

Маркова В.А.,
кафедра журналістики Харківської
державної академії культури
Харків

ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ СТОРІТЕЛІНГУ ГРОМАДСЬКИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ПРАВОЗАХИСНОГО СПРЯМУВАННЯ

Громадські організації відіграють важливу роль у розбудові громадянського суспільства, забезпечуючи процес самоорганізації населення, представництва, відстоювання інтересів і прав різних груп. За даними Державної служби статистики України у 2018 р. (останній рік, за який наводяться дані), в країні було зареєстровано 26 630 керівних органів громадських організацій, що є свідченням значної громадської активності. Водночас, як свідчать результати Загальнонаціонального дослідження громадської думки населення України, проведеного Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з Київським міжнародним інститутом соціології з 8 по 20 серпня 2019 року, більшість громадян оцінює нинішній рівень розвитку громадянського суспільства як середній (40,5%). Зазначене опитування також показало, що більшість громадян (50%) визнають, що громадські організації потрібні в їхніх містах чи селах, але лише 7,5% громадян відповіли, що залучені до активної громадської діяльності – фактично стільки ж, як і в 2013 році (8%). Основними видами діяльності, якими насамперед повинні займатися громадські організації, у ході опитування називалися: захист вразливих соціальних груп (52%), контроль за діяльністю влади (38%), надання людям юридичної та іншої допомоги в обстоюванні своїх прав (38%), [1]. Ці цифри свідчать, що переважна більшість дивиться на діяльність громадських організацій саме як на правозахисну. На жаль, надійної статистики щодо кількості громадських організацій саме правозахисного спрямування немає. Звернення до єдиної активної онлайн Бази громадських організацій України, яка підтримується на порталі Громадський простір (Prostir.Ua), дозволила виявити 210 організацій, серед напрямків діяльності яких зазначені права людини.



Серед найбільш вагомих проблем, з якими стикаються громадські організації у своїй діяльності, експерти (192 представники різних громадських організацій) зазначають наступні: створення «кишенькових» громадських організацій (при органах влади, партіях, олігархах) – 75%; залежність діяльності громадських інституцій від донорів («від гранту до гранту») – 68%; слабкий зв'язок громадських організацій із громадою (54%). Зазначається, що організації мають обмежений доступ до ресурсів і, відповідно, низький рівень інвестицій [2].

Одним із шляхів подолання зазначених проблем є активна комунікативна стратегія організації, яка б дозволила демонструвати донорам і громаді ефективність своєї діяльності, залучаючи тим самим кошти і пропагуючи себе як суспільно корисну інституцію. Водночас, нині можна констатувати, що переважна більшість громадських організацій майже не займаються вибудовуванням комунікативної стратегії. Це цілком підтверджується аналізом даних з онлайн Бази громадських організацій України.

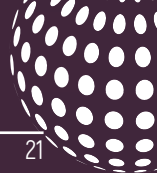
Слід зазначити, що портал «Громадський простір», який адмініструє зазначену базу, також акумулює унікальну й актуальну інформацію щодо розвитку громадянського суспільства в Україні, надає безкоштовні послуги з презентації організацій, їх активностей, пошуку ресурсів для подальшої діяльності, волонтерів, партнерів, експертів, працівників. База громадських організацій України дає можливість перегляду інформації про організації за їх видами, напрямками діяльності, регіонами. На сторінці кожної організації, що входить до бази даних, зазначена інформація щодо напрямків діяльності, видів діяльності, контактів, представленості у мережі Інтернет, прізвища і посади керівника, місії. Аналіз представленості цих організацій в мережі Інтернет дозволив отримати наступну інформацію: з 210 правозахисних організацій із Бази громадських організацій 188 мають свої сторінки у Facebook, 32 також у Twitter, 209 зазначили наявність веб-сторінок. Водночас, перегляд контенту сторінок у соціальних мережах та веб-сторінок, дозволяє зробити висновок про низьку комунікативну активність більшості громадських організацій. Більшість посилань на веб-сторінки, на жаль, виявилися непрацюючими. Повноцінні сайти ведуть лише потужні громадські організації, але їх контент здебільшого носить інформаційний характер.

Аналіз контенту громадських організацій правозахисного спрямування, інформація про які представлена в базі даних, дозволила дійти виснов-

ку про недостатнє використання потужних комунікативних можливостей такого інструменту, як сторітелінг. Під сторітелінгом розуміємо комунікативну технологію, яка використовує інформаційне повідомлення у вигляді історії і застосовується комунікантом з метою підвищення ефективності сприйняття і здійснення впливу на комуніката. Нині він цілком заслужено став одним із визначальних трендів у вибудовуванні комунікації з громадою, партнерами, донорами, підтвердженням чого є численні тренінги, майстер-класи, фахові публікації.

