



## DLACZEGO HISTORIE SĄ WAŻNE DLA LIDERÓW?



GREEN  
INDUSTRY  
FOUNDATION



Współfinansowane przez  
Unię Europejską

Opowiadanie historii jest częścią ludzkiego doświadczenia. Kiedy ludzie dzielą się swoimi historiami, słuchacze w naturalny sposób skupiają swoją uwagę, angażując się w doświadczenia opowiadającego. Pomiędzy mówiącym a słuchaczami pojawia się połączenie i synchronizacja. Opowiadanie historii jest potężnym narzędziem w komunikacji liderów. Liderzy, którzy opanowują sztukę i dyscyplinę opowiadania historii, mogą komunikować, kim są i co reprezentują, nawiązywać kontakt z interesariuszami, umożliwiać im wyobrażanie sobie nowych perspektyw, przekazywać złożone komunikaty i inicjować działania. Historie są również istotną częścią skutecznego dyskursu zarządczego. Pomagają przekazywać pomysły, budować wartości i zaufanie oraz przekonywać wahających się i sceptycznych. Opowiadanie historii jest narzędziem uzupełniającym racjonalną komunikację opartą na faktach, ponieważ historie wykraczają poza racjonalność, odwołują się do uczuć, emocji i kształtują nadawanie sensu ludziom.

Historie pozwalają liderom pokazać, w co wierzą i skąd pochodzą. Zamiast wykorzystywać historie wyłącznie jako sposób na zabawienie publiczności lub przyciągnięcie jej uwagi, historie są szczególnie skuteczne, gdy przedstawiają tożsamość lidera. Według antropolożki Dorothy Holland i współpracowników „tożsamość jest kluczowym środkiem, dzięki któremu ludzie troszczą się o to, co dzieje się wokół nich i dbają o to”. Kiedy liderzy jasno komunikują swoją tożsamość, mogą zainspirować bardziej autentyczne połączenie, które wykracza poza dyrektywy i odgórne wskazania.

W wystąpieniach publicznych opowiadanie historii polega na rozwijaniu relacji ze słuchaczami i wykorzystywaniu tego, co osobiste, do komunikowania uniwersalnych tematów, które nas łączą. Dla mówców ostatecznym celem fascynującej historii powinno być wyrażenie swojej tożsamości za pomocą efektownych ilustracji. Ilustracje te powinny pozwalać osobie przemawiającej zachować autentyczność, swego rodzaju bezbronność a także zaprezentowanie siebie opisując swoje wybory i ich przyczyny, a nie służyć do emocjonalnego manipulowania odbiorcami.

Jednocześnie historie nie zawsze są najlepszym wyborem do przekazywania niektórych rodzajów treści lub mogą nie być najlepszym formatem dla konkretnego odbiorcy. Na przykład historie mogą być idealnym wyborem na przemówienie trwające nieprzerwanie, kiedy trzeba przekazać swoje wartości, lub anegdotę otwierającą, aby zilustrować, dlaczego wyznajesz określone przekonania.

Dla mówców celem fascynującej historii powinno być ostatecznie wyrażenie swojej tożsamości poprzez mocne ilustracje. Z drugiej strony, jeśli Twoi odbiorcy są niecierpliwi lub bardziej zmotywowani badaniami, danymi i bezpośrednimi odpowiedziami na ukierunkowane pytania, lepszym wyborem może być inna forma komunikacji. Podejmij więc świadomą decyzję — nie opowiadaj historii tylko dlatego, że wszyscy to robią.

Kiedy opowieść skutecznie łączy się w całość, słuchacze:

- Wyciągają wnioski i myślą o podobnych doświadczeniach w inny sposób.
- Kwestionują swoje własne założenia i spostrzeżenia na temat mówiącego
- Ufają uwagom mówcy.
- Poczują motywację do działania lub stania się częścią podobnej sprawy/celu.
- Poszukają dalszych informacji w danym temacie
- Docenią historię stojącą za daną opowieścią i motywacje stojące za decyzjami.
- Poczują poczucie więzi i wspólnoty wokół uniwersalnych tematów.
- ustanowią wspólną płaszczyznę.
- zrozumieją, że nie są sami w swoich zmaganiach i podróżach.





Choć historie mają wielką moc, intencje mówiącego mają znaczenie. Widzowie potrafią rozpoznać, kiedy mówca wykorzystuje historię, aby wymusić nawiązanie kontaktu lub udawać osobę należącą do nich. Zamiast zastanawiać się, jaka historia będzie interesująca dla odbiorców, najpierw zastanów się, jakie doświadczenia lub momenty życia są dla Ciebie niezwykle ważne. Gdzie nauczyłeś się ważnej lekcji, która nadal wpływa na twój sposób myślenia? Jakie zmagania Cię zmieniły? Jakie punkty zwrotne miałeś w swoim życiu? Jakie momenty są przykładem ważnych części Twojej osobowości?

Jeśli zaczniesz od autentyczności, znacznie łatwiej będzie stworzyć historię, która naprawdę nawiąże kontakt z odbiorcami. Tak naprawdę Twoja prawdziwa pasja i uczucia będą zaraźliwe, nawet jeśli publiczność nie miała takiego samego doświadczenia.



Poza tą zmianą sposobu myślenia, rozwijanie relacji ze słuchaczami wiąże się również z kilkoma kwestiami technicznymi, które mają zapewnić, że siła Twojej historii nie zostanie zmniejszona przez niejasne lub nieustrukturyzowane myślenie. Należy pamiętać o kilku rzeczach:

- Historie powinny być konkretne i skupiać się na konkretnych, prawdziwych momentach.
- Podaj wystarczający kontekst, aby było jasne: zamieszanie zabija historię
- Dostosuj swoją historię tak, aby opierała się na znanych motywach lub opierała się na analogiach do tego, co znają Twoi odbiorcy
- Pamiętaj, że czasami mniej znaczy więcej – nie musisz powiedzieć wszystkiego, aby wyrazić swoją opinię. Podobnie pamiętaj o całkowitym czasie antenowym, aby nie stracić ludzi.
- Wbij do głowy najważniejsze wnioski lub morał. Powtarzanie może być pomocne.
- Ucisz głosy w swojej głowie, które mówią, że nikogo nie będzie obchodzić Twoja historia lub że nie będzie „wystarczająco dobra”. Jeśli jest to dla Ciebie ważne, warto podzielić się tą historią.

Podobnie jak w przypadku każdego wystąpienia publicznego, historie pomagają mówcom w interakcji z publicznością i nawiązaniu kontaktu wokół istotnej idei. Historie wyróżniają się zdolnością do ilustrowania emocji, wewnętrznych myśli, osobistych przeżyć, indywidualnych wartości i przekonań, humorystycznych obserwacji oraz uzasadnień działań i wyborów. Odgrywają ważną rolę w wielu celach, od wyjaśniania informacji, zachęcania do działania, wzbudzania emocji, a nawet oferowania ucieczki poprzez rozrywkę i humor. Ale co najważniejsze, historie przypominają nam, że każda osoba, niezależnie od pochodzenia i okoliczności, ma cenne ludzkie doświadczenie, które może zaoferować światu.

