділяти почуття людей, які в реальному житті можуть здатися надто чужорідними (або надто небезпечними), щоб досягти нашого розташування. Можливо, коли ми повернемося до реальності, ми зможемо краще розуміти, чому люди роблять те, що роблять», 2005-б.

Завершити главу вважаю за потрібне симптоматичною заявою Лізи Кроун: «Ось вам думка, яка бентежить: продавці, політики, телевізійні проповідники знають про історії більше, ніж більшість письменників. Тому що, на відміну від письменників, вони розуміють, з якою метою вигадують свої історії. Озброєні цим знанням, вони створюють казку, де кожне слово, кожен образ, кожна деталь спрямовані досягненню мети».

Мене трохи потішив цей погляд збоку. Письменники, які дивляться збоку на інші види діяльності, роблять ідеалізовані узагальнення. (Це характерно для нас усіх – некоректно узагальнювати те, що бачимо здалеку). Тому що насправді далеко не всі продавці/письменники/проповідники володіють сторітелінгом, а тільки найкращі. Як, втім, і обдаровані письменники чудово справляються з ним.

І ми багато чого навчимося у творців художньої літератури та сценаріїв у цій книзі. В свою чергу, майбутні письменники на цих сторінках відкриють для себе неусвідомлений ними раніше інструментарій для посилення літературного потенціалу.

«Сторітелінг – інструмент впливу. Розповідаючи історії з певною метою, ви допомагаєте людям набути ідентичності, об'єднуєте їх для здійснення стратегії, створюєте культуру, прискорюєте процес змін, збагачуєте бренд, притягуєте таланти, привертаєте увагу ринку, забезпечуєте збереження знань, ведете за собою інших, зростаєте, налагоджуєте зв'язки» (у передмові до бестселера «9 технік сторітелінгу»).

І на запитання, яке виникає всередині вас, відповім: «Так, сторітелінгу можна навчитися».

Глава 3

Найпростіша форма сторітелінгу

*Veni, vidi, vici (Прийшов, побачив, виграв).
Латинська крилата фраза*

Будемо проходити вивчення створення story в три етапи, щоразу ускладнюючи його конструкцію. (У цьому розділі розглянемо першу – найпростішу – конструкцію). Цей, як із лижними трасами: тип дії подібний, але умови відповідають можливостям на цьому рівні майстерності. Але, перш ніж ми приступимо, розповім феноменальну історію серії книг «Курячий бульйон для душі».

Перша книга серії «Курячий бульйон для душі» була задумана тренерами з особистісного розвитку Джеком Кенфілдом та Марком В. Хансеном.

Автори довгі роки збирали історії реальних простих людей, які використовували в роботі як приклади. І в якийсь момент вони зрозуміли, що потрібно видати збірку цих історій. «Курячий бульйон для душі. 101 історія, яка відкриває серце і зцілює душу».

Але усі видавці їм відмовили. Видавці дорікали, що з літературної точки зору текст книги слабкий: «Раз по раз нам повідомляли, що збірки коротких оповідань не продаються, що оповідання надто солодкі, надто оптимістичні, надто пози-

тивні, і що назва... дурна».

Доклавши зусиль, отримавши за кілька місяців попереднє замовлення від десятків тисяч потенційних читачів, автори ледве вмовили одне видавництво на співпрацю. Було це у 1993 році.

Сьогодні серія «Курячий бульйон для душі» налічує понад 250 найменувань для різних цільових аудиторій. Книги серії перекладені 43-а мовами та опубліковані у більш ніж у 100 країнах світу. Загалом у світі продано понад 500 000 000 екземплярів. Ні, я не помилилася з нулями: півмільярда.

Якщо ви зробите висновок з цієї історії, що «якщо докласти зусиль, то все вийде», то будете неправі. Насправді це приклад того, що правильне розуміння потреб аудиторії забезпечить успіх твоєму продукту.

А видавництва де в чому мали рацію: з літературної точки зору ці історії прописані досить слабо. Але річ у тім, що сила цих story не у якості викладу, а в сюжеті з психотерапевтичним ефектом.

Не обов'язково бути літературно обдарованим, щоби писати сильні історії. Людині здатність їх створювати та помічати дана від природи. Обіцяю: до кінця книги ви справлятиметеся з цим завданням легко і усвідомлено.

Почнемо освоєння першого рівня.

Первинна схема будь-якої історії включає п'ять складових, це:

1. Експозиція (де? коли? стартова ситуація).
2. Герой (хто?).
3. Зав'язка (з чого все почалося?).
4. Кульмінація (що сталося?).
5. Розв'язка (чим завершилося?).

«Почекайте! – скаже дехто з вас, – ми в школі вивчали, що це структура художнього твору». Дякую за спостережливість, але наберіться терпіння. Попереду вас чекають важливі інсайти.

А для тих, хто підзабув зі шкільних часів структуру: зав'язка – кульмінація – розв'язка.

У мене 44 секунди займає прочитання вголос невеликої новели, що описує реальну подію з книги «Курячий бульйон для душі». Текст менший за 500 знаків.

«Ця історія трапилася в старому автобусі, який трясся за вибоїнами путівця на Півдні. На передньому сидінні їхав сухенький дідок з букетом прекрасних свіжих квітів у руках. Через прохід від нього сиділа молода дівчина, і її погляд постійно зупинявся на квітах.

Нарешті дідусю настав час виходити. Він рвучко поклав букет дівчині на коліна. «Бачу, вам подобаються квіти, — пояснив він, — і я думаю, моя дружина буде не проти, якщо я подарую їх вам». Дівчина взяла квіти, а потім побачила, як старенький вийшов з автобуса та пройшов через ворота невеликого цвинтаря».

Експозиція (старий автобус у провінції).

Герой (дівчина).

Зав'язка (залюбувалася букетом у руках дідуса).

Кульмінація (старий подарував дівчині букет).

Розв'язка (вийшов із автобуса на цвинтар).

Правда ж, нескладно? У будь-якій вподобаній вами сценці з життя ви знайдете ці п'ять складових. Знаю, що у вас виникло чимало запитань. Від «А як самому написати історію?» до «Чому герой ситуації дівчина, а не старий?»

Трохи терпіння, і ми все це з вами зрозуміємо та навчимося. Якщо до завершення першої частини усвідомили важливість і всюдисущість сторітелінгу і запам'ятали п'ять складових story, то рухаєтеся в правильному темпі.

Тепер, коли в нас закладено базис, приступаємо до зведення несучої конструкції. Нас чекає розуміння сторітелінгу в маркетингу, художній літературі і в нашому власному житті.

Неодноразово ми повертатимемося до структури story, щоразу освоюючи її все глибше аж до формування навички.

Водночас для повноти розуміння сторітелінгу розглянемо розгортання історій в усіх аспектах людської комунікації.

До кінця книги, я гарантую, ваша природна здатність створювати історії стане свідомою та ефективною. Для кращого