Так, 10.10.2020 у Києві для активістів-грантерів конкурсу «Посилення правових можливостей ромських громад задля розвитку і протидії дискримінації ромів», що проводився Ромською програмною ініціативною групою Міжнародного фонду «Відродження» спільно з ініціативою МФВ «Права людини і правосуддя», які опікуються розвитком ромських громад, було організовано три тренінги, що присвячені ефективному спілкуванню, вмінню презентувати себе, свій проект, свою діяльність, застосовуючи сучасні інструменти комунікації – і отримувати результат. Один з тренінгів був присвячений саме сторітелінгу [3]. На порталі «Громадський простір» 06.04.2021 р. розміщений переклад статті Дебори Свєрдлов, фахівчині з адвокатури «Етичний сторітелінг. Комунікація без визиску», в якій вона визначає сторітелінг як один із найпотужніших інструментів у світі соціального впливу. Вона вважає, що організації мають розповідати історії для зміцнення контакту з людьми, спонукання їх до активної дії чи до пожертв тощо [4]. Київська школа прав людини та демократії, яка є безкоштовною освітньою платформою правозахисної організації «Центр Громадянських Свобод», 04.03.2021 провела лекцію «Сторітелінг для правозахисників» [5]. На сайті Pro Bono Club Ukraine (PBCU), що є платформою змістовних партнерств бізнесу з громадським сектором, з тегом «Поради від профі» розміщено хайлати вебінару Олександра Клейменова, керівника відділу розробки форматів 1+1 Продакшн під назвою «Сторітелінг. Чому він став трендом, і які історії може розповісти ГО», в якій він ділиться, як цікаво розповідати історії і навіть це робити [6]. І перелік таких прикладів можна продовжувати.

Оксфордський словник визначає сторітелінг як діяльність з розповідання або написання історій [7]. (<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/storytelling>).



Розповідання історій – один з найдавніших форматів соціальної комунікації, з яких в подальшому виникли корпуси релігійних і літературних текстів. Свою актуалізацію з новими конотаціями вже як термін сторітелінг отримав у 1992 р. завдяки керівнику концерну Armstrong International Девіду Армстронгу. У своїй книзі «MBSA: Managing by Storying Around» [8] він доводив ефективність нестандартного способу менеджменту з використанням нового формату інструкції, що спирається на реальні життєві історії. Нині його також активно використовують в рекламі, піар-діяльності, брендінгу, маркетингу, освіті, журналістиці. Доречним він буде і у вибудовуванні комунікативних стратегій громадських організацій правозахисного спрямування.

Узагальнений аналіз наукових публікацій, в яких сторітелінг розглядався як комунікативна технологія, дозволив виявити основні маркери, що підвищують можливість комунікативного впливу. До них можна віднести саму форму побудови історії, що є, з одного боку, повсякденною, з іншого, апелює до міфу, архетипів; структура викладу і стилістики (сюжет, сцени, діалоги, динаміка, інтрига, передчуття «кінця»); спрямованість на емоційну сферу (залучення в подію, співучасть, емпатія, занурення); когнітивну складову (зрозумілість, доступність, легка засвоюваність, запам'ятовуваність); використання тонких механізмів переконання [9].

Аналіз контенту сайтів та акаунтів у соціальних мережах громадських організацій правозахисного спрямування, які входять до бази даних порталу «Громадський простір», показав, що використання сторітелінгу має поодинокий характер.

Прикладом може бути досвід всеукраїнської добровільної жіночої організації «Українська Жіноча Варта», яка займається проблемами жінки в армії, захисті прав жінок в армії, створенні та розповсюдженні військової, домедичної, психологічної літератури, проведенні масових занять та навчань для жінок, освітніми та соціальними програмами по всій Україні для жінок, що беруть участь у бойових діях, внутрішньо-переміщених осіб та дітей війни. На її сайті є розділ Історії, в якому представлені матеріали у форматі сторітелінгу, в яких розповідаються історії з минулого («Ганна Золотаренко – гетьманша, яка зцементувала Україну», «Ми всі були смертниками: історія життя Анни Попович», «Христина Пекарчук – кримська українка в лавах Армії УНР» тощо), а також наших сучасниць («Не сексизм, а патріотизм»: історія дівчини-курсантки з нашумілого фото», «Блакитноока

десантниця», «Від Майдану до аеропорту»: історія студентки, яка воювала в АТО» тощо) [10].

Також цікавим є проект Громадського об'єднання «Кременчуцький інформаційно-просвітницький центр «Європейський клуб» «Нові сусіди. Історії», що представляє собою результат двомісячної роботи зі збирання й описування історій переселенців в рамках проекту «Нові сусіди. Інтеграція ВПО до місцевих громад Полтавської області». Ця ініціатива реалізована за підтримки Програми Розвитку ООН в Україні (в межах Проекту «Швидке реагування на соціальні та економічні проблеми внутрішньо переміщених осіб в Україні») та Уряду Японії [11].

