

NORDISKA MÅLTIDSBERÄTTELSE

Ha ha... är det "storytelling" det heter!

Hösten 2007 introducerade vi projektet Nordiska Måltidsberättelser i Grythyttans kyrka i samband med Måltidsgalan. Vi berättade bland annat historier – förstås. Efter oss steg Carl Jan Granqvist fram för att hålla ett anförande. Han började tala, men tystnade sedan efter några ord och sa, lite roat, lite konfunderat: "Storytelling! Hahaha! Det man sysslat med alltid, nu har det ett namn också... Storytelling!"

Det kan förvisso vara lite provocerande att få höra att något så vanligt och alldagligt som muntligt berättande, storytelling, är ett begrepp, ett kunskapsfält och att man kan syssla professionellt med det. Samtidigt berättar mängder av människor historier i sin verksamhet utan att kalla det något särskilt. Car Jan har själv, tillsammans med andra, lyckats vända utvecklingen i en närmast utdömd region i vårt land, bl.a. med hjälp av, just det - storytelling. Just därför startade man projektet Nordiska Måltidsberättelser där, och det arbete man gjort har tjänat som inspirationskälla för de sjuttio deltagande företagarna inom måltidssektorn från Sverige, Finland och Norge.

Några exempel på berättandets betydelse

Storytelling är sannerligen inget nytt. Folk har berättat historier i tusentals år. Kanske är det ett av de allra vanligaste mänskliga sätten att kommunicera. Ja, kanske är det ett av mänsklighetens urspråk, en källåder till flera andra kommunikations- och konstformer. Även i västvärlden lever det muntliga berättandet, trots de teknikens landvinningar som tycks ha tagit över vår tids berättelser. I projektet använde vi olika exempel på hur berättelser bidrar till att skapa känsla och uppmärksamhet för platser och regioner. Två av dessa var Grythyttan och Skottland.

Skottland

I Skottland har stora resurser, inte minst med EU-medel, satsats de senare åren på att utveckla besöksnäringen. Man bygger mycket på de traditionella bilderna om landskapet, havet, historien och berättelserna. Självklart är whisky en viktig del i detta. Man har gjort flera "whisky trails" där ett stort antal brännerier kan besökas, var och ett med sin historia, vilken ofta berättas för besökaren. Ännu intressantare är de små berättelser som bifogas en del single malt. Ett exempel är Talisker Whisky, där en gammal öbo får uttala sig om platsen (Isle of Skye). Varken han själv, hans far eller farfar har någonsin lämnat ön. Om de gjort det skulle de, som han säger missat något:

- "What's the point? Every peak here has a dozen sagas to tell, every cove a mythology all its own. If I left, I'd probably miss something"

På många ställen skulle vi betrakta ett sådant stubbigt beteende som konstigt, men i det sagomättade skotska landskapet, fungerar det utmärkt. I Edinburgh finns också ett de få berättandets hus i Europa, Scottish Storytelling Centre.

Grythyttan

I utvecklandet från "ståltid till måltid" i Grythyttan/Hällefors har berättandet varit viktigt. Ett antal spännande projekt som Måltidens Hus, Formens Hus och Skulpturparkerna har genomförts. Dessa platser har fyllts med människor och aktiviteter. Orten och dess innevånare har gjort en resa från ett traditionellt bruksamhälle där råvaruproduktion av stål och bräder varit basen. Under 1990 talet rasade den gamla strukturen samman med nedläggningar och arbetslöshet. Nya visioner såg dagens ljus och med stort mod och envishet genomfördes dessa. Samtidigt som nya byggnader och projekt vuxit fram har ett antal personer ihärdigt berättat om bakgrunden, förändringarna och visionerna. Historien, i grunden ett starkt muntligt berättande har varit mycket viktigt för att skapa det nya. En av dem som berättat och åter berättat, är Carl Jan. Många har hört honom berätta sina visioner fyllda av historier och skrönor glömmar inte platsen Grythyttan och dess starka koppling till måltid. Berättelserna har starkt bidragit till att visionerna har kunnat genomföras.

Här följer en redogörelse för de metoder vi använde för att lära oss berätta företagsberättelser¹. En del exempel på de berättelser som användes eller skapades finns också med. Samt en hel rad med råd till den som vill arbeta med berättande. Väl bekomme!

Att berätta sin historia om företaget, platsen och produkten – en metodbeskrivning för utveckling av måltidsberättande

Tre professionella berättare har varit engagerade som pedagoger i projektet Nordiska Måltidsberättelser, Neppe Pettersson från Finland, Heidi Dahlsveen från Norge och undertecknad, Ida Junker från Sverige. Vi har i viss utsträckning var och en sitt tillvägagångssätt för att undervisa i muntligt berättande. Dock är nog grunderna i hur vi ser på det muntliga berättandet ganska lika. Här redogör jag för den metod jag själv använde med grupperna i Fiskars och Hällefors. Men först några ord om storytelling och företagande.

”Det där med storytelling är väl inte så märkvärdigt” – Syfte

I projektet Nordiska Måltidsberättelser utgick vi från några syften och mål. Målen och måluppfyllelsen finns redovisad i en särskild rapport. Syftena med projektet var att ge deltagarna:

1. Inblick i och praktisk erfarenhet av det muntliga berättandet som verktyg för marknadskommunikation.
2. Viss kännedom om traditionella muntliga berättelser inom området mat och måltid i Norden².
3. Stärka regionala nätverk för företagare inom måltidssektorn.
4. Bidra till att stärka bilden av Norden i världen.

Det övergripande syftet med projektet Nordiska Måltidsberättelser och vilka erfarenheter gruppen skulle få, formulerade jag som ovanstående. Mindre uppstyllat, när grupperna startade sitt arbete, sa jag till dem: Det viktigaste ni kommer att få med er härifrån är att ni kommer att tänka ”Det där med storytelling, det var väl inte så märkvärdigt. Det kan ju jag också!” Och jag tror också att ni kommer att se nytta av att behärska ert företags berättelser.

Vi skapar resultatet tillsammans - Grunden för metoden

Gruppen och dess interaktion är grunden för arbetssättet. (I detta är min tidigare bakgrund som drama- och bildpedagog viktig för mitt arbete med storytelling.) Individens inneboende resurser och erfarenheter, som när de möter andras i ett kreativt och prestigelöst arbetsklimat, där hela människan tas till vara, är det viktigaste redskapet. Diskussioner och övningar varvas med kortare teoripass, som åter förankras i praktiskt arbete. Formandet av rummet är i sig en signal: ett tomt rum, bra allmänljus, vi sitter i ring utan åtskiljande bord och utan tekniska hjälpmedel. Allas röst är lika värdefull, alla bidrar till den arbetsprocess vi går in i.

Det här gjorde vi – Kursens innehåll

Vad är storytelling och vad kan det ge mig och min verksamhet? - Första kurstillfället

Uppleva och förstå storytelling och dess användning som verktyg. Analys av den speciella typen av lyssnande berättarspråket ger.

Skapa ett kreativt klimat, stärka gruppkänslan, lägga grunden till framtida nätverkande inom regionen.

Pröva berättande genom att träna in och berätta en befintlig, traditionell historia för publik.

Att kommunicera med berättande, vad är en berättelse, minnesteknik, frimodighet i framträdandet.

¹ För enkelhetens skull innefattar vi berättelser om platser produkter regioner osv. i begreppet företagsberättande.

² I metodbeskrivningen redovisar vi inte den nordiska berättartraditionen. En uppsjö med litteratur och andra källor finns, t ex på biblioteken.

