

Модул 2: Разказване на истории (създаване/промяна на социалното възприятие)

Общ преглед:

Както подсказва заглавието на този модул, в него се фокусираме върху разказването на истории, за да можете да влияете на средата около вас. Можете да разказвате истории на потенциални клиенти и да ги убеждавате, че закупуването на вашия продукт или използването на вашата услуга има значение. С помощта на инструментите за разказване на истории можете също така да изградите социално отговорен бизнес и да повлияете на развитието на вашия занаят, да му дадете нов живот, да го направите интересен за следващото поколение. Всеки от нас има история, която да разкаже. И си заслужава да знаем как да го направим добре. Няма строга рецепта за разказване на истории, но няколко съставки работят добре от хиляди години. В този курс ще научите как да ги използвате.

Резултати от обучението:

След като прочетете този модул, ще знаете:

- Какво е разказване на истории и къде да го използвате?
- Как да създадете страхотна история, като използвате правилните принципи и техники?
- Как да се справяте с негативните реакции в социалните медии.

Какво е разказване на истории и къде можете да го използвате?

Разказването на истории съществува от зората на времето. Така нашите предци са предавали знанията си на следващите поколения. Така те са споделяли своя опит и мъдрост с общностите, събрани около вечерния огън. Още древните гърци са вярвали, че разказването на истории е форма на изкуство, която привлича вниманието, предизвиква емоции и оставя спомени дълбоко в съзнанието на хората.

Разказът използва човешката склонност да искаме да изградим последователна история за света от информацията, която ни заобикаля. Историята се състои от факти, свързани в логическо цяло, което изгражда увлекателна и подредена история. Тя също така трябва да има особен емоционален заряд. Историята се различава от "простото говорене", тъй като добавя емоции, герои и възхитителни детайли, които стимулират въображението ни. Ето защо разказването на истории ни хваща за сърцето, води ни по очертаня сюжет и предава ключовото си послание.

Разказът в една история се основава на събитие или поредица от събития. Историята може да бъде истинска или измислена. Ако е измислена, е важно да съдържа елементи на истина и да е последователна и автентична. Разказвачът предава посланието, информацията и знанието, така че то да достигне до аудиторията. Особеност на разказа, за разлика от другите форми на текстово изразяване, е изграждането на сюжета: от очертаването на началната ситуация, през пресъздаването на последователността на събитията и описанието на действията на героя, до крайното решение.

Разказването на истории е начин за изграждане на истории и разкази за историята на дадена марка, компания, събитие или проект. Това е история, която предизвиква интерес, ангажираност и желание на аудиторията да се включи, например да закупи продукт или да се присъедини към дадена инициатива. Умело изпълненият сторителинг кара аудиторията ви да се връща при вас за още истории, кара я да се свърже по-силно с вашата марка и я прави по-склонна да закупи вашите продукти и услуги. Силата на разказването на истории не е в историята, която разказвате, а в начина, по който я казвате.

Упражнение 1:

Преценете дали твърденията по-долу са верни или грешни.

| Твърдение | Вярно/Грешно |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1. Историята е разказ за минали събития. | |
| 2. Историята е разказ, който добавя емоции, герои и сетивни детайли към обикновените факти. | |
| 3. Историята е разказ на разбираем език, който включва подробни факти и цифри. | |
| 4. Посланието, съдържащо се в една история, не е непременно вярно. | |

Разбивка на отговорите:

- 1. Грешно:** Трябва да знаете, че "разказване на истории" е разказване на история, а не просто говорене.
- 2. Вярно:** Историята добавя емоции, герои и възхитителни детайли, които стимулират въображението ни. Ето защо тя ни хваща за сърцето, води ни по очертания сюжет и предава ключовото си послание.
- 3. Грешно:** Разказът, съдържащ подробни факти и цифри, не е история.
- 4. Грешно:** Посланието, което носи една история, трябва да е вярно, защото в противен случай получателят няма да ни повярва.

