

# Сторителлинг и базовые навыки работы с текстом

Динара Гагарина

Зав. кафедрой гуманитарных дисциплин НИУ ВШЭ — Пермь, основатель научно-популярного портала «Занимательная робототехника», кандидат педагогических наук

Добрый день! Меня зовут Динара Гагарина, я заведующая кафедры гуманитарных дисциплин Высшей школы экономики в Перми. Я основатель научно-популярного портала «Занимательная робототехника». Наш портал был основан в 2014 году... Стоп! Скучно. Вы ничего не запомните и уже устали от перечислений и должностей. Давайте попробуем по-другому.

## Портал «Занимательная робототехника»

В 2010 году я и мой сын Саша пошли выбирать кружок. Мы просмотрели около 20 разных кружков, поговорили со множеством преподавателей. Выбор Саши пал на кружок робототехники, он сказал: «Я хочу заниматься только здесь». Наверное, этот кружок был отчасти похож на тот, который вы сейчас хотите создать или, возможно, уже создали и теперь развиваете.

Так и получилось, что с 9 лет Саша начал заниматься робототехникой. Спустя несколько лет он решил об этом писать. Почему? Потому что информации на русском языке было мало, а он хотел делиться тем, что делает, как он собирает роботов и как их собирают другие. Так появился блог [edurobots.ru](http://edurobots.ru), который со временем перерос в научно-популярный портал, посещаемость которого достигает 90 000 уникальных пользователей в месяц. Но дело даже не в цифрах, а в том, что нам удалось создать площадку, сообщество — то, к чему мы все с вами стремимся.

“

Нам удалось собрать вокруг себя единомышленников: педагогов, родителей, производителей оборудования, разработчиков программ и методик, детей и подростков, которые собирают роботов и интересуются научно-техническим творчеством. Для общения мы используем группы в социальных сетях (VK, Facebook и др.).

Мы пришли ко всему этому, по сути, рассказывая истории. Саша рассказывал, как он собирает роботов. Я рассказывала, как выбрать кружок, какие ошибки родители совершают при выборе кружка и как этих ошибок избежать. Мы также рассказывали, как ребенку можно учиться на курсах робототехники и как учиться преподавателю. Мы все это пропускали через себя и делились собственным опытом.

Потом мы стали разговаривать с другими преподавателями, родителями, детьми, которые тоже делились своим опытом. Таким образом, через эти истории формировалось сообщество, которое на сегодняшний день является, пожалуй, одним из самых узнаваемых в русскоязычном мире научно-популярных сообществ по робототехнике и образованию в области робототехники.

## Что такое сторителлинг, или Зачем нужны сказки?

Дословно сторителлинг означает «рассказывание историй». Технология эта, конечно, не новая. Все мы с рождения слушаем сказки (например, ту же сказку про трех медведей). Для чего мы это делаем? Через сказки и истории, которые рассказывают нам родители или которые мы сами читаем в книгах, формируется наша личность, ценности. Мы можем сопоставлять себя с героем сказки (например, с Машенькой) и учимся понимать, где добро, а где зло. Таким образом, истории становятся важным элементом нашего взросления, формирования наших ценностей и нашей личности.

Как оказалось, эта технология может использоваться не только в сказках, но и для других целей. Например, в целях маркетинга: чтобы лучше продавать товар или найти больше клиентов. Технологии сторителлинга активно используют журналисты и психологи. Само собой, сторителлинг применяется в литературе, а также в иных областях. По этой теме существует множество литературы, но большая ее часть касается именно журналистики и маркетинга. В рамках нашего курса важнее разобраться, как использовать сторителлинг для формирования сообществ и для того, чтобы рассказывать о кружках, о том, как мы в этих кружках обучаем детей научно-техническому творчеству или каким-либо другим направлениям.

## Зачем сторителлинг нужен вам?

Итак, для чего кружку нужен сторителлинг? Для чего он нужен вам как организатору кружка?

- Донести ваши ценности и идеи до аудитории
- Найти единомышленников, сотрудников, учеников
- Проверить ваши гипотезы
- Рефлексия и возможность посмотреть на себя со стороны

Речь не идет о рекламе. Вы не ищете клиентов с помощью сторителлинга, хотя опосредованно, конечно, клиенты найдутся. Важнее всего, что вы ищете единомышленников. Некоторые из них могут стать вашими клиентами. Кто-то станет вашими преподавателями.

