



Тема номера:

Сторителлинг

Мнения знатоков

стр. 1-2

Делимся опытом

стр. 3-4

Сказки про e-learning

стр. 5-6

История, которая учит
продавать

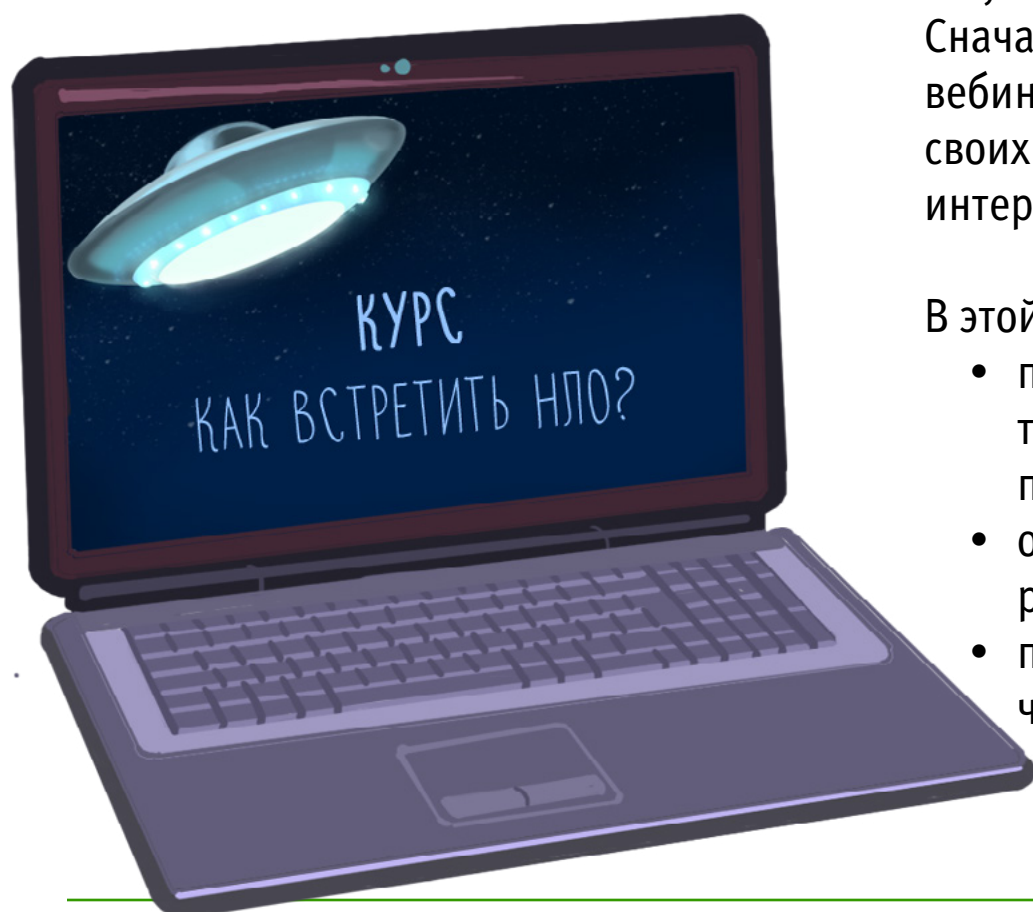
стр. 7-11

Сторителлинг
в дистанционных курсах

стр. 13-14

Сторителлинг является все более популярным в использовании для обучения. Постепенно мы переходим от «сухой» теории к яркой практике, пусть и виртуальной. Перекладывая скучный материал в ситуации, которые могут происходить в жизни, мы готовим слушателя к решению задачи, которая однажды перед ним встанет.

Станислав Трофимчук,
Редактор ресурса
ed-today.ru



Есть ли какие-то правила для сторителлинга в электронных курсах?

На мой взгляд, правила сторителлинга в электронных курсах остаются такими же, что и в обычных, «очных» курсах – близость к интересам и опыту слушателей, оригинальность, краткость и др. Вызов электронных курсов лежит в другой плоскости: отсутствует непосредственная обратная связь от пользователей.

Сначала вы готовите электронные курсы, а потом их воспринимают слушатели (с вебинарами проще, но ненамного). Поэтому вы не можете определить действенность своих историй на ходу «по глазам» и реакции слушателей, постоянно подстраивая их под интересы аудитории.