Както вече казахме, историите оказват влияние върху изграждането на връзки между хората. Те правят така, че думите, описващи чуждото преживяване, да се превърнат в наше собствено преживяване. Те допълват знанията на аудиторията с примери от живота, предадени в историята, и променят нагласите и възгледите ѝ. Можете да използвате историите за изграждане на бизнес отношения с цялата среда на компанията. Разказването на истории работи в различни области на бизнес управлението. Ще го откриете при изграждането на търговски марки, промотирането на продукти или управлението на комуникацията в компанията.



Какво трябва да знаете, преди да създадете история?

Преди да започнете разказа си, първо трябва да разберете хората, на които искате да повлияете и към които да насочите посланието си.

Защо? Защото никой не чува послание за всички. Преди да започнете да създавате своя разказ, намерете отговори от три области: знания, аудитория, продукт.



Какви са характеристиките на една добра история?

Какви са характеристиките на една добра история?

Разказването на истории е мощен начин да се свържете с хората и да ги накарате да се ангажират емоционално с това, което искате да кажете. Доказано е, че разказването на истории има силата да накара хората да мислят, чувстват и действат по различен начин. Затова нека разгледаме характеристиките на една отлична история.



1. **Добрата история трябва да бъде истинска и правдоподобна** - това не е само въпрос на фактическа точност, но и на нейната последователност и автентичност. Много истории понякога ни се струват направо невероятни, но ако имате зад гърба си готов фон от доказателства за тяхната реалност, ще бъдете възприемани като надежден разпространител. В днешно време аудиторията е много чувствителна към

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

фалшификациите и манипулациите, така че автентичността и истината в разказването на истории са от голяма важност.

2. **Добрата история е обещание** - за забавление, уникалност или интересно прекарване на свободното време. Важно е, че зад тези обещания се крие възможността да се осигури "удоволствие" на участниците в събитието.
3. **Добрата история е фина** - не е необходимо да съдържа прекалено много подробности. Важни са емоциите, атмосферата и умението да се разказва по интересен начин. Историите с изненадващи поанти или внезапни обрати изглеждат особено привлекателни.
4. **Добрата история достига бързо до аудиторията** - ключът към историята е първото впечатление и способността да вдъхнови и заинтересува аудиторията. Добрата история може да бъде кратка, но трябва да има интересен край.
5. **Добрата история не трябва да е смислена, но трябва да въздейства на сетивата** - емоциите са ключови за създаването на завладяващо съдържание, тъй като те са най-силната привлекателна сила за нас.
6. **Добрият разказ е без противоречия** - това е разликата между истинската, обещана стойност и пропагандата.
7. **Добрата история се обръща към аудиторията** - тя е в съответствие с нейния мироглед, ценности, вярвания или мнения. Тя кара аудиторията да се чувства уверена и сигурна, защото отразява в нея собствените ѝ преценки или убеждения.

Упражнение 2:

Преценете дали твърденията по-долу са верни или неверни.

| Твърдение | Вярно/Грешно |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1. Ключът към разказването на истории е първото впечатление и способността да вдъхновиш и заинтересуваш аудиторията. | |
| 2. Разказването на истории има силата да накара хората да мислят, чувстват и действат по различен начин. | |

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 3. Добрата история се доближава до аудиторията, когато съвпада с нейния мироглед, ценности, убеждения или мнения. | |
| 4. Историята трябва да съдържа фалшификации и манипулации. Това увеличава динамиката на историята. | |

Разбивка на отговорите:

- 1. Вярно:** Добрата история е тази, която бързо достига до аудиторията. От решаващо значение за една история е първото впечатление и способността да вдъхнови и заинтересува зрителя. Добрата история може да бъде кратка, но трябва да има интересен край.
- 2. Вярно:** Разказването на истории е мощен начин да се свържете с хората и да ги насърчите да се ангажират емоционално с това, което имате да кажете. Доказано е, че разказването на истории има силата да накара хората да мислят, да чувстват и да действат по различен начин.
- 3. Вярно:** Една история получава одобрение от аудиторията, когато съвпада с нейния мироглед, ценности, вярвания или мнения. Те карат аудиторията да се чувства уверена и сигурна, защото намира в тях отражение на собствените си съждения или убеждения.
- 4. Грешно:** Аудиторията е много чувствителна към фалшификации и манипулации, така че автентичността и истината в разказването на истории са от голямо значение.