NMB metodbeskrivning vers 1.0

Genomgång med exempel av vad muntligt berättande kan ge inom marknadskommunikation. Undersöka vilka berättelser som finns eller skulle kunna finnas i den egna verksamheten samt börja söka stoff till egna företagsberättelser.

Uppgift till andra kurstillfället:

Testa berättandet som kommunikation genom att berätta er (traditionella) historia tre gånger för olika lyssnare.

Ta med embryon, tänkbart stoff, till tre stycken berättelser med anknytning till er verksamhet.

Skapa en egen företagsberättelse och planera dess användning! - Andra kurstillfället

Research, redigering, repetition och framförande steg för steg.

Genomgång av berättarens verktyg.

Diskussion om och fördjupning i möjligheterna till användning av storytelling i egna verksamheten.

En arbetsdag såg ut så här - Arbetsgång

Startrunda

Uppvärmning

Lyssnande: Inledningsberättelse

Språk- och berättarövningar

Pocessande av en berättelse i par (eller större grupp) med olika övningar

(eller: Research, redigering, storyboard)

Framförande för en grupp lyssnare, ev. hela gruppen

Respons

Diskussion

Slutrunda

Lyssnande: Slutberättelse

Dessutom innehöll alla goda och lokalt präglade gemensamma måltider ömsesidigt berättande och lyssnande.

Berättarövningarna

Grundformen är att berätta för varandra två och två och att hela tiden byta så att man får en ny lyssnare som inte hört historien. Lyssnaren ger styrning eller respons av olika slag, som får berättaren att utveckla historien. Samtidigt fäster de många upprepningarna historien i berättarens minne. Lyssnaren kan med olika övningar träna berättaren att utvidga miljön i berättelsen, att lägga till fler sinnesintryck, som lukt eller ljud, att använda gestik, mimik eller replik, att förändra sin attityd, att utveckla röst, volym eller ton, att skapa kontraster. Möjligheterna är många och endast kursomfånget sätter gränsen.

Många av övningarna ovan går ut på att vidga berättelsen, få oss att se dess möjligheter. Men i allt skapande är minimalism en dygd. När historien är färdig, vinner den garanterat på att kortas. En övning är då att tvinga sig att berätta den på halva tiden. Och sedan på en fjärdedel av tiden.

Att lyssna till berättelser

För att börja använda muntligt berättande som metod, behöver man förstå det berättande språkets väsen. En början är att lyssna. Visst har vi hört folk dra en historia eller någon föreläsare väva in berättelser i sin framställning. Kanske har vi också tidiga minnen från en förälder eller lärare som kunde berätta historier. Men de flesta människor har inte betraktat dessa upplevelser medvetet och har heller inte reflekterat över skillnader i de typer av muntliga framställningar de hör. Ännu mindre funderat på att berättande skapar resultat och att det går att påverka och använda.

Därför började vi projektet Nordiska Måltidsberättelser med att berätta, berätta, berätta. Sägner och historier, myter och fabler ur nordisk tradition och från världens hörn, alla med anknytning till mat och måltid. Ett exempel är berättelsen om Korven här nedan, en gammal svensk folksaga med rötter i antiken.

Korven – en svensk folklig berättelse³

Det var en gång en gumma som gick hemma i stugan en kväll. Bäst som det var steg det in en fin och grann kvinna. Ja, hon var så fin så gumman neg för henne. "Jag skulle be att få låna stora grytan av er, för jag håller bröllop för dottern min och väntar många gäster." Den fick hon så gärna låna. Så gick hon.

Efter några dagar kom hon tillbaka. Gumman var ensam den gången med. "Tack så mycket för lånet", sa frun, "och nu skall ni få tre önskningar i stället". Så gick hon sin väg. Oj oj, tre önskningar! Gumman funderade på vad hon skulle önska. Gubben måste hjälpa henne att hitta på. Men det blev väl en fin gård åtminstone, och en kista med pengar kanske. Tänk så lyckliga de skulle bli!

Men när de nu var så rika var det bra snålt att bara bjuda gubben på en skål mjölk och några torra brödbitar. Hon hade nyss sett hur grannen gick in i sin stuga med en stor härlig korv. "Hååhåjaja om jag hade den korven ändå", sa hon. Och vad låg i det ögonblicket på bordet? En korv så ljuvlig och svällande, alldeles ångande och nykokt och hade den inte en krans med rotmos till och med, gult och härligt! Bättre mat finns inte på jordens rund.

Just då kom gubben hem. Han blev mäkta förvånad över den goda middagen. Han satte sig och tog lystet gaffel och kniv i händerna. "Vart i friden har du fått denna goda spis?" frågade han gumman. Röd om kinderna berättade hon de härliga nyheterna för honom. Och tänk, två önskningar hade de ännu kvar!

Men nu blev gubben alldeles till sig. En önskning redan bortslösad, på en sådan futtighet som en korv! Han blev helt darrig av vrede: "Du kunde ha fått all jordens rikedomar och mer därtill! Du är då den dummaste gumman i världen! Jag önskar korven satt på näsan på dig!"

Gumman skrek till, för hur såg hennes näsa ut n? Där satt korven som om den alltid suttit där och de kunde inte få den därifrån. Gubben ryckte så skallen nästan for av den stackars gumman. Han försökte med både sax och kniv, men korven var alldeles som en riktig näsa. Gumman tjöt och gubben gormade.

Ja, vad skulle de göra nu? För om de så önskade det bästa i världen så skulle korven ändå sitta där den satt. "Önska du", sa gumman och lipade. "Nej, önska du", sa gubben och grinade. Men till slut sade han: "Jag önskar mor vore av med den usla korven". I detsamma flög korven ner på fatet igen. Och de blev så glada så de hoppade upp och ner och runtomkring i stugan.

Så satte de sig vid bordet med det ljuvliga fatet mellan sig. Det ångade ännu och doften kunde så när göra en hungrig stackare tokig. Så de högg in från varsitt håll. Och hur det än var med alla önskningar – en godare middag hade de aldrig ätit!

Som tända ljus...

Vad händer när människor lyssnar till en berättelse? Detta är en kärnfråga, när vi vill förstå nyttan med att använda berättande för att nå ut med ett budskap. Det vi först iakttar är en ovanlig stillhet. Lyssnaren sitter "som ett tänt ljus" eller "som trollbunden" - vi känner igen uttrycken. Berättaren behöver inte alls vara professionell eller särskilt skicklig, auditoriet är ändå mer eller mindre andlöst stilla. Denna erfarenhet brukar ofta vara förbluffande för den lyssnare som upplever den första gången. Vi hör ofta folk utbrista: "Vilken upplevelse! Vilket verktyg! Varför används inte detta mer?" Än starkare kan upplevelsen av att bli lyssnad till vara, när man själv börjar testa berättandet. Oftast har man aldrig förr upplevt att människor följer ens minsta tankegång eller gest och hänger vid ens läppar på detta vis.

Vad som helst för vem som helst

Verkan hos det muntliga berättandet är likadan, oavsett vilken typ av berättelser det handlar om eller vilket syftet med berättandet är - en gammal fabel eller en modern företagshistoria, ett skvaller om grannen eller en vits. Verkan är också densamma oavsett vilka lyssnarna är eller hur erfaren berättaren är. Ålder, yrke, erfarenhet – samma lyssnande. Från fyraåringar till högstadieungdom,

³ Kan med fördel bytas till olika lokala eller regionala korvar, varför inte använda Hackkorv eller Värmlandskorv!

från företagare till präster, alla ger en muntligt framförd berättelse sin hela uppmärksamhet. Hur kan det komma sig?