Еще одна цель, зачем вам нужен сторителлинг, когда ваше сообщество уже сформируется, заключается в том, что через истории вы сможете проверять гипотезы:

рассказать что-то, поделиться чем-то с сообществом, и сообщество даст вам критическую оценку. Это способ рефлексии того, что вы делаете и того, чего вы добились.

““ Сторителлинг не равен рекламе!

Когда мы занимаемся рекламой в нашей деятельности, мы в большей степени ориентируемся на целевую аудиторию, то есть на потенциальных учащихся, детей и подростков, которые будут посещать наш кружок. Но если мы говорим о кружке, наша потенциальная аудитория ограничена городом, а если город большой, то районом.

Сторителлинг ориентирован на более широкую аудиторию: мы не ограничиваемся территорией, городом и страной. Мы получаем своего рода зонтик. Это не то же самое, как если бы мы били из пушки по воробьям. Мы создаем большой тент, под который войдут и наши будущие преподаватели, и ученики.



## Сторителлинг. Не только текст

Сейчас мы не будем останавливаться на конкретных приемах сторителлинга, обо всем этом можно прочитать в литературе (вы найдете нужные ссылки в тексте под видео). Но важно различать несколько видов сторителлинга.

- Письменный текст
- Устный текст
- Цифровой
- Мультимедийный

Мы все привыкли к текстовому сторителлингу. Сказки, с которых мы начали разговор, — это пример письменного сторителлинга. Кроме этого, можно говорить об устном тексте. Здесь ярким примером является конференция TED, где люди выходят на сцену и рассказывают истории из своей жизни, а потом эти истории набирают тысячи или даже миллионы просмотров на YouTube.

Все мы живем в цифровом мире, и сегодня мы говорим о цифровом сторителлинге, в частности его мультимедийной форме, которая сочетает текст, аудио, видео и анимацию. Все это вместе накладывается и производит наибольший эффект.

## Если не знаете, с чего начать

Итак, давайте начнем рассказывать историю. Для начала вам нужно выбрать героя. Очень важно, чтобы он был настоящим. Если вы этого героя выдумаете, скорее всего, он будет казаться «деревянным» и не создаст нужного эффекта. Лучше взять реального ученика или педагога. Расскажите вашу собственную историю или историю разработчика, методиста, производителя оборудования, основателя кружка — какого-то живого человека. В некоторых случаях это могут быть и два человека, но обычно все же один.



Ваш герой должен столкнуться с проблемой, решать какую-то задачу или попасть в какой-то конфликт. Герой и проблема — это два важных элемента вашей истории.

Выбрали героя, что дальше? Дальше можно приступать к рассказу. Но если у вас сразу не получается, то можно обратиться к типам развития сюжета. Они разработаны в рамках литературоведения. История может идти от начала до конца, от конца к началу, по спирали или еще каким-либо образом. Все эти типы перечислены в тексте под видеороликом.

После того как вы выбрали тип, пора писать. В некоторых случаях вы будете писать текст не сами, а будете обращаться к вашему герою, чтобы он вам что-то рассказал, и на основе этого рассказа составите текст. Герой может написать текст самостоятельно, но в некоторых случаях для него это будет весьма непростой задачей. Здесь пригодится совет, который мы активно используем на нашем портале: задавайте герою наводящие вопросы, сделайте своего рода интервью. Проводить интервью — особое умение. Хорошо, если вы заранее немного почитаете о том, как правильно брать интервью (вы найдете соответствующие ссылки в тексте лонгрида).

Еще один классический способ, если вы не знаете, с чего начать: попробуйте создать историю в формате «5 правил», «10 жизненных принципов», «20 советов», «10 проблем, которые герой решил», «5 достижений» и т. п.

Это мы и попробуем сейчас сделать. У нас будет 5 правил. Эти правила мы сформулировали на основе пятилетней работы с историями героев в рамках портала «Занимательная робототехника».

## Правило 1. Забудьте про педагогические термины

Наверняка большинство из вас так или иначе связано с педагогикой, с обучением детей. В этой среде очень часто наблюдается профдеформация: мы начинаем использовать слова, которые понятны только нам и непонятны нормальным людям. Попробуйте убрать из вашего текста все профессиональные аббревиатуры (такие, как ФГОС, ЗУН, УМК) и вообще избавиться от всех профессиональных терминов. Не используйте слова «дидактика», «компетенция», «обучающийся», «лично-ориентированный подход» и т. д.

