



БРИФИНГ РИСК-ДОКТОРА

ИНФОРМИРОВАНИЕ О РИСКАХ ПОСРЕДСТВОМ STORYTELLING

© Апрель 2015, Joachim Adebayo Adenusi FIRM

jadenusi@inspirationalrisk.com



Альберт Эйнштейн сказал: "Логика приведёт вас из точки А в точку Б. Воображение доставит вас куда угодно." Многие наши коммуникации по рискам очень логичны, но не слишком образны. Опыт показывает, что люди слушают внимательнее, если сообщение передается увлекательно, а storytelling (искусство рассказывания историй) - мощное средство для достижения этой цели. Экспрессивно рассказанная история привлекает внимание слушателя и создает яркие образы в его сознании, что помогает пониманию и сохранению в памяти основного сообщения.

Так что же делает storytelling уникальным при коммуникациях?

- Истории преобразуют сложные концепции в конкретную форму, которая может быть передана аудитории в устном или письменном виде, что способствует формированию и сохранению культуры.
- Storytelling обладает интерактивностью и гибкостью, заставляет слушателей взаимодействовать с рассказчиком и его историей.
- Между рассказчиком и слушателем образуется крепкая связь, что позволяет сообщению проникнуть в подсознание слушателя.
- Истории вовлекают сопротивляющихся или недоверчивых слушателей, которые не стали бы слушать то же самое, рассказанное в более традиционной форме.
- Хорошо рассказанная история стимулирует творческое мышление и позволяет слушателям использовать свое собственное воображение, чтобы представить себя участником этой истории.
- Совместное прослушивание историй создает позитивное ощущение принадлежности к группе.

Использование историй для передачи самой важной информации является частью африканского наследия в течение многих лет. В доколониальные времена многие деревни сталкивались с огромными проблемами, которые могли быть преодолены только путем тщательного планирования и сильного руководства. Например, при вторжении врага лидер сообщества разрабатывал детальный план защиты деревни и победы над захватчиками. Но затем он должен был вдохновить и мотивировать общину на реализацию этого плана. Одним из лучших способов помочь людям увидеть возможность победы было рассказывание историй о прошлых успехах их предков, либо приведение примеров других общин, которые выиграли в подобных обстоятельствах. Вождь также напоминал членам своего племени, что их героическое свершение не только принесет пользу в настоящем, но и воспевалось бы будущими поколениями.

Тот же подход можно использовать для воодушевления и мотивации персонала, столкнувшегося с серьезными рисками. Следующие рекомендации помогут вам рассказать хорошую корпоративную историю:

- Есть ли у нас истории о прошлых успехах и неудачах? Что привело к успеху, а что стало причиной провала? Кто были главными героями в этой истории? Какие уроки они извлекли и как им это удалось? Какие события или обстоятельства повлияли на историю?
- Как мы можем применить уроки прошлого к нынешней ситуации? Подумайте о Целях, Деятельности, Возможностях, Препятствиях и Результатах.
- Хорошие корпоративные истории ставят аудиторию на место главных героев и подводят их к мысли: "Я смогу сделать так же."

Корпоративные истории могут быть переданы различными способами, и творческие методы - наиболее запоминающиеся из них. Не стоит полагаться только на письменные отчеты или устные совещания. Есть много новых доступных коммуникационных каналов, и мы должны изучить их, чтобы все сообщения, связанные с рисками, были услышаны. Например, отмеченный наградами фильм *Moremi** - хороший пример применения storytelling для творческого информирования о рисках. *Moremi* использует адаптацию традиционной африканской фольклорной сказки для изучения взаимосвязи между стратегическим планированием, управлением рисками, результатами и вознаграждением. А насколько креативны можете быть вы, когда делитесь информацией о рисках?

[* Трейлер Moremi: <https://www.youtube.com/watch?v=3-uHha5tG7I>]