”Informationsspråket”

För att förstå berättandet kan vi förenkla och säga att det finns två slags språk. Det ena språket är abstrakt, logiskt, objektivt och allmänt. Det vädjar till tänkandet, det förklarar, analyserar, värderar, förmedlar idéer och begrepp. Lyssnaren får inga bilder eller andra sinnesförmågelser när hon lyssnar – det är i den meningen det är abstrakt. Titta på lyssnaren! Hon lyssnar koncentrerat några minuter, sedan skruvar hon på sig, antecknar, tittar i sin väska... Informationsspråket har blivit ett allt vanligare språk i muntlig kommunikation. Merparten av de muntliga framträdanden av olika slag vi åhör hålls på detta språk, från skolan och arbetslivet igenom. Ju seriösare sammanhang, desto mer av det abstrakta och formella informationsspråket. Trots att det är minst upplevelserikt och det lyssnaren bär med sig minst minnen ifrån.

”Berättarspråket”

Det andra språket är ett bildspråk, sinnenas språk: synens, smakernas, dofternas. Det är konkret, subjektivt, detaljerat, specifikt. Det talar till förnimmandet, känslorna, våra mänskliga erfarenheter. Se på lyssnaren! Hon sitter som ett tänt ljus. Detta språk används mest på fikarasterna, vid middagen i hemmet, på skolgårdarna, i omklädningsrummen. Det lever i små fickor i vår moderna tillvaro, mellan jobbet, tv-tittandet och surfandet. Insikt om skillnaden mellan de två språken är nyckeln till att använda muntligt berättande. Den som kan växla fritt mellan de två språken blir en mästare i att trollbinda sina lyssnare, få dem att minnas det som sagts och påverka dem.

Vad händer med lyssnaren?

Den som lyssnar på en berättelse ser ut att vara passiv men är i själva verket mycket aktiv. Den bildskapande förmågan hos höger hjärnhalva går för fulla varv. Vi människor har oändliga möjligheter att med vår fantasi måla upp världar inombords. Vi gör det när vi läser viss skönlitteratur. Vi gör det i högsta grad när vi varje natt drömmer. Och vi gör det när vi lyssnar till berättelser. Det är just denna biologiska egenhet hos hjärnan som gör storytelling så effektivt. PowerPoint och overhead tjänar till att visualisera en framställning, men lyssnarens egen visualiseringsförmåga överglänsar dessa metoder.

Muntligt berättande är inte gestaltande

Teater och film är gestaltande konstarter. Stora resurser läggs på att få oss att tro på det vi ser på scenen eller duken. Muntligt berättande är tvärtom i huvudsak icke gestaltande. Inte för intet kallas det i Afrika för ”fattigmans-bio”. Berättaren endast antyder gestaltning medelst röst, replik, gestik och andra verktyg. I övrigt förmedlas historien med ord, konkretiseringar och väl valda detaljer. Själva gestaltningen sker inne i lyssnarens huvud. Om man mäter den kroppsliga aktiviteten hos den som lyssnar till en historia, så är den densamma som vid hypnos eller djupmeditation.

Att själv berätta

Alla kan lära sig berätta

Den som lärt sig de enkla knepet för berättandet, kan också fånga lyssnarna. I Fabula Storytelling, där jag är verksam, brukar vi erbjuda ”berättar-garanti”: ge oss en timme och vi gör folk till berättare. Om de själva vill anta utmaningen, så behövs inte mer tid. Redan efter kort träning i berättande brukar adepten lyckligt konstatera, att hon möts av en uppmärksamhet långt utöver det vanliga.

Alla kan redan berätta!

Att lära människor att berätta är att ta fram det de redan kan. De flesta berättar dagligen. Vi kommer till jobbet och säger ”I går när jag..” och efter semestern säger vi ”Vet ni vad vi har gjort!”. Berättandet fyller en hel rad funktioner i människors liv. En av dem är att bearbeta det vi upplever. Den första och nödvändiga steget för att läka svåra händelser är just att berätta, antingen vi kastar oss över telefonen och ringer en kompis när karestan gjort slut eller kommer från traumatiserande upplevelser i krig och går på debriefing för att bearbeta känslor.

Berättande utlöser berättande

Jag satt vid fikabordet med en ny grupp när min mobil klingade till. Ett sms från min son: "Jag är i Rom och har inga pengar". Jag skrattade till och läste det högt. Det utlöste en kakafoni av historier. Någon hade som ung fastnat i Lima, någons barn hade en gång hoppat av ett tåg av misstag, en annan hade en kusin som...

Det här sättet att kommunicera är så vanligt att vi sällan tänker på det. Det uppstår när man väntar in historierna och svarar på en historia med en annan. Det skapar ofta en känsla av varm gemenskap. Men det bryts om man börjar analysera upplevelsorna – d.v.s. byter språk.

Ska företagare verkligen "berätta sagor"?

Varför arbetar vi med traditionella historier? Målet för projektet är att deltagarna ska komma igång att använda muntliga berättelser i sin verksamhet. De ska alltså behärska konsten att berätta. Att själv skapa en berättelse är en helt annan konst. Att blanda dessa två är inget bra pedagogiskt grepp. Därför tar vi en sak i taget, och börjar med historier som redan finns. Att lyckas med det första steget ger kraft och lust att ta itu med nästa. Dessutom kan traditionella berättelser vara roande och finurliga. De innehåller en visdom eller humor som finslipats genom århundradens återberättande. Många av de gamla berättelserna handlar dessutom om mat och måltid. De är alltså i sig högst användbara, i rätt sammanhang.

Vad är en berättelse?

För att förstå och använda berättarspråket och för att kunna skapa berättelser behöver vi ha klart för oss vad en berättelse är byggd av. Uttrycket "att berätta" är så allmängiltigt, att det används synonymt med att tala eller säga. Vi kan mena redogöra för, utveckla, förklara, kommentera, göra en genomgång. Inget av detta innebär att berätta, men kan innehålla mindre partier av berättande. Berättelsen är de delar i en framställning som inom den klassiska retoriken kallas *narratio*.

En räkka händelser

Så vad skiljer då egentligen en berättelse från annat tal? Om man frågar människor vad en berättelse är, får man ofta svaret: början, händelser, slut. Och detta är förstås riktigt; en berättelse är en räkka händelser med en tydlig kronologi. Vanligtvis är det också i muntligt berättande klokt att ha en rak och enkel tidsföljd i redigeringen, eftersom lyssnaren inte kan "bläddra tillbaka", och berättaren är beroende av dennes aktiva medverkan. Därför är allt som förhindrar lyssnarens omedelbara inre bildskapande till förfång för berättelsen och allt som stöder den till gagn. Att bli bra på att berätta handlar om att identifiera och övervinna dessa hinder.

Porten till världen

Vi gör en liten utvikning om våra fem sinnen. Att höra, lukta, smaka, känna och se är de enda verktyg vi har för att uppleva verkligheten. De är vår port till världen. En berättelse består i grunden av att hos lyssnaren väcka minnet av egna sinneserfarenheter. Den skapar minnen och minnena innehåller sinnesretningar. Bland sinnena är ett av dem kung: synen. Våra drömmar består i första hand av bilder, i andra hand av intryck av de andra sinnena, som ljud. Det är därför vi säger att muntligt berättande i första hand är ett bildspråk.

Två hörnstenar i berättelsen

Berättelsen vilar på fyra hörnstenar, som ingen kan undvaras. Den första är en person, en huvudfigur, ett subjekt. En berättelse måste handla om *någon*. Vi måste sniffa med någons nos, gå i någons skor eller känna regnet i någons ansikte. Annars kan vi inte använda våra sinnen (eller rättare sagt: minnet av våra sinneserfarenheter). Den andra är en plats. En miljö där det lyser, luktar, låter eller blåser kallt.

