

УДК 005.32:331

ББК 88.8

М93

Редактор Н. Быкова

**Мушин-Македонский, А.**

М93 Нарративное лидерство : Искусство вдохновлять и убеждать с помощью историй / Артём Мушин-Македонский. — М. : Альпина ПРО, 2022. — 266 с.

ISBN 978-5-907470-51-4

Рассказывать истории естественно для человека. Все мы делимся друг с другом, как прошел отпуск, каким веселым был вечер или непростым проект. Но потенциал историй гораздо больше, чем обмен информацией. С их помощью можно без давления и манипуляций вдохновить и убедить других людей, сплотить команду вокруг цели или стратегии, вовлечь в проект, донести свои ценности, объяснить происходящие изменения, побороть страх перед чем-то новым, передать опыт и решить многие другие задачи общения. И цель этой книги — раскрыть суть истории как стратегического инструмента коммуникации.

Прочитав книгу А. Мушина-Македонского, эксперта по стратегическому сторителлингу и консультанта по коммуникациям, вы научитесь выстраивать процесс подготовки истории под самые разные задачи, подбирать подходящие истории и структурировать их, органично включать истории в речь и вдохновлять собеседника. Вам предстоит путешествие, благодаря которому вы откроете в себе нарративного лидера — человека, который ведет за собой через трансляцию нужных смыслов, а не манипуляции и продажу идей. А сопровождать вас в пути будут не только модели и техники, но и живые, невыдуманные истории, которые вы сможете услышать, считав QR-коды на страницах книги.

Книга адресована руководителям компаний и лидерам команд, а также всем, кто интересуется инструментами управления и техниками сторителлинга.

УДК 005.32:331

ББК 88.8

*Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpina.ru*

ISBN 978-5-907470-51-4

© А. Мушин-Македонский, 2022

© Оформление. ООО «Альпина ПРО», 2022

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>Введение. Зачем руководителю сторителлинг?</b>	<b>6</b>
---	----------

## ЧАСТЬ 1

### **Место сторителлинга в вашем общении.**

<b>Истории, смыслы и лидерство</b>	<b>10</b>
Три главных вопроса	12
Это какой-то неправильный сторителлинг	14
Как понять, когда истории принесут вам пользу	16
Как задача о трех горах открывает новую перспективу в коммуникациях	23
Как связаны лидер, история и смыслы	33
Кто я такой, чтобы звать вас за собой	45

## ЧАСТЬ 2

### **Основы стратегического сторителлинга**

<b>и алгоритм подготовки истории под задачу</b>	<b>50</b>
Две основы стратегического сторителлинга	53
Принцип ЧП	55
Правило Historia	59
От алмаза до «Выходи за меня!».	
Готовим историю к рассказу под задачу	62
Шаг 1. Поиск алмазов.	
Как искать события для сторителлинга	66
Шаг 2. Превращение алмаза в бриллиант.	
Как событие становится историей	76
Шаг 3. Вставляем бриллиант в оправу.	
Как убрать из истории лишнее, чтобы передать один смысл	84

Шаг 4. Полируем кольцо. Как усилить историю и удержать внимание слушателя, соблюдая этику .....	130
Шаг 5. Делаем предложение. Как естественно включить историю в речь .....	161
Шаг 6. Составляем комплект украшений. Как соединить несколько историй, чтобы донести до аудитории большой смысл .....	179

### ЧАСТЬ 3

<b>Рассказывание историй под конкретные задачи лидера .....</b>	<b>184</b>
Подбираем украшение. Трехэтапный алгоритм подбора истории под задачу .....	187
Шаг 0. Формулировка результата .....	189
Шаг 1. Поиск вопроса «Почему?» и работа с убеждениями .....	193
Шаг 2. Этическая проверка .....	202
Шаг 3. Подбор события .....	208
Заключительные идеи про подбор историй под задачу .....	212
Виды историй для решения управленческих задач .....	216
Истории для убеждения .....	216
Истории для представления себя команде и создания доверия .....	224
Истории для передачи опыта .....	229
Истории для трансляции ценностей .....	232
Истории для внедрения и сопровождения изменений .....	235
Истории для представления стратегии .....	239
Истории для поддержания вовлеченности .....	244
Истории для представления своих идей .....	253
Истории для предоставления обратной связи .....	256
<b>Заключение .....</b>	<b>260</b>