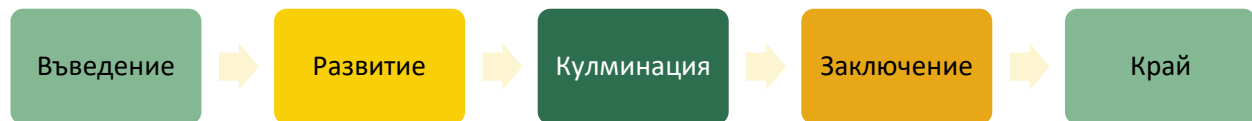
This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Как изграждате разказване на истории?

Важно е да следвате структурата, т.е. да следвате логиката в историята. Не забравяйте, че разказът трябва да накара аудиторията да се замисли и да заключи по някакъв начин - винаги помнете каква цел сте си поставили преди това, когато добавяте детайли.

Класическата схема в разказването на истории:



Винаги помнете финала!

Докато не знаете как искате да завършите историята си, не започвайте разказ. Историите без финал, в този случай, само ще предизвикат раздражение у зрителя. Същността е това, което има значение.

Елементи на разказването на истории:

Основните елементи на разказването на истории включват:

1. Главният герой
2. Време, място и контекст на ситуацията
3. Появата на проблем, противник или препятствие
4. Обрат, помощник, подкрепа
5. Кулминация, решение, победа над врага

Предимно в бизнес истории:

- **Клиентът - героят, продуктът - поддръжката.** Например: Когато смел домашен готвач увенчае своя кулинарен шедьовър (вечеря за приятели), поднасяйки изискани ястия в специално създадени керамични чинии (уникален и неповторим продукт на занаята).
- **Продавачът - героят, клиентът - помощникът, продуктът - препятствието.** Например: Когато вие сте този, който използва занаята си заедно с клиента (който ви дава ценни съвети за своите нужди), вие давате втори живот на повредени мебели.
- **Продуктът - героят.** Например: Когато изработената по поръчка от лютиер китара няма търпение да попадне в ръцете на собственика си, за да извири първите ѝ акорди и да създаде заедно с него незабравими парчета.

Когато не знаете как да създадете историята си, отговорете на следните въпроси:

1. Каква е целта на вашата история?
2. Какъв проблем има за цел да разреши историята?
3. Кой ще бъде главният герой на историята?
4. Как ще бъде решен този проблем?
5. С какво препятствие ще се сблъска той/тя, какъв ще бъде конфликтът за него/нея, какво ще се промени в него/нея и какъв ще бъде резултатът?
6. Какво ще бъде ядрото на вашата история?
7. Каква емоция искате да предизвикате у аудиторията с вашата история?

Упражнение 3:

Преценете дали твърденията по-долу са верни или грешни.

| Твърдение | Верно/Грешно |
|------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1. За да започнете разказа си, трябва да знаете неговата поанта. | |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 2. Класическата схема в разказването на истории включва следните етапи: въведение, развитие на събитието, кулминация, заключение и развързка. | |
| 3. Разказът ви трябва да описва препятствията, с които се сблъсква героят. | |

Разбивка на отговорите:

1. Вярно: Докато не знаете как искате да завърши историята ви, не започвайте разказ.

Историите без финал само предизвикват раздразнение у зрителя. Поантата е това, което има значение.

2. Невярно: Класическият модел в разказването на истории включва следните етапи: въведение, развитие на събитията, кулминация, заключение и развързка. Заключение (същността) е преди края на историята.