En av våra deltagare i projektet bestämde sig för att han inte ville ha någon huvudperson i sin berättelse. Han tyckte att den skulle handla om det gamla hamnmagasin där han bedrev sin verksamhet. Han skapade en underbar historia, där huset upplevde förändringar genom århundradena, med perioder av smugglarnäste, ödehus och annat. Men det krävde stor möda av honom, eftersom han tvingades att i någon mån ge huset mänskliga förmågor, för identifikationens skull.

... och två till

Den tredje hörnstenen är ett dilemma, ett problem. Dilemmat är en radikal förändring av ursprungsläget. Det är berättelsens själva motor, det som driver den. Dilemmat speglar också ett av

de ursprungliga skälen till att vi berättar historier; vi vill förstå vad det är att vara människa. Sägner är ett tydligt exempel: Såväl gamla som nya sägner (urban legends) handlar om saker som vi fruktar därför att de är okända för oss – som t.ex. folk från medelhavsregionen som på sextioalet kom till vårt land och lagade okända maträtter – som i exemplet "Råttan i pizzen". Berättelsens dilemma kan vara ytterst anspråkslöst - eller enormt. Skosnören som går av är dilemman, liksom vulkanutbrott, börskrascher eller en brud som säger nej framme vid altaret.

Den fjärde hörnstenen är slutet. Det som antydde i introt till historien får nu sin fullbordan, antingen dilemman löses eller inte. Slutet speglar den idé berättaren har med att berätta just detta. Alla slut är inte lyckliga, men det är viktigt att vara säker på vara man ska landa med sin historia. Det skapar en nödvändig trygghet för berättaren på färden genom den.

En klassiker för att få fram en landningspunkt är att fundera på hur gestalterna i berättelsen utvecklats. "Efter den dagen var det aldrig mer någon som...".

Råd till berättaren

Vi arbetade med varsin traditionell berättelse med anknytning till mat och måltid i Norden, och avslutade den första kursomgången med en liten minifestival då alla lyssnade och diskuterade varandras berättelser. Här följer en kortfattad lista på råd riktade direkt till berättaren. Detta var vad vi diskuterade under övningarna i detta moment. Diskussionerna återupptogs i andra omgången, då alla skapade, bearbetade och berättade en historia med anknytning till sin verksamhet eller sitt företag.

En procent inspiration, 99 procent transpiration

Vi älskar av någon anledning att tänka oss att det finns talanger och att det är därför vissa är så framgångsrika inom sin konst, antingen det är fotboll eller pianospel. Vi beundrar pianovirtuosen och utropar: Om jag ändå kunde spela som hon! Fast vi borde förstås säga: Om jag ändå övat skalor dagligen i tjugo år... Innerst inne vet vi nog att det som krävs är ett beslut – jag vill bli bra på detta – och därefter enträget upprepande. Därför är *repetition* ett av de viktigaste råden: Berätta samma historia om och om igen, hela tiden för nya lyssnare. Berättelsen kommer att förändras, berättaren kommer att förändras, historien blir mer och mer hennes egen. Hon kan röra sig i den med säkerhet, brodera ut, måla, förändra den och använda den till vad hon önskar.

Det här är min berättelse!

Berättaren bör välja att berätta det hon tycker om. Den berättelse som får det att börja svänga inombords är den rätta. Eller den man förundras över eller retar sig på utan att veta varför. Man kan uttrycka det så här: Tillåt historien att välja dig. Var lyhörd för berättelsens egen logik och det du intuitivt anar att du vill säga med den. Förändra den så den passar dig utan att förändra dess skelett. Gör historien till din!

Skelettet

Urskilj berättelsens "ben". Den har en plot, ett skelett som är oberoende av den iscensättning den hade när du fann den. Du blottlägger benen, kanske med korta stolpar, anteckningar i bild eller text, och fyller sedan ut skelettet med nytt kött: din egen iscensättning, dina detaljer, din tolkning av dess idé.

Om man arbetar med traditionell historia, måste man då behålla "benen"? Nej, det folkliga stoffet är vårt och vi gör vad vi vill med det. Men det finns starka skäl till respekt för ett material som vandrat i folkmun i århundraden eller årtusenden. Mycket förstår vi inte förrän vi börjat just berätta det. Dessa historier har aldrig varit avsedda att vara litteratur.

Det du ser, minns du

Berättande är alltså ett bildspråk, ett sinnenas språk. Tänk dig att du går från plats till plats i historien. Vad ser du? Hurdant är ljuset, vilken tid på dagen är det, hur luktar det? Det du ser, upplever med dina sinnen, det ser dina lyssnare för sin inre syn. Detta är det viktigaste knepet. Detta är också den främsta tekniken för att minnas. Att se berättelsen, scen för scen med dess detaljer, gör att vi kan minnas långa historier. Det är ju platser vi har "varit på", inte något abstrakt vi memorerat.

Inte text!

Muntligt berättande är inte text. Det handlar aldrig om att lära in en text eller kunna "utantill". Texten är i det här fallet endast en källa bland flera. Lägg bort eventuell text så fort som möjligt och börja berätta. Var också försiktig med att skriva ner din berättelse ord för ord. Det kommer

garanterat att försvåra för dig när du sedan ska berätta. Gör du skriftliga anteckningar ska det vara i form av skissartade stödord. Att teckna sig igenom historien är ett mycket bättre sätt. Du ska inte vara bra att teckna, det duger med streckgubbar. Ett storyboard, där du tecknar scen för scen i historien, är ett bra stöd för din inre visualisering och ditt minne.

Brofästena

Var klar över hur du ska börja din historia och hur du ska sluta den. Det är de två brofästena som gör att du tryggt kan röra dig som du vill däremellan. Att vara osäker på hur man ska landa gör att man blir osäker på vägen genom berättelsen också. Slutet speglar berättelsens idé, vad just denna berättare ville få fram med att berätta den. Slutet knyter ihop säcken, som man öppnade i början. Har du inte skapat en landningspunkt så brukar det synas på lyssnarna. De väntar på slutklämmen. Den behöver inte ha någon storstilad poäng, den kan vara anspråkslös och enkel. Men den ska finnas där.

Den här historien handlar om... Stopp!

Varning för förklaringar, kommentarer och annat abstrakt språk, särskilt i början av berättelsen. Du ser direkt att du inte har lyssnarna med dig, att de tröttnar. Det är bilderna som trollbinder, själva berättarspråket, inga förklaringar i världen kan ersätta dem. Det kan vara frestande för den ovana att börja framställningen med förklaringar, men ju förr du kan ge lyssnarna den första bilden, desto bättre. Låt också berättelsens slut avklinga i tystnad, utan att börja förklara. Historierna talar för sig själva; det är en del av magin. Låt lyssnaren dra sina egna slutsatser.

Var dig själv!

Att vara berättare är inte en roll. Berättaren är du, berättelsen kommer inifrån dig, du har valt den och gjort den till din, eller du har skapat den. Just detta gör berättandet unikt. Mötet mellan berättaren och lyssnaren är genuint och autentiskt, från människa till människa. Därför ska allt vara så mycket *du* som möjligt: din röst, din dialekt; dina gester, din hållning. Så se upp med falska tonfall, sagoton, pålagda gester som inte känns naturliga. Kunniga och kärleksfulla rådgivare är guld. En idé för den som vill fortsätta med berättandet är att starta en berättarkrets för lyssnande och respons.

Sanning eller lögn?