В этой связи особое внимание стоит обратить на 3 вещи:

- попробовать узнать вашу аудиторию как можно лучше еще до составления курса – так можно попробовать предугадать потребности аудитории и уменьшить шанс попадания «не в те ворота» при рассказе историй;
- организовать эффективную обратную связь от слушателей – так вы поймете, что работает, а что нет;
- постоянно дорабатывать курс по результатам полученной обратной связи – редко что-то получается максимально эффективным с первой попытки.

Михаил Тресер,
разработчик образовательных систем,
автор блога <http://armikael.com/>

Есть ли связь между качеством курса и автором и эмоциями, которые он испытывает в процессе разработки?

Для меня есть одно главное правило: «Если вам скучно создавать курс, то, скорее всего, ученикам будет скучно проходить такой курс.» Поэтому, если в процессе написания сюжета курса, вас как автора это начинает утомлять и не приносит удовольствия, подумайте о том, чтобы изменить сценарий ровно настолько, чтобы он стал интересным для вас. Не бойтесь придать вашей истории перчинки и неожиданностей, в конечном итоге люди запоминают только те вещи, которые выделяются на фоне рутинных процессов.

Кевин Торн, создатель курсов с мировым именем, после завершения работ над историей/сценарием и перед тем, как начать непосредственно строить курс, рекомендует создать полную блок-схему курса со всеми страницами и связями между ними. Интерактивный макет переходов упрощает весь процесс создания курса и позволяет быстро понять, какая страница куда будет вести.





Некоторое время назад компания “Инвар” приняла решение о внедрении электронного курса для адаптации новых сотрудников. Кейс по данному курсу мы публиковали в открытом доступе. Поскольку тема номера полностью отображает подход в данном электронном курсе, мы решили узнать мнение со стороны самой компании.

Коротко про курс «Добро пожаловать в Инвар!» рассказывает бизнес-тренер компании Роман Вилянтов.

Это первый опыт компании по внедрению e-learning. Опасались ли вы, что такой необычный курс может быть воспринят несерьезно сотрудниками?

Опасений по поводу того, что курс будет воспринят несерьезно, у нас не было. Даже наоборот, такой «несерьезный» подход к серьезной процедуре адаптации, на мой взгляд, очень кстати. Получилось очень жизненно, и в этом заслуга профессионалов, которые знают, как сделать курс не занудным, а интересным, так как в любом случае мы делимся своими впечатлениями с близкими и друзьями, о компании, в которую пришли работать...

Собирали вы обратную связь от тех, кто проходил курс? Как оценивают его новые сотрудники компании?

Требование предоставить обратную связь не являлось обязательным. По желанию сотрудники отвечали на следующие вопросы:

- Полезный курс? – 100% Да
- Интересный курс? – 95% Да
- Удобный курс? – 95% Да – учитывая, что в нашей компании – это первый опыт!

Ещё был ряд вопросов:

- Что помогало в изучении курса? - Сотрудники отметили удобную навигацию, диалоговый формат, краткость, наглядность.
- Какие сложности возникли при прохождении курса? - У 70% сотрудников сложностей не возникло. Основные затруднения были связаны с техническими моментами.

Проходило ли руководство компании адаптационный курс ради интереса? Если да, то каково их мнение?

Руководство компании скорее проходило курс не ради интереса, а так как он был назначен 100% сотрудникам, работающим в компании. Из 5 топов, 3 прошли курс практически сразу же после назначения и оставили отзывы. ■





Марина Литвинова
Руководитель проекта электронного обучения
Украинский инновационный банк

СДО в нашем банке достаточно молодая система, внедрённая в 2013 году. Тем не менее с самого начала разработки обучающего контента мы используем в курсах истории и кейсы.

Для меня сторителлинг очень похож на кейсовое обучение, которое обрисовывает ситуации, визуализирует применение теории, поясняет детали, приближает слушателя курса к реальности использования знаний. Успешно истории и кейсы мы применили в курсах по корпоративной этике, финансовому мониторингу, идентификации клиентов и качественному обслуживанию.