3. Вярно: Вашият разказ трябва да описва препятствието, с което ще се сблъска героят ви, какъв ще бъде конфликтът за героя ви, какво ще се промени у героя ви и какво ще се случи в резултат на това? Това е един от важните елементи на вашата история.

Какви видове истории си струва да използвате?

Има много начини да започнете да генерирате идеи за бизнес истории. Добър начин е да разговаряте с хора, които работят във вашата компания, да започнете разговори в социалните медии или да разгледате какво казват другите за вашия бранш. Важно е да запазите отворено съзнание и да не се фокусирате само върху една идея.

Разгледайте от какви видове истории можете да почерпите вдъхновение:

- Кой съм аз? - Истории за човешки интереси. Те са насочени към проследяване на растежа и трансформацията. Историите от този тип разказват и за малки грешки, неуспехи и научени уроци.

- Защо съм тук? - показват идеи, концепции, причинно-следствени връзки, действия и решения. Те изграждат доверие у аудиторията.
- Визия - те стимулират креативността, вдъхновяват за действие и реализират на практика нови идеи. Те носят голям емоционален товар.
- Преподаване - те приближават проблемите, събират примери, които позволяват по-добро разбиране и запомняне.

И още по-конкретно за продукта:

- Източник - историята на това как се е появил вашият продукт.
- От нулата до милионера - разказ за постиженията, които са реализирани от нулата, за да се изгради уникалността на предлагания продукт.
- Казус - разказ за конкретни клиенти, служители или за самите вас в контекста на вашия продукт.
- Предвиждане на бъдещето - този тип история може да работи добре за разказване за вашия продукт от гледна точка на "предсказание" за това какво очаква клиента, когато реши да закупи вашия продукт.
- Противоположности - това е история, основана на два полюса на значение. Това може да бъде история, съпоставяща два продукта, единият от които е вашият.
- Успех и провал - това е история, която най-често води до взаимодействие с аудиторията. Какво най-често се коментира в социалните медии? Успехът или провалът. Какво е успяло, какво се е провалило при създаването на продукта, както и лични истории от живота.
- Нещо от нищото - в тази история можете да разкажете за това как прости решения са повлияли за големи резултати.

Как се справяте с негативните възприятия в социалните медии?

Когато публикувате истории в социалните медии, трябва да сте наясно, че реакциите онлайн могат да се различават значително от тези в реалния свят, тъй като интернет дава на потребителите фалшиво чувство за анонимност. Поради това изказванията на интернет потребителите често са лишени от дипломатичност, изразени с директен, не непременно изискан език. Дори невинен материал може да предизвика лавина, а случайна снимка или неудачно изказване може да допринесе за дискусия в мрежата.

Когато публикувате истории в интернет, трябва да сте готови да се справите с явления като:

- **Пламенна война, флейминг** - онлайн спор, който обикновено се фокусира върху различно мнение и след това преминава във вълна от обиди или лична критика.
- **Тролене** - тролнето включва умишлено и упорито предизвикване на спор, предизвикване на полемика, възпрепятстване на изказването на другите, конфабулиране, обиждане на другите и т.н.
- **Омраза** - включва директна обида на някого в интернет, използване на вулгарности, отправяне на заплахи или особено обидни публикации.

Как да реагираме на възраженията и негативните изказвания на интернет потребителите?

- На първо място, установете комуникация. Изяснявайте възраженията, не изтривайте коментарите, дори да са критични (освен ако не са и обидни).
- Наблюдавайте и контролирайте постоянно публикациите, страниците с коментари и микроблоговете.
- Игнорирайте явлението тролене в интернет, приемоте термина "не хранете трола".

- Ако даден потребител нарушава всички стандарти и правила за комуникация в интернет, не се колебайте да използвате блокиращи съобщения, административно блокиране на потребителя или елиминирането му от услугата.

Не забравяйте също така, че явлението интернет хегемония трябва да бъде постоянно наблюдавано и архивирано за евентуални правни действия.