Får man verkligen ljuga? Den frågan stöter vi ofta på. Problemet är att det i de flesta fall är omöjligt att exakt fastställa vad som är sanning och vad som är lögn. Berättande är alltid subjektivt och personligt. Berättelsen kan ligga mycket nära det som verkligen hänt, men den kan också vara en allegori som förtydligar verkligheten. Det vi kallar "lögn" kan mycket väl vara en vän, med förmåga att bära fram en djupare sanning än den exakta verkligheten - vilket är en av hemligheterna bakom kulturella uttryck över huvud taget. Ett arabiskt ordspråk illustrerar detta: "En bra lögn kan gå från Bagdad till Konstantinopel medan sanningen letar efter sina sandaler." I utvärderingar av våra kurser får vi ofta höra, när vi frågar efter vad som var bra: "Att man fick ljuga." Det illustrerar hur vi ofta låtit gamla föreställningar om sanning och lögn låsa vår fantasi och vår kreativa förmåga.

Vad vill du med att berätta?

Men vad ska man då hålla sig till? Kan man använda berättande till att förmedla kunskap och fakta eller återge verkliga händelser? Ja, självklart. Men när ska man tala sanning, när ska man ljuga? Svaret är att man måste klargöra för sig själv vad man har för syfte med sin framställning. Vad är det man vill uppnå? Fakta är inget självändamål, och det är inte heller fiktion. De är båda verktyg, som vi kan ta i vår tjänst. Så vill du roa, upplysa, få dem att minnas, påverka värderingar, motverka ett dåligt rykte? Fundera först över syftet, sen över vilken typ av berättelse som passar. Och självklart är det i många sammanhang absolut nödvändigt att vara trovärdig beträffande fakta och verklighet.

Vi lyssnar med ögonen

Muntligt berättande är kommunikation. Ögonkontakten är viktig, du läser i ögonen på lyssnarna hur de tar emot historien, och du förändrar den medan du berättar. Hur dina lyssnare är placerade är därför betydelsefullt. En hästskoform på samma nivå är idealisk. Rummet bör ha vanlig, jämn belysning, inte salongsmörker som på teatern. Lyssnarnas möte med varandra är också en del av magin. Vi kan utveckla kommunikationen och dra in lyssnarna i historien på olika sätt, med blickar och gester, med tilltal och improvisationer. Det stärker kontakten och gör lyssnarna ännu mer alerta.

Ska inte berättelsen bli likadan varje gång?

Din historia förändras och blir lite annorlunda för varje ny lyssnarskara. Bra! Det är precis som det ska vara. Berättande är att skapa tillsammans. Lyssnarna är inte passiva mottagare, tvärtom! De arbetar för fullt med att skapa den värld du frammanar. Mötet i muntligt berättande är kreativt och aktiverande. Men, se upp: Visa respekt för lyssnarna. De sitter kvar för att de accepterar den överenskommelse som finns i situationen (eller för att de är tvungna). Kraften i berättandet är stark: Berättaren har makt att manipulera lyssnarens inre bildvärld. Var medveten om det och se till att dina lyssnare mår bra!

Fånga ögonblicket!

Jag tänker ofta på berättelsen om Gandhi; som sägs ha tappat en sko när han klev på ett tåg. Tåget hade börjat rulla, han fann sig blixtsnabbt och kastade den andra skon efter. Hans resällskap såg förbluffat ut och han förklarade: Den som hittar en sko har ju ingen nytta av den...

Muntligt berättande är i högsta grad en ögonblickets konst och en vandring på slak lina. Du har början och slutet, du har dina inre bilder där emellan, men du vet aldrig hur just denna berättarstund blir. Öva på att fånga det som händer. Någon kommenterar högt, någon skrattar, någon protesterar. Ett flygplan kommer in på låg höjd, en mobiltelefon ringer. Det börjar regna. Det både roar och imponerar om du tar upp dessa yttre impulser och väver in dem i historien. Att snabbt anpassa sig efter nya lägen är en konst du kan utveckla.

Nervös?

Att vara nervös är ett naturligt tillstånd av förhöjd energi. Det syns inte. Ingen vet om det utom du, så tala för all del inte om det! Stå stadigt, andas djupt, se alla i ögonen – ingen kan gissa vad som rör sig inom dig. Använd energin som finns i anspänningen, den ger dig fokus. Att spela säker är det samma som att bli säker. Och övning ger färdighet.

Tappar du tråden, glömmer du något, kommer du av dig? Det gör inte det minsta. Redigera om historien, den blir ändå bra. Troligen märker ingen något. Ingen visste hur den "skulle vara". Eller fråga helt enkelt lyssnarna: Var var jag nu igen? Lyssnarna hjälper dig garanterat kärleksfullt och snabbt, när de väl är inne i berättelsen - vilket de är de så fort du gett dem den första tydliga bilden.

Var stolt över dig själv! Det smittar. Det väcker respekt. Alla behöver möten med folk som står för det de förmedlar, med god självkänsla. Får du applåder, stå kvar och ta emot dem med glädje.

Skyll inte på lyssnarna!

Lyssnarnas respons är kvittot på ditt berättande. Tyckte du trots allt att du inte lyckades fånga dem tillräckligt den här gången? Då kanske du frestas säga: "Äh, de var inte intresserade." Men det är bra mycket bättre, och säkert mer relevant, att säga: "Jag vill bli en bättre berättare!"

Berättarens sexton verktyg

Listan på de verktyg berättaren använder är lång. Vart och ett av dem har ett och samma syfte: att tjäna narrationen. Vad vi än har för mål med vårt berättande så är det dessa verktyg vi använder, antingen vi är medvetna om det eller inte. När vi, som under berättarövningarna, ska hjälpa varandra med att utveckla berättandet, är det bra att ha spaltat upp på vilka områden vi kan ge respons. Vi gick igenom dessa verktyg under den andra delen av kursen, mycket sporadiskt och som en vägledning och inspiration inför slutberättandet av de egna berättelserna.

1. Val av berättelse: Hur har du valt, vad har du valt bort, inom vilken genre berättar du, har du valt intuitivt, har du gjort research, vilka behov speglar ditt val, hur förhåller du dig till sanning och lögn i din berättelse.

2. Redigering: Hur har du vävt samman historien, hur börjar och slutar du, vad innehåller din introduktion, har du en rak kronologi, har du parallella berättelser, har du en ram för historien, har du kommentarer eller faktainslag och på vilket sätt fogar du in dem...

3. Situation: Du beslutar vanligtvis själv om berättarsituationen, du organiserar rummet (platsen, vandringen), bestämmer om ljus, eventuella föremål eller rekvisita, om alla de yttre faktorer som styr hur du vill ha mötet med lyssnarna.

4. Attityd: Du kan bli medveten om och öva med vilken inre och yttre hållning du vill framföra berättelsen. Ibland är omedvetna attityder till förfång för framträdandet.

5. Relation: Du kan ta vara på möjligheterna till samspel med lyssnarna och med andra faktorer i omgivningen.

6. Språk: Ditt språk och ditt sätt att tala påverkar ditt framförande. Din dialekt, dina personliga ordvändningar gör berättelsen till personlig, medan skräp i språket, som stockholmarnas "äääh" eller ungdomarnas "typ" kan vara mycket störande och med fördel kan städas bort. Ett litterärt eller inlärt språk är också störande. Vi vill ha det lediga talets språk, fritt från "text".

7. Intensitet: Du kan berätta med stark, neutral eller mycket svag intensitet – vi kallar det plus, minus eller noll-berättande. Det speglar olika grader av gestaltande och därmed olika grader av inre gestaltande hos lyssnaren.

8. Röst: Ditt tonläge, din volym, din rösttyp påverkar ditt sätt att nå fram med berättelsen. Med rösten kan du också frambringa ljud som får narrativ effekt.