Стоит заметить, что курс с применением сторителлинга сложнее и длительнее в разработке. Представить инструкцию, стандарт продукта либо курс по шаблону гораздо быстрее. И часто скорость развития бизнеса не позволяет потратить достаточно времени на разработку. В таком случае мы обязательно делаем тестовые задания в виде кейсов. Если изучили в курсе стандарт нового

депозита, его нюансы и целевую аудиторию, то в кейсах мы представим ситуации с реальным клиентом, спросим можно ли ему предложить тот или иной депозит, как решить нестандартную ситуацию с пролонгированием вклада, либо же попросим сравнить поведение двух сотрудников с клиентами и определить, кто же нашел правильный выход из положения. И обязательно поясним, почему это так. Именно реальные ситуации «включают» применение полученных знаний еще до момента, когда их нужно будет использовать непосредственно на рабочем месте и мотивируют на дальнейшее обучение в дистанционном формате.

Конечно же сотрудники с большим энтузиазмом воспринимают курсы, представленные понятным языком, имеющие примеры из реальной практики в банке. Таким образом сам курс становится интересным и легко ассоциируется с личным опытом сотрудника, материал лучше запоминается и сильнее воздействует на поведение людей. Есть еще такой важный момент как доверие, в первую очередь доверие к тому, кто создал курс и учит. Если в курсе есть описание успешных и неуспешных примеров в работе, есть живые истории о корпоративных ценностях, вдохновляющие личные истории успешных продавцов, то приобретаемые знания становятся ценнее. Так у сотрудника возникает понимание того, что этот курс – для меня, его создал человек, который разбирается в теме; в курсе есть знания, которые понятно, как применить. Именно это я считаю самым большим преимуществом историй и кейсов. ■

Сказки про e-learning

Вы когда-нибудь задумывались, почему мы сразу и надолго запоминаем сюжеты фильмов, книг или телешоу, меж тем иногда даже прочесть лекции или учебник удается с трудом? Сегодня многие преподаватели и разработчики курсов задаются вопросами, как вовлечь слушателя в обучающий процесс настолько, чтобы он вынес максимум знаний? Как завоевать и удержать его внимание?

Ответ на них кроется в новомодном, но издавна проверенном понятии «сторителлинг» (англ. «storytelling» - «рассказывание историй»).

Автор: eLearning center



Проведем эксперимент: как вам будет интересней узнать о том, как появился сэндвич?

Вариант 1.

Сэндвич – разновидность бутерброда. Состоит из двух или нескольких ломтиков хлеба (часто булки) и одного или нескольких слоёв мяса и/или других начинок. Оксфордский словарь датирует самое раннее употребление слова «сэндвич» по отношению к пище 1762 годом.

Вариант 2.

Британский политик, аристократ Джон Монтегю, 4-й граф Сэндвич, проводил очень много времени за игрой в карты. Как-то во время игры в криббедж, которая длилась уже несколько часов, он не нашёл времени перекусить. Джон Монтегю приказал слуге подать ему еду между двумя ломтиками хлеба. Его друзьям-игрокам понравился такой способ еды без отрыва от игры, и они тоже заказали хлеб «по-сэндвичски». ►



После того, как я узнала историю, описанную в варианте 2, я точно не забуду ее и, может и не каждый раз, но я буду вспоминать графа, когда буду готовить себе сэндвич. Не сомневаюсь, что вы тоже её запомните или, по крайней мере, вспомните с большей вероятностью, чем если бы она была представлена в виде выжимки из Википедии или скучной презентации с буллитам.

Поэтому если вы хотите создать электронный курс, который запомнят надолго и будут применять на практике, создавайте в вашем курсе «сказку». Такой подход поможет вызвать у слушателя эмоции, а эмоции – залог того, что информацию запомнят. Истории являются хорошим способом установить контакт с аудиторией, донести ваше сообщение.

А почему еще истории нужны в обучении:

1. **Людям интересно узнавать историю.** Смотрим фильм до конца или читаем книгу от корки до корки потому, что хотим узнать, чем же закончилась та или иная история. Если это история супергероя, нам интересно, откуда и при каких обстоятельствах он получил суперсилу. Если это романтическая «сказка», мы хотим узнать, жили ли они долго и счастливо. Людям интересно не только узнавать истории других людей (или выдуманных персонажей), но и примерять их на себя.
2. **Истории делают знания значимыми.** Никто из вас не опровергнет факта, что народные сказки, песни и сказания существуют множество веков и передаются из поколения в поколение. Люди передавали знания и накопленный опыт посредством историй всегда.
3. **Люди любят сопереживать.** Если хорошо знать аудиторию (их страх, радость, восхищение), то отражение этих эмоций в ваших историях в курсе заставит слушателя ассоциировать себя с главным героем. Тогда же слушатель начнёт ему сопереживать.