Как это сделать? Просто возьмите текст, который вы написали или который для вас подготовил герой, и слово за словом ищите в нем такие слова, убирайте их или заменяйте на более простые (например, «ФГОС» можно заменить на «стандарты»). Текст должен быть понятен 5- или хотя бы 10-летнему ребенку. Читателю не должна требоваться специальная подготовка.

С другой стороны, нужно сделать так, чтобы текст легко читался. Очень часто тексты, с которыми нам приходится иметь дело в рамках портала (мы получаем много текстов потенциальных героев) бывают перегружены сложными конструкциями, сложноподчиненными или очень длинными предложениями. Эти конструкции тоже нужно убрать или упростить. К счастью, есть специальные сервисы, которые помогают это сделать. Ссылки на некоторые из них я тоже приведу в тексте после видео.

## Правило 2. Не будьте принцем на белом коне

Помимо профессиональных терминов, еще одна педагогическая профдеформация заключается в том, что мы любим всех учить. Ваша история не должна превращаться в обучение. Не следует залезать на табуретку и рассказывать всем, как нужно жить.

Мы очень часто с вами говорим о ценности субъект-субъектного подхода. В сторителлинге тоже нужен субъект-субъектный подход. Отнеситесь к вашему потенциальному читателю как к субъекту. Не пытайтесь его научить, как правильно жить.



Не пытайтесь казаться принцем на белом коне, человеком, который никогда не совершает ошибок. Нормальные живые люди совершают ошибки и встречаются с проблемами. Это и есть одна из ценностей сторителлинга.

## Правило 3. Люди интереснее продуктов/роботов/программ

Один человек всегда интереснее, чем обезличенная масса людей. Когда вы создаете историю, постарайтесь выстроить ее вокруг одного человека или, в некоторых случаях, двух (например, вокруг ученика и учителя — это интересный сюжет для сторителлинга, когда мы рассказываем о работе кружка).

При этом важно, чтобы у героя было имя (не просто «педагог нашего кружка сделал то-то и то-то»). Назовите его по имени (или по имени и отчеству), чтобы у читателя создался определенный образ. Добавьте деталей, чувств, расскажите об увлечениях этого человека, может быть, даже не связанных напрямую с историей, которую вы планируете рассказать.

Если вы подбираете к вашей истории фотографии, постарайтесь, чтобы на фото человек был запечатлен крупным планом. Можно использовать фотографии двух-трех людей. Постарайтесь не использовать фотографии толпы или целого класса в кружке.

## Правило 4. Рассказывайте про неудачи и проблемы

Иногда говорят, что негатив лучше продается и людям нравится читать негативные новости. Мы уже пять лет рассказываем истории и совершенно не согласны с этой точкой зрения. Мы считаем, что людям, напротив, больше нравится читать позитивные новости.

Тем не менее, если в ваших историях описываются проблемы, с которыми вы столкнулись при работе в кружке, при его открытии, в беседах с родителями, то у вас есть отличный шанс показать, как вы их решили. Кроме того, так вы сможете продемонстрировать, что вы живой человек, и, как у любого живого человека, у вас бывают проблемы.

## Правило 5. Не будьте перфекционистами

Видеоконтент — вариант, который отлично работает. Например, многие любят смотреть сториз в Instagram. Но нередко организаторы кружков, которые собираются снимать видео, начинают задумываться о том, что надо бы купить камеру, свет, микрофоны и нанять монтажера. А потом понимают, что у них на это нет бюджета, поэтому решают и вовсе отказаться от видео.

Не стоит так делать. Вы можете снять видео на телефон, и этого будет вполне достаточно, чтобы сделать вашу историю живой. Если же у вас есть бюджет, лучше потратьте его на редактора текстов, потому что справиться с первой проблемой на самом деле не так уж легко, а профессиональный редактор сможет сделать ваш текст более легким, живым и удобным для чтения.

## Главное правило — никаких правил

Свободу экспериментам! Когда вы изучите правила, можете о них забыть. Не бойтесь ошибаться, не старайтесь держаться в строгих рамках, заданных форматах сюжетов, четких правилах для интервью. Просто действуйте, рассказывайте, будьте живыми людьми, и вашим читателям это понравится.