9. Tempo och rytm: Hastigheten i talet, dina pauseringar, dina tempoförändringar är också en del av gestaltningen.

10. Replik: En del av berättelsen kan framföras i replikform eller dialog, och karaktärerna kan speglas därigenom. För mycket repliker ger teater-varning, dvs vi riskerar att ta ifrån lyssnarna deras egen gestaltning och få fokus på berättaren istället på berättelsen.

11. Ljud och tystnad: Ljud i form av klappningar, knäpp, smack är mycket användbara, liksom pausen. En paus på rätt ställe kan vara mycket talande.

12. Kropp: Din mimik, kroppshållning, dina gester, ditt sätt att förhålla dig till eller röra dig i rummet har betydelse för framförandet.

13. Konkretisering: Har du låtit det konkreta språket, sinnenas språk, framföra berättelsen, eller är det abstrakt berättat så att lyssnaren inte får någon "film i huvudet"?

14. Kommentarer: Är du medveten om när du kommenterar och när du berättar? På vilket sätt kan du låta kommentarer bli en del av berättelsen?

15. Perspektiv: Du kan berätta som om vi vore inne i historien och inte vet vad som ska hända utan låter dig överraskas. Du kan berätta som om du är allvetande. Och du kan stiga ut ur berättelsen och ställa dig bredvid lyssnarna och titta på berättelsen tillsammans med dem. Detta är berättarens tre rum, som man kan växla mellan under berättelsens gång.

16. Kombination: Hur kombineras de komponenter med vilka historien framförs? Dubblas uttrycken, så att en gest eller ett ljud säger samma sak som orden, eller får de vara betydelsebärande i sig själva? Det mest eleganta är när varje uttrycksmedel får tala för sig själv.

Kan jag ha nytta av storytelling i min verksamhet?

Storytelling är väl bara underhållning?

Berättande har i alla tider använts som ett verktyg för att nå olika syften. I vår tid vill vi gärna tro att storytelling, just därför att det är roligt, inte kan tillföra "nytta". Men vi bedrar oss när vi tror att hårt arbete, torra fakta eller klara kalkyler är hela grunden för vår verksamhet. Vi lever i ett informationssamhälle där vi översköljs med information från alla håll och där den som vill nå ut med ett budskap måste lägga stora resurser på att försöka hitta en framgångsrik kanal. I denna strävan har allt fler upptäckt berättelsen. Att använda fiktion för att nå ut på en marknad har blivit så

vanligt, att de berättelser som berättas i media som är reklam och de som inte är reklam glider samman allt mer. ICA-Stig har blivit en hjälte bland andra hjältar.

Från mun till mun

I projektet Nordiska Måltidsberättelser har vi arbetat med berättelsen i dess mest ursprungliga form: Muntligt framförd mellan människor som möts i realtid i samma rum. Utan tekniska hjälpmedel, är det kanske bäst att tillägga. Det enskilda mötet mellan människor, och det som sägs där, är en avgörande kommunikationskanal som är svår att styra. Den är autentisk och skapar djup trovärdighet. Därför har storytelling även på denna nivå fått alltmer uppmärksamhet.

Berättandet får människor att lyssna. Berättandet speglar den kultur vi verkar i och kommunicerar med yttervärlden vad vi står för. Denna kommunikation är grundläggande för våra kontakter. Vi är mitt uppe i upplevelsesamhället, där vår ekonomi allt mer grundar sig på immateriella värden. Inte för intet har storytelling blivit managementbegreppet på modet. Men det är värt att komma ihåg att grunden för detta är att en berättelse är underhållande, varken mer eller mindre.

Berättelser om ditt företag finns redan

En av de mer intressanta aspekterna av att använda storytelling, är att alla redan gör det, oavsett om de är medvetna om det eller inte. Muntliga berättelser är en så grundläggande typ av mänsklig kommunikation att vi gärna frågar oss: Vadå berättande? Ungefär som fiskarna i vattnet skulle fråga: Vadå vatten? Det betyder bl.a. att berättelserna om ett företag redan finns, liksom berättelserna om en enskild människa, en plats eller en nation. Det är därför Fama, ryktet, är en sådan fruktad gudom, i äldre konst skildrad som en gestalt med vingar och basun. Vi har möjlighet att till viss del ta makten över de berättelser som finns i omlopp, genom att medvetet skapa och föra ut egna.

Ingen rök utan eld?

En berättelse påverkar oss direkt, ofta utan att vi reflekterar över det. Skvaller är ett exempel, där det är svårt att värja sig från de bilder det klistrar på människor.

När jag som ung och nygift flyttade till en liten stad gick jag med min man på Domus. I förbigående sa han plötsligt, om en av expediterna: "Hon där är lättfotad." Det var dumt och onödigt sagt, det betydde ingenting, jag kände inte kvinnan i fråga. Jag bodde kvar i staden i sexton år. Hon stod kvar i samma disk. Varenda gång jag gick förbi tänkte jag, mot min vilja: "Hon är lättfotad." Den lilla skvallerhistorien hade fastnat.

Uttrycket "ingen rök utan eld" är ett av de mest destruktiva talesätt vi har. Det finns hur mycket rök som helst utan den allra minsta eld!

Snälla, stäng av radion

Allt vi gör kan bli innehållet i en berättelse. Därför är ett företags värdskap och kundbemötande så avgörande. Med blixstens hastighet sprider sig berättelsen om företaget, antingen den är "bra" eller "dålig".

Jag gick en söndagspromenad med min man för en tid sedan. Det var en kall vinterdag. Vi kom till ett av dessa vackra gamla caféer som ligger i de gamla gårdarna längs Mälaren. Där inne var tomt på gäster. Vi fick vårt kaffe och satte oss i det som en gång varit herrgårdens stora salong, med utsikt över vattnet. Schlagermusik skvalade högt från en radio. Vi ville gärna ha det fridfullt, så vi bad flickan stänga av. Hon snäste åt oss att vi kunde gå till att annat rum. Efter det besökte vi aldrig mer det caféet.

Tänk om hon vetat att hennes gäster brukade föreläsa om storytelling? När jag berättar det här för en grupp så frågar jag om de tycker jag ska berätta vilket café det var. Neej, ropar en del. De kan ju ha bytt regim eller bättrat sig... Jaaa, säger andra. Då står jag där med avgörandet om huruvida berättelsen om hennes bemötande den dagen ska spridas. Enkla historier får konsekvenser och vi har ett ansvar för vad vi berättar vidare.

Zigenarna till koncentrationslägren

Jag föreläste en gång för en personalgrupp och bredde ut mig om berättandets förträfflighet. Där satt en man lite avsides, och han sa plötsligt och häftigt: "Just det! Det var så man gjorde när man fick zigenarna till koncentrationslägren!" Jag kom av mig och det blev alldeles tyst. Skärpan i hans tonfall fick mig att tänka att han hade nära erfarenhet av det han talade om. Det slog mig hur rätt han hade - och det tillstod jag också.

Mannen blixtbelyste något väsentligt: Berättande är ett neutralt redskap med en oerhörd kraft, möjligt att ta i bruk för vilket syfte som helst, ont eller gott, rent eller smutsigt. Berättande kommunicerar ingenting i sig.

Berättande kräver ansvar

Berättandet är alltså inget "gott" i sig. Som i alla annan kommunikation eller information kräver det etiska överväganden. Man kan t.ex. ifrågasätta att företag använder "buzzers". En "buzzer" kan vara en tonåring som engageras för att tala väl om en klädkedjas produkter utan att avslöja att hon är anlitad. Själv skulle jag inte undervisa ett företag som tillverkar tobaksvaror eller vapen i storytelling. Alla är skyldiga att hålla sig med en värderingsgrund som styr deras val.

Vad kan jag berätta?

Hur börjar jag?