4. **История рождает в воображении другой мир,** где можно оказаться. Представьте, что вы сидите на своем рабочем месте и проходите электронный курс по продажам вашего продукта в конкретной точке, куда приходит клиент и ведет с вами диалог. Где вы будете в этот момент – в офисе или в магазине? Хорошая история способна перенести читателя из душного офиса в другой полный приключений мир.
5. **Истории мотивируют.** История героя, которому импонирует слушатель, может легко вдохновить его на подобные поступки. Такой же принцип работает и в обратную сторону – то, что нам не нравится в действиях героя, мы не будем повторять и в своей жизни.
6. **Историями легко поделиться.** Даже самый занятой человек в мире не откажется выслушать историю, например, близкого друга. Истории – это то, что, прежде всего, привлекает людей в журналах, фильмах или книгах любого жанра.
7. **Истории делают информацию значимой.** Некоторая информация воспринимается людьми, как непонятный набор цифр. Такое происходит, когда она не привязана к чему-то важному из личного жизненного опыта слушателя. Однако когда информация помещается в контекст истории, она оживает.

Суммируя все положительные эффекты влияния историй на обучение, можно выделить основное правило. Хорошие истории повествуют о борьбе главного героя с какими-либо трудностями. Именно вокруг таких историй строится обучение, поскольку слушатель запоминает героев и то, что с ними происходило. Хорошая история или рассказ должны соотноситься с реальным опытом слушателя, в таком случае он на подсознательном уровне примеряет на себя образ главного героя и его действия. Именно это делает сторителлинг мощным инструментом воздействия в обучении. Так почему же чаще и качественней не использовать этот подход в обучении? ■



История, которая учит продавать: опыт проектирования рыцарской саги о лизинге

Автор: Юлия Балинова, Лаборатория мультимедиа

Сторителлинг как неформальный прием очного обучения персонала - почтенный и заслуженный способ донести до сотрудников корпоративные правила и ценности компании. Однако можно ли эффективно использовать метафоры и притчи в дистанционном обучении?

Наше мнение – можно, но трудно (именно в таком порядке, не наоборот). Сторителлинг – это все-таки инструмент скорее оратора, чем педдизайнера; однако попытаться использовать элементы этого метода иногда стоит. ►





В прошлом году мы разрабатывали курс по технологии эффективных продаж для ОАО «ВЭБ-лизинг». Поставленная задача была непростой – переложить материалы двухдневного тренинга в электронный вид, не потеряв при том драйв, свойственный качественному очному занятию с харизматичным и опытным преподавателем. Да и вообще, что может быть прозаичнее и серьезнее, чем организация электронного обучения менеджеров лизинга?

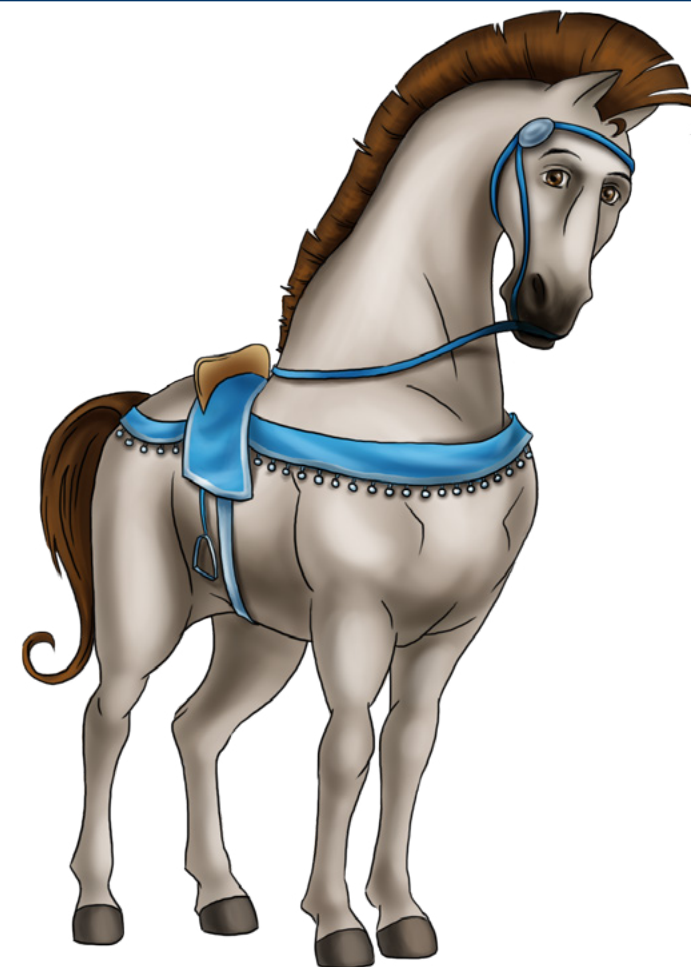
Мы попробовали подойти к решению проблемы творчески.