Упражнение 4:

Преценете дали твърденията по-долу са верни или неверни.

| Твърдене | Верно/Грешно |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1. Омразата е онлайн спор, който обикновено се фокусира върху различие в мненията, а след това преминава във вълна от обиди или лична критика. | |
| 2. Винаги отговаряйте на критичните, но културни гласове, не ги изтривайте или игнорирайте. | |
| 3. Начинът да се справите с интернет троловете е да ги игнорирате. | |
| 4. Феноменът на интернет хегемонията трябва да се наблюдава постоянно и да се архивира за евентуални правни действия. | |

Разбивка на отговорите:

1. Грешно: Онлайн спор, който обикновено се фокусира върху различно мнение и след това прераства във вълна от обиди или лична критика, се нарича Flame war, флейминг. Речта на омразата включва директна обида на някого в интернет, използване на вулгарности, отправяне на заплахи или особено обидни публикации

- 2. Вярно:** На първо място установете комуникация. Изяснявайте възраженията, не изтривайте коментари, дори ако са критични (освен ако не са и обидни). Просто поддържайте връзка с аудиторията си.
- 3. Вярно:** Феноменът на троленето в интернет трябва да се пренебрегва, като се следва принципът "не хранете трола".
- 4. Вярно:** Ако даден потребител нарушава всички стандарти и правила за общуване в интернет, не се колебайте да използвате блокиране на публикуването на съобщения, административно блокиране на потребителя или елиминирането му от услугата и предприемане на съответните правни стъпки.

Тест: Проверете дали сте разбрали

1. Какво представлява разказването на истории?
- A. Разказването на истории е непринудена кореспонденция под формата на история с други потребители на сайтове за социални мрежи.
 - B. Разказването на истории е описване на факти и данни с цел да се убеди получателят в правотата си.
 - C. Разказването на истории е едно от положителните явления, срещащи се в интернет, състоящо се в съзнателното включване на участника в дискусиата.
 - D. Разказването на истории е начин за изграждане на история и разказ за история, който цели да създаде интерес, ангажираност и желание за действие.
2. Добрата история НЕ е задължително да бъде:
- A. Последователна и автентична.
 - B. Лишена от вътрешни противоречия.
 - C. Основава се само на факти и цифри.
 - D. Интересни и изпълнени с обрати.
3. Типът история, който най-често предизвиква взаимодействие с публиката, е:

- A. Нещо от нищото.
- B. Успех и провал.
- C. Противоположности.
- D. Прогноза за бъдещето.

4. Класическата схема в разказването на истории се състои от следните етапи:

- A. Въведение, развитие на събитията, кулминация, ново начало.
- B. Въведение, развитие на събитията, кулминация, заключение.
- C. Въведение, развитие на събитията, завършек, разделен на няколко етапа.
- D. Въведение, развитие на събитията, кулминация, завършек, заключение.

5. Спорът в интернет, който най-често се фокусира върху различие в мненията, а след това преминава във вълна от обиди или лична критика, е:

- A. Флейминг
- B. Тролене
- C. Омраза.
- D. Водене на „битка“

Разбивка на отговорите:

- 1. D:** Разказването на истории е начин за изграждане на история и разказ за дадена история с цел да се предизвика интерес, ангажираност и желание за участие, например чрез закупуване на продукт или присъединяване към инициатива.
- 2. C:** Историята не трябва да съдържа твърде много подробности от факти и цифри. Важни са емоциите, атмосферата, уменията да се разказва по интересен начин. Историите с изненадващи поанти или внезапни сюжетни обрати изглеждат особено привлекателни.
- 3. B:** Историите от типа "успех и провал" най-често предизвикват взаимодействие със зрителя. Защото именно успехът или провалът най-често се коментира в социалните мрежи.



- 4. D:** Разказът започва с въведение, описва развитието на събитията, включва кулминация, представя поанта и дава на публиката заключението на историята
- 5. A:** Флеймингът е онлайн спор, който обикновено се фокусира върху различно мнение, а след това преминава във вълна от обиди или лична критика.