Berättelser finns i mängder inom dig, i ditt företag och på den plats där du verkar. Här följer några förslag till områden där muntligt berättande (och andra former av storytelling) kan komma till användning, samt några exempel på berättelser som skapades eller utvecklades under kurserna. En genomgående svårighet vi måste övervinna var att inse att en berättelse inte måste vara storslagen, enastående eller "säga allt". Tvärtom: Det enkla, vardagliga, det vi känner igen oss i blir kanske den berättelse vi minns bäst. Kursdeltagarna insåg att den berättelse de skulle arbeta med bara var en enda berättelse, kanske den första i en hel räkka berättelser för olika situationer i framtiden. Och att den gärna fick vara anspråkslös. En vintillverkare i Grythyttan berättade:

Jag var hos min mormor på besök. Hon bad mig gå ner i källaren efter en burk hjortronsylt. När jag kom upp och öppnade den, så var den jäst. Mormor sa åt mig att kasta bort den. Men jag tyckte den luktade så gott. Det slog mig att man borde kunna göra vin på hjortron...

Så kan ett embryo till en företagsberättelse se ut. Redan fullt av doft, färg och förväntan! Berabeta den, prova den, låt den växa och utvecklas i samspel med lyssnare i olika situationer.

Vem är jag/vilka är vi?

Att presentera sig eller sitt företag med en berättelse, är ett sätt att skapa förtroende, personlig kontakt och motverka oönskad ryktesspridning. Berättar inte du ditt företags historia så gör andra det!

En kvinna i Hällefors driver ett hälsoföretag. Hon berättade en gripande historia om hur hon sökt sig fram i livet, och vid ett kritiskt tillfälle mött någon som sa att hon hade "goda händer". Det gjorde djupt intryck på henne och påverkade henne att välja bana inom vård och behandling, och så småningom också starta sitt företag.

Det här står vi för!

En berättelse kan användas för att förmedla värderingar: Så här gör vi hos oss, detta sätter vi stort värde på. Denna "fostrande" funktion hos berättandet är uråldrig. Den avspeglas i mängder av s.k. visdomsberättelser världen över, från antikens fabler via Bibeln till moderna historier som sprids via internet. Men vi kan också skapa våra egna.

En av deltagarna på kursen i Fiskars drev en större, kommersiell grönsaksodling. Hon skapade en berättelse där hennes hund spelade en viktig roll. Hunden var hennes arbetskamrat och var alltid med henne. Lustigt nog åt den med förtjusning grönsaker. Men inte vilka grönsaker som helst. Den ratade allt utom de ekologiska av allra högsta kvalitet. Bilderna i hennes berättelse handlade om hur

hunden valde ur olika korgar, och alltid valde rätt. Hennes kunder kände till detta och för henne hade det blivit som ett slags adelsmärke för hennes verksamhet. Hon hade en riktig finsmakarhund!

Ladda ett föremål, en vara, ett varumärke

Vi laddar ständigt föremål i vår omgivning med berättelser, ofta omedvetet. Man kan styra associationerna genom att skapa och sprida berättelser. En omladdning av ett föremål kan gå på en sekund.

Jag städade tillsammans med min tonårsdotter. Hon hade högar av saker utspridda och det var meningen att hon skulle rensa bland dem. Jag höll upp en leopardmönstrad liten necessär och gjorde en grimas: "Den här kan du väl kasta." Min flicka sa med ynkelig röst: "Den har jag gjort i slöjden..." Och jag: "Åh, det var det finaste! Kan jag få den?"

Från ett ögonblick till ett annat hade tinget fått en "själ", laddats med en berättelse, som var viktigare än dess utseende. Den här mekanismen är ständigt närvarande hos oss människor. Vi vill ha historien bakom tinget, en berättelse rör våra känslor på ett sätt som information inte kan göra.

Ditt företags historia

Hur föddes företaget? En gång i tiden tog någon det första steget, fick någon den först tanken. Andra ämnen för berättelser kan vara en övervunnen kris eller en framgång. Det finns mängder av anekdoter som speglar företagets själ, syfte och visioner.

En av våra kursdeltagare i Finland berättade om sin farfar. Han var en nytänkare och föregångsman inom lantbrukets utveckling. När han som den första i bygden skaffade traktor tyckte alla han var konstig, och när han långt innan någon ens hört talas om det började med ekologiskt odlad säd, blev han och hela familjen utskrattad. Det som särskilt rörde oss åhörare var hur berättaren som pojke blivit angripen för farfaderns tilltag och egentligen inte förstått varför. Nu är det företag hans farfar lade grunden till ett framgångsrikt bageri som bl.a. levererar allt bröd till Ålandsfärjorna.

Platsens historia

Driver du ditt företag på en speciell plats, så är platsen i sig en källa till berättelser. Vad har hänt på denna plats? Finns det gamla människor kvar som kan berätta om platsen? Finns det redan befintliga sägner, spökhistorier och anekdoter? Ta vara på dem! Hitta mer på bibliotek och i arkiv. Den autenticitet berättelserna ger kommer att ladda platsen och göra besöket där än mer minnesvärt.

En av kursdeltagarna i Finland driver en resebyrå och brukar guida där hon är verksam. Hon bearbetade och utvecklade en anekdot ur historien, som hon brukar roa sina besökare med vid en minnessten i bygden.

Den djupt hatade Klas Fleming, fogde i södra Finland i slutet av 1500-talet, var våldsamt förtjust i mat. Efter en särskild excess, då han under timmar extatiskt ätit sig igenom ett julbords alla fröjder av fläsk och korv, piroger, öl och brännvin skulle han resa hem till Åbo. Man försökte hindra honom, men han skulle nödvändigt i väg i natten. Där han satt inbäddad i skinnfällar och for över snön, föll han i sömn och drömde en förfärlig mardröm: hans värsta fiende, hertig Karl, hånade honom. Han vaknade och mådde alldeles tjuvtjockt, kallsvettig och sjuk. På natten dog han.

Varför inte en traditionell historia?

Parabler, visdomsberättelser och fabler; vitsar och anekdoter; sägner (moderna eller traditionella); folksagor (undersagor, djursagor, skämtsagor); myter, legender. Allt detta är folkligt stoff, som gått från mun till mun i århundraden och årtusenden. Det är vårt, vi äger det tillsammans med alla folk i världen, och det är en outtömlig skatt. Använd den! Men gör historien till din, kopiera inte detaljerna utan skapa dina egna. Det är just så de gamla historierna har överlevt. Sök på storytelling-sajter på nätet för att hitta berättelser, på bibliotek och i arkiv, bygg upp ett eget litet berättelsebibliotek, lyssna på folk i bygden eller gamlingarna i företaget. Besök evenemang som berättarcafées och berättarfestivaler. Sätten är många!

Fler sätt att använda storytelling

Tämja djungeltelegrafan

Ryktet har snabba fötter eftersom det går från mun till mun. Vet du vad som berättas om dig? Din vän? Din grupp? Ditt företag? Vad vill du ska berättas? Skapa och sprid de historier du vill ha i svang. Och inte minst: Det är värt att hålla i minnet att allt vi gör kan bli berättelser som de vi möter berättar om oss.

Förmedla kunskap

Fråga vem som helst vad de verkligen minns av ett föredrag, en guidning eller från sin skoltid! Att väva samman fakta till en berättelse är roligt och verkningsfullt. Glöm bara inte receptet på en berättelse: person, plats, dilemma, slut. Även en gråsten kan vara huvudperson, bara du ger den vissa mänskliga egenskaper.

Skapa samarbete och gemenskap

Muntligt berättande förutsätter ett mänskligt möte öga mot öga. Det personliga i berättandet skapar broar, trivsel, glädje. Dessutom sätter berättande fart på berättande... Teambuilding!