«Жил-был юный рыцарь Ричард Храброе Сердце, и шел он по жизни, совершая подвиги и покоря сердца людей добрыми делами. Однажды повстречался ему другой славный рыцарь. На груди его сиял, как солнце, великолепный орден с тайным знаком...»

Выходом стало погружение обучаемого в альтернативную, фэнтезийную историю, герой которой – доблестный рыцарь, добивающийся членства в Ордене эффективных продаж. Для этого ему придется столкнуться с множеством препятствий, выполнить немало трудных заданий и победить в финальной битве, которая позволит ему исполнить свою мечту и заодно, чтобы два раза не вставать, успешно завершить курс в СДО. ►

Каждый из персонажей курса имеет свое предназначение и уникальный характер: харизматичный магистр, который отправляет молодого рыцаря на задания (внешность которого скопирована с реального сотрудника компании и является мостиком между фэнтезийным сюжетом и трудовыми буднями обучаемых), всеведущий маг, передающий новичку свои знания, верный конь-Огонь, который помогает рыцарю в выполнении заданий и вносит юмористическую составляющую, неотъемлемую в хорошем электронном курсе.



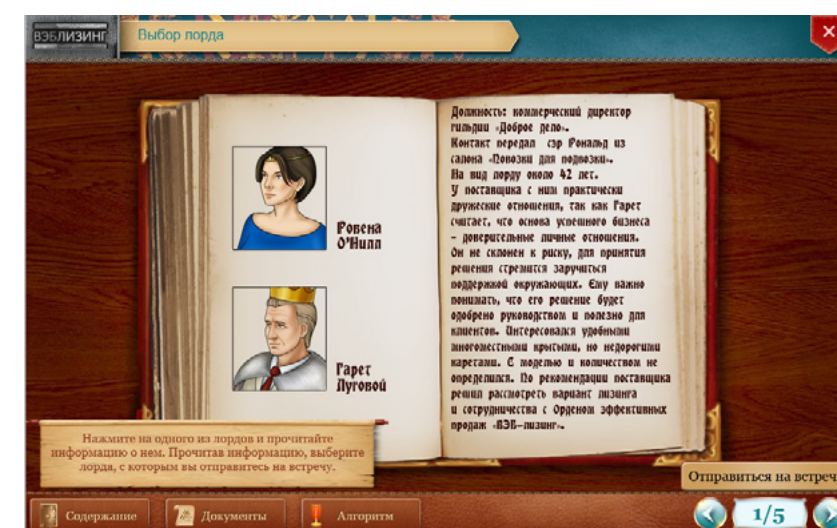
Дальше начинается самое интересное – персонажи начинают взаимодействовать, выражать свои характеры, попадать в различные ситуации, получая при этом необходимую информацию. ►

КНИГИ ПРО СТОРИТЕЛЛИНГ:

- [Сторителлинг, Аннет Симмонс](#)
- [Мастерство презентации, Алексей Каптерев](#)
- [Сторителлинг в проектировании интерфейсов, Уитни Кесенбери, Кевин Брукс](#)

Верный конь-Огонь оказался под влиянием злых чар феи Моргаллы – его одолевают негативные установки общения с клиентами, и он призывает рыцаря бросить все. Чтобы спасти друга, рыцарь вступает в борьбу с негативными установками - летучими мышами, превращая их в бабочек. ►





Рыцарь собирает амуницию перед встречей с лордом: ему нужно взять с собой все доспехи, которые понадобятся ему для эффективного общения и заключения сделки.