На сайті «Боротьба за життя»: історія свавільно засуджених» представлено історії засуджених довічно без права на перегляд вироків. З огляду на те, що в Україні більше десяти років відсутня процедура виправлення судових помилок, перегляду кримінальних вироків засуджених, зокрема і найвищої міри покарання, ця проблема є суспільно важливою [12].

Водночас, можна констатувати, що переважна більшість громадських організацій не використовує комунікативний потенціал сторітелінгу.

Узагальнюючи матеріали тренінгів, майстер-класів, фахових публікацій, слід зазначити, що використання сторітелінгу, безумовно, повинно бути доречним. Для з'ясування цього питання потрібно визначитися з метою його застосування та цільовою аудиторією (донори, ЗМІ, інвестори, потенційні члени громадського об'єднання, громада тощо). Завдяки сторітелінгу громадським організаціям правозахисного спрямування можна займатися ефективним інформуванням спільноти щодо правозахисної проблематики, створювати сприятливий контекст для актуалізації певної проблеми; транслювати цінності і світогляд; показувати особисті зміни та суспільні трансформації; привертати увагу донорів і громадськості до проблеми (мотивувати ЗМІ розповісти про неї і роботу громадської організації); покращувати відвідуваність веб-ресурсів та сторінок у соціальних мережах; мотивувати, закликати до дії, надихати наявних і майбутніх співробітників і волонтерів; збирати пропозиції до проекту; демонструвати свої успіхи та ділитися проблемами; висловлювати солідарність; сприяти консолідації навколо певної проблеми; навчати [5, 6]. Олександр Клейменов вважає, що завдяки сторітелінгу громадські об'єднання мають шанс стати експертним медіа у своєму напрямку [6].



Тренерка зі сторітелінгу та експертка з комунікацій Анастасія Безверха у своїй лекції «Сторітелінг для правозахисників» виділила наступні види історії, які доречно використовувати саме у правозахисній діяльності:

- «я герой/ми команда», історії про успіхи організації в досягненні цілей;
- «історія-метод», історія вирішення конкретної проблеми;
- «історія-зміна», мотивуюча історія, що розповідає про світоглядні зміни і спонукає до дії;
- «історія-мораль», історія, в якій наочно демонструється, що потрібно робити, а що ні, і які наслідки це має;
- «історія-доказ» передбачає документування випадків факту порушення прав [5].

Таким чином, використання сторітелінгу у правозахисній діяльності є доречним і ефективним. Громадським організаціям правозахисного спрямування потрібно звернути увагу на сторітелінг як на комунікативну технологію, яка може стати у нагоді для вибудовування ними ефективної комунікативної стратегії з громадою, донорами і інвесторами.

Література

1. Громадські організації в Україні в 2018 р. // Державна служба статистики України : [Електрон. ресурс]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Громадянське суспільство в Україні: цифри і факти // Громадський простір : [Електрон. ресурс]. URL: <https://www.prostir.ua/?news=hromadyanske-suspilstvo-ukrajiny-tsyfry-i-fakty>
3. Сторітелінг, креативне мислення, комунікація, і три «вудочки», на які їх можна зловити // Громадський простір : [Електрон. ресурс]. URL: <https://ldn.org.ua/event/storiteling-kreativne-mislenna-komunikacia-i-tri-vudocki-na-aki-ih-mozna-zloviti/>
4. Сильні історії – велика відповідальність // Громадський простір : [Електрон. ресурс]. URL: <https://www.prostir.ua/?kb=etychnyj-storitelinh-sylni-istoriji-velykavidpovidalnist>
5. Сторітелінг для правозахисників: [відеолекція] : [Електрон. ресурс]. URL: https://www.facebook.com/watch/live/?v=2338160482982231&ref=watch_permalink
6. Сторітелінг. Чому він став трендом, і які історії може розповісти ГО : [Електрон. ресурс]. URL: <https://probono.org.ua/blog/storytelling>
7. Storytelling Retrieved from <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/storytelling>
8. Armstrong, David (1992). Managing by Storying Around: A new Method of Leadership. Crown Business, 272 p.



9. Markova V. Storytelling as a Communication Tool in Journalism: Main Stages of Development / V. Markova, O. Sukhovey//Journal of History Culture and Art Research 9(2). 2020. P. 355-366 DOI: <http://dx.doi.org/10.7596/taksad.v9i2.2516>

10.Українська жіноча варта : [Електрон. ресурс]. URL: <https://uavarta.org/istorii/>

11. Громадського об'єднання «Кременчуцький інформаційно-просвітницький центр «Європейський клуб» : [Електрон. ресурс]. URL: <https://prostir.org.ua/?p=1709>

12. Боротьба за життя»:історія свавільно засуджених : [Електрон. ресурс]. URL: <http://stories.khpg.org/>