Bearbeta konflikter

Ingen behöver bli utpekad om man lägger samtalet eller framställningen på en nivå över "verkligheten" (det som hänt). Alla vågar bidra till lösningen, för det gäller ju inte oss...

Starta diskussioner

Historien är full av sådana berättelser, från afrikanska dilemmasagor till Nya Testamentet. Ett öppet slut sätter igång vår kreativitet och vilja att lösa problem.

Skapa motivation

Det är inte lätt att få folk att gå åt samma håll. Prova att berätta hur det gick när x skulle göra y tillsammans med z och de...

Måla upp en vision

En berättelse kan vara en stor bild där vi i förväg kan se oss själva agera i helheten.

Ok, vi har en historia, hur ska vi använda den?

Vi diskuterade, i den mån vi hann med det, när, var och hur de berättelser som kommit fram under kursen kunde användas i verksamheten. Flera hade redan erfarenheter eller förslag. Här är några exempel.

När?

Tänk igenom vilka lämpliga tillfällen du har för berättande. Vid ett speciellt tillfälle? Som en överraskning eller planerat? Vid välkommandet eller avfärden? I samband med ett kundmöte?

En ung kvinna på kursen i Fiskars driver en gammal släktgård som hotell. Hon tillhör den sextonde generationen på gården och vill gärna förmedla en stämning av gammaldags frid. Hon deltog på berättarkursen tillsammans med sin kompanjon. De utvecklade varsin historia. Hennes medarbetare berättade om en dövtum gammal fester som bott på gården, men sitt handikapp till trots bakat kakor som var så goda att de gjorde gården vida omtalad. Själv berättade hon följande historia, med anknytning till att hon just höll på att bygga om gårdens gamla stall till hotellrum. Hon beslöt använda berättelsen som välkomsthistoria till sina gäster.

LASSE

Min far hade en häst, Lasse. Det var en ung ardenner, stark och ljus, med gul man. Alla på gården tyckte om Lasse och i arbetet var man helt beroende av honom. Men jag tror Brita tyckte bäst om honom. Brita var en brun häst som hade spiltan bredvid Lasse. De stod alltid med nosarna mot varandra.

Så kom kriget. Alla karlar, alla hästar skulle ut, bort från gården. Tomt blev det. Kvinnorna fick göra allt grovjobbet själva. Åren gick. Till sist var kriget tillända och de återvände –inte alla förstås. Men Lasse var en av dem som kom tillbaka. När han kom in på gårdsplanen och min mor fick se honom, var han så avmagrad så hon knappt kände igen honom. Han ryckte till för minsta ljud och ville knappt låta sig klappas. Men när han fick syn på stallet gnäggade han. Han satte kurs rakt på dörren, som om han bara varit borta över dagen. Därinne fann han direkt vägen till sin spilta. Och där stod Brita. Ingen kunde vara gladare än hon att ha fått sin älskling tillbaka!

Så välkommen som Lasse var den dagen, så välkomna hoppas vi att ni också ska känna er, nu när ni ska sova i det gamla stallet här på gården...

Var?

Var rör du dig i din verksamhet? Är platserna speciellt viktiga för dig? Vilka berättelser passar för viken plats? Eller är en vandring lämplig? Passar de vid en måltid?

I Hällefors finns ett företag som arbetar med media och måltid. Företagaren arrangerar bland annat vildmarksvandringar med måltider över öppen eld, där han serverar sådant som halstrad älgbiff. Han är en naturlig berättare och brukar krydda sina äventyr med historier från bygden. En av berättelserna utvecklade och fördjupade han under kursen. Han lät den handla om honom själv och hans son under en skidtur. I skymningen satt de vid sin lägereld, långt ut i obygd. Plötsligt såg de en man passera i skogen en bit bort. De ropade men han svarade inte. När de gick efter honom såg de att i snön där han gått fanns inga spår, ingenting. De hade mött den mystiske "mannen utan fät"...

I Norge besökte vi en äldre kvinna som framgångsrikt drev en gammal släktgård med fantastisk utsikt över bergen. Hon berättade vid middagen en underbart lyrisk historia om när hon fick följa med sin far på tjäderjakt. Han var en riktig skogsman som kände alla skogens ljud. Vid tjäderjakt måste man smyga och vara knäpp tyst, och den lilla flickan var så stolt att hon fick vara med. Hon berättade historien så kärleksfullt där i sin stora ljusa matsal, medan hon visade på en stor målning av tjädrar som hennes fars konstnärsvän målat. Vi lyssnade andäktigt, så vi nästan glömde äta hennes goda mat. Det var en minnesvärd stund.

Hur?

Det finns många sätt att redigera sin historia. Vill du lägga den i en ramberättelse? Eller kanske använda den som en ram för andra små berättelser? Kanske kan den användas som en förklaringsberättelse? Eller som en historia i en räkka berättelser som följer på varandra?

En kursdeltagare, i Hällefors, berättade hur det formgivnings-företag hon driver med sin man, växt fram ur hennes livs olika erfarenheter. Hon redigerade berättelsen som en ask som innehöll en ask som innehöll en ask... Hon började med en anekdot om vad deras företag står för idag, avslutade den med: "Men detta hade ju aldrig hänt om jag inte mött..." På det sättet rörde hon sig bakåt i tiden, decennium för decennium, där den ena anekdoten efter den andra hakade i varandra och skapade en både roande och engagerande berättelse om hennes företags tillkomst.

Avslutning

Att använda berättande i affärsstödande syfte, för att stärka en bransch eller synen på en region är inget man gör i en handvändning. Det kräver målmedvetet arbete och uthållighet. De kurser vi skapade inom projektet Nordiska Måltidsberättelser kom att verka som inspiration, ögonöppnare och igångsättare. En del av företagarna i måltidsbranschen har gått vidare med berättandet inom sin verksamhet.

Hur ser bilden av Norden ut i världen? Hur vill vi att den ska se ut? Hur kan vi påverka den? Vi är övertygade att ett systematiskt användande och utvecklande av berättelser, utbildandet av många företagare, kreatörer och andra nyckelpersoner i muntligt berättande kan ha mycket stor betydelse i framtiden. Berättelser berättas vare sig vi vill eller inte, om Norden, dess innevånare och dess mat. Vi bör arbeta för en medveten utveckling av den Nordiska Bilden, det muntliga berättandet är ett av redskapen för detta.

Kanske är storytelling för oss i vår tid som arbetet för de tre lata flickorna i den här gamla fabeln:

Äppelodlingen

Det var en gång en bonde som hade lata döttrar, tre stycken. Han slet och släpade och försörjde dem alla. Men de ville helst svassa runt eller sitta still. Till sist gick det som det brukar; gubben blev gammal och sjuk och liggande på sin dödsbädd. Flickorna passade upp på honom och en dag ville han berätta något för dem. De flockades och lyssnade och han stötte fram sina sista ord: I trädgården... ligger... en skatt. När de ville veta mer – så var det för sent. Han var borta.

Efter begravningen satt de och fantiserade om vad det kunde vara. En kista med guld, kanske? En kruka med silver? Så fort tjälen gick ur jorden satte de i gång att leta. De grävde som de aldrig gjort förr. De grävde upp varenda bit av äppelträdgården. Men inte hittade de något, inte. Den hösten fick de så oskapligt mycket äpplen att de var tvungna att starta ett musteri. De sålde äppelmust i mängder och om vintern satt de och räknade pengar. Nästa vår fortsatte de att leta. Och äppelskörden bara ökade. Men skatten - det var ett elände! - den hittade de aldrig, hur de än letade och letade...

Ida Junker och Tomas Carlsson