

## Væk med den døde information

Af  
Peter Holdt Christensen

For nogle år siden skyllede der en bølge af historiefortælling ind over danske virksomheder. Historiefortælling var her, der og alle vegne. Sådan er det ikke længere, og man fristes derfor til at betragte fænomenet som endnu et modebegreb der lige så hurtigt det greb om sig også forsvandt. Nu er der så kommet en ny dansk bog om historiefortælling, og den forklarer da også at historiefortælling ofte bliver trukket ned over hovedet på medarbejderne, hvorved der opstår anti-historier om at fænomenet kun er en trend, og medarbejderne derfor med sindsro kan konstatere – "Det går over". Spørgsmålet er så selvfølgelig hvad vi egentlig skal med endnu en bog om historiefortælling? Men denne her bog er interessant, fordi den ikke bare er ude på at slagte guldkalven – bag bogen ligger der et oprigtigt engagement i at fortælle historier, og med denne baggrund fortæller bogen således også om hvad erhvervslivet – en verden der ifølge forfatteren er fyldt med logik, systemer og orden – egentlig får ud af at møde prinser, prinsesser og eventyr. Eller, med forfatterens ord – "Hvad skal et moderne menneske på en stresset arbejdsplads med en så gammeldags kommunikationsform som historiefortælling?".

Bogen består af 16 kapitler – i de første kapitler forklares og nuanceres begrebet historiefortælling, mens de efterfølgende konkretiserer historiefortælling på arbejdspladsen, og giver en række redskaber til at komme videre med historiefortælling.

Historier opdeles i jeg-historier – eller kvaje historier - vi-historier og fremtidshistorier. Kvaje-historier handler om de fejl man har lavet, og kan sikre at fejlene ikke gentages. Vi-historier viser hvordan virksomheden adskiller sig fra andre virksomheder, mens fremtidshistorierne er en forestilling om fremtiden. Fælles for historierne er at de både sikrer et tilhørsforhold til virksomheden, lærer af erfaring og giver en fælles opfattelse af hvor virksomheden er på vej hen.

Den fortalte historie er verdens bedste kommunikationsværktøj, fordi det bl.a. er svært at sige nej til at høre en historie. Men historier er ikke uskyldige – de er bearbejdnings af virkeligheden, og medfører en ændret adfærd.

Historier er således budbringere der kan overføre viden mellem generationer, eller for den sags skyld mellem kolleger. I bogen er det således den fortalte historie som er i centrum, det er i situationen mellem fortæller og tilhører at forandringen eller videndelingen foregår. En historie der er godt fortalt tilføjer flere dimensioner til virkeligheden, og dermed er historiefortællingen ikke kun i formidlingen, men også i indholdet, langt fra den envejs kommunikation der findes i mange moderne kommunikationsformer som fx teknologiske databaser. Den fortalte historie virker inviterende, samlende, aktiverende og stimulerende, og er derfor velegnet til i virksomheder at samle medarbejdere mod eksempelvis fælles mål.

Men erhvervslivet er ikke altid parat til historiefortælling – der er en stor risiko for at det forvandles til en abstrakt og analytisk manøvre, som ingen almindelige mennesker alligevel kan forstå. Men der er også en risiko for, at historiefortællingen bliver betragtet som det rene pjat – grænsende til at være en terapi frem for at udfylde en egentlig funktion. Så er der jo også det med tiden – de gode historier kræver tid – både tid til at udvikle dem, og tid til at formidle dem. Således mener forfatteren at arbejdspladsen i dag er kendetegnet ved at du har travlt, din virkelighed forandres hele tiden uden at du bliver spurgt, du mødes dagligt med skærpede krav, og du får mere travlt. Disse fire karakteristika er jo langt fra idealet for det gode fundament for historiefortælling, og mindsker naturligvis sandsynligheden for erhvervslivets brug af historiefortælling. På mange arbejdspladser er de fleste historier dog også rygter og negativ omtale – og her er udfordringen selvfølgelig at lære at bruge historier som netop aktiverende og stimulerende. Med forfatterens ord gælder det om at fokusere på hingstskrålet frem for angstskriget – og hvad dette i øvrigt indebærer skal jeg, bortset fra at henvise til kapitel 5, afholde mig fra at uddybe.

Svend-Erik Engh fastslår adskillige gange at han ikke kender så meget til hvordan virksomheder fungerer, som han kender til historier og historiefortælling – han er med egne ord ikke konsulent men kunstner. Undervejs i bogen langer han da også ofte ud efter både konsulenter og den lidt stive omgangstone i erhvervslivet – eksempelvis er undertitlen på kapitel 5: "Vær et rigtigt levende menneske i stedet for at være endnu et talende jakkesæt". Som kunstner har Engh – ligesom andre før ham - kombineret to nærmest uforenelige fænomener – erhvervslivet

og historiefortælling – for bl.a. at mindske mængden af den døde information, mange af vores moderne kommunikationsmidler i dag rummer. Som kunstner forpligter Engh sig dog heller ikke til at føre bevis for at det virker, men han er ikke i tvivl – det virker.

Bogen er læseværdig som et engageret bidrag fra en historiefortæller der både beretter godt og skidt om erhvervslivet brug – og muligheder for at bruge – historiefortælling.

**Fortæl en historie. Bliv hørt, bliv forstået, skab vekselvirkning. Af Svend-Erik Engh. Fokus Forlag. 218 sider. Udkommet maj 2006.**

---

Bøger til anmeldelse sendes til Steen Hildebrandt.  
Handelshøjskolen i Århus. Haslegårdsvej 10.  
8210 Århus V.