Метафора стала удачным решением задачи. Разработка истории увлекает пользователя в мир фантазий, не забывая об обучающей составляющей. Через альтернативную реальность обучаемый глубоко погружается в предмет изучения, а метафоризация позволяет не просто донести до него теоретические знания, но и замотивировать и вдохновить его на применение их в реальной работе. ■

28-29 мая 2014
гостиница Аэростар



Конференция для тех специалистов, которые знают,
что e-learning должен работать, а не только существовать.

Пойти на мероприятие

Открыта регистрация на конференцию!

Темы для компаний:

- при каких условиях e-learning действительно работает
- комплексные решения по внедрению e-learning
- управление e-learning проектом
- геймификация
- визуализация
- вовлечение слушателей в обучение
- обратная связь в электронных курсах
- психология электронного обучения
- m-learning
- разработка тренажеров и симуляторов ПО
- e-learning для обучения клиентов

Ждем докладчиков, кто может поделиться
действительно хорошим опытом!

Подать доклад в программу

Темы для вузов:

- разработка электронных курсов
- подготовка преподавателя для работы в e-learning
- эффективный e-learning в вузе
- MOOC

Организатор:



При участии:



Контакты: +7 (495) 276 08 71

Участие, инфопартнерство, организационные вопросы: [Юлия Маловица](#)

Спонсорство, партнерство, участие с докладом: [Наталья Червонцева](#)



Сказка ложь, да в ней намек или сторителлинг в дистанционных курсах

Сторителлинг... Слово иностранное, но всем нам знакомое с детства. Все мы любим истории (иногда кажется, что люди, кроме историй, вообще ничего не любят). А уж истории в обучении вообще вещь незаменимая. Если взглянуть на любую сказку через призму обучения, становится понятно, что в каждой из них скрыт глубокий педагогический посыл.

Автор: Кира Гусева, независимый разработчик электронных курсов

Сказка про репку учит нас тому, что каждый член команды важен, и только вместе можно решить сложную задачу. Также в сказках мы узнаем, что лениться плохо, что тот, кто ищет, всегда найдет, что, имея хороший план, можно превратить сына мельника в Маркиза. Так что истории в обучении – техника давно не новая.

Вопрос – почему истории имеют такой эффект? Все очень просто – погружаясь в историю, мы решаем три задачи:

1. Повышаем мотивацию человека к применению материала.
2. Демонстрируем, что все происходящее реальное и жизненное.
3. Объясняем сложное через простые и понятные примеры и метафоры.

А теперь подробнее. Посмотрим на дистанционное обучение.

Допустим, перед нами задача – создать курс для руководителя о том, как надо адаптировать новых сотрудников. В таком курсе можно разложить по полочкам бизнес-процесс, прикрепить инструкции и шаблоны документов, добавить в конце тест.

А можно рассказать историю. «Сегодня 15 марта. Завтра к вам на работу выходит новый грузчик, Саша. Давайте проживем вместе с ним три месяца в нашей компании...». И прожить эти три месяца в 30-минутном курсе. Кто такой Саша, с какими он вопросами приходит, как ему помогают коллеги, как он растерялся при первой оценке его результатов, как занервничал и решил уйти через 2 недели и что надо сделать, чтобы Саша остался.

Или, например, курс про счетчики тепла. Можно дать схему работы теплоэлектроцентралей и технические характеристики труб. ►



А можно рассказать историю. «Вам вчера пришел счет за квартиру...»

И еще пример. Курс про поддельные деньги. Можно скопировать информацию с сайта Центробанка и добавить тест в конце. А можно закрутить сюжет. «В сегодняшней инкассации была обнаружена поддельная купюра 5000 рублей. Отмотаем время на 3 часа назад. Конец рабочего дня, у вашей кассы очередь...»

Или курсы по программному обеспечению, например, Microsoft Outlook. Можно дать качественную эмуляцию, где курсор двигается, вкладки выпадают, поля заполняются текстом. А можно завернуть всю эту красоту в историю: «Это директор нашей компании. Ему надо срочно решить вопрос отправки шоколада из Бельгии в Россию. Мы можем помочь ему, организовав в почте рабочее пространство». Хотя качественную эмуляцию при этом никто не отменял.

В любой хорошей истории должны быть три составляющие: герой, проблема, решение. Кот в сапогах – бедность – хороший план обвести Людоеда вокруг пальца. Дружная семья – большая репка – командная работа. Новичок Саша –

сложности при адаптации – действия руководителя. Вы – большой счет за квартиру – установка счетчиков.

Попробуйте закрутить сюжет, придумать героев, написать сценарий, представьте себя режиссерами игрового кино! Мы делаем электронные курсы для людей, а людям очень нравится, когда говорят про них. Не про обезличенные документы, сложные приборы, а про людей. Почувствовав себя героем истории, каждый сможет переложить ту информацию, которая подается, на свою практическую работу. Или не переложить, если информация в курсе никакого отношения к работе не имеет!

Есть еще один момент, о котором хотелось бы сказать. Истории должны проецироваться на реальность. Можно, конечно, в курс по управлению проектами вставить отличный пример планирования из Кота в сапогах, но в таком сюжете существует риск, что она воспримется учащимся просто как увлекательная история, которую потом будет сложно применить на практике. Ведь и мы не думали про командную работу, когда услышали сказку «Репка» в первый раз. ■

Набор на весну открыт!

26-27 марта (ср-чт)

«Педагогический дизайн для электронного обучения: как создавать курсы, которые будут работать?»

28 марта (пт)

«Проектирование интерфейсов электронных курсов»

3-4 апреля (чт-пт)

«CourseLab: инструмент для разработки электронных курсов»

7-8 апреля (пн-вт)

«CourseLab для продвинутых пользователей»

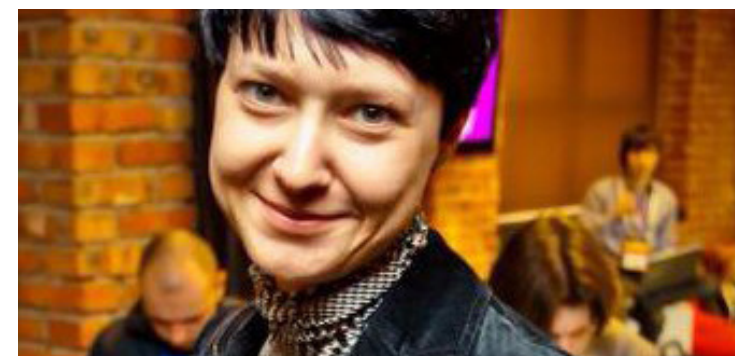
10-11 апреля (чт-пт)

«Разработка курсов в Articulate Storyline»

Чтобы ваши курсы с удовольствием
и пользой для работы проходили сотрудники!

Учиться в Академии!

Авторы курсов:



Елена Тихомирова
Генеральный директор
eLearning center



Дмитрий Кунин
Ведущий front-end разработчик
AT-Consulting



Николай Дворников
Исполнительный директор
eLearning center

КАК НАПИСАТЬ ИСТОРИЮ



1. ЗАВЯЗКА ИСТОРИИ



2. ГЕРОИ



3. СУТЬ (ПРОБЛЕМА)



4. РАЗВИТИЕ
(ДЕЙСТВИЕ И СИТУАЦИИ)



5. УРОКИ, КОТОРЫЕ
МОЖНО ВЫУЧИТЬ
ПО ДАННОЙ ПРОБЛЕМЕ



6. ИТОГ
(ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ)





Первая премия для специалистов в электронном обучении!

Мы знаем, что вы каждый день делаете огромную работу по развитию электронного обучения, улучшаете и совершенствуете его. Вы делаете очень интересные проекты, которые достойны наград. И нам очень важно, чтобы ваши стремления и вклад в e-learning были оценены!

Как принять участие?

- 1 Заполните анкету.
- 2 Опишите в ней свои достижения, задачи и результаты. Либо прикрепите проект курса (для номинации «Лучший e-learning проект»).
- 3 Ожидайте информации от организаторов премии, попала ли ваша заявка по оценке экспертов в шорт-лист премии.
- 4 Если ваша заявка попала в шорт-лист, мы пригласим вас на мероприятие eLearning elements 28 мая для участия в награждении победителей.

Номинации:

- Лучший электронный курс для компании
- Лучший электронный курс для вузов
- Лучший e-learning специалист в компании
- Лучший e-learning специалист в вузе
- Лучший e-learning проект в компании
- Лучший e-learning проект в вузе
- Лучший разработчик электронных курсов

