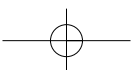


Historiefortællingens fire elementer 2



30 Historiefortællingens fire elementer

Ligesom naturens fire elementer – ild, vand, luft og jord – er der fire elementer, som udgør kernen i storytelling. Dette kapitel handler om de mekanismer, der gemmer sig bag facaden i den gode historie.

Vi er blevet fortalt historier, siden vi var børn. Vi bliver dagligt fortalt masser af historier – hvad enten det er ved morgenbordet derhjemme, af kollegaerne til frokosten, af vennerne over en kop kaffe eller af medierne og de mange kommercielle budskaber, vi konstant bliver mødt med. Derfor kender vi alle en god historie, når vi hører én. Netop vores instinktive forhold til historier har sløret debatten om storytelling. Debatten har båret præg af den antagelse, at vi alle har en *fælles* forståelse af, hvad en historie er. Konsekvensen er, at præmisserne for storytelling sjældent bliver forklaret eksplicit, og det har skabt forvirring om, hvad storytelling-begrebet egentlig dækker over. Hvor går grænserne for, hvornår vi kan tale om en historie? Og hvad er det, der gør en historie god?

Den endegyldige formel eksisterer desværre ikke. Og det vil være naivt at tro, at en snæver definition på ”en historie“ vil hjælpe os med at blive bedre historiefortællere. Storytelling rummer så mange facetter, som skal tilpasses et specifikt publikum og en konkret situation. Derimod er der nogle basale spilleregler, som kan hjælpe os i arbejdet med storytelling. Et smugkig i litteraturhistoriens annaler viser nemlig, at langt de fleste historier – fra Aristoteles til H.C. Andersen – rummer nogle faste „grundelementer“. Disse elementer kan blandes og doseres forskelligt alt efter i hvilken sammenhæng og med hvilket formål, historien fortælles.

Vi kan tale om de fire elementer, der kan bruges som checkpunkter, når du skal udvikle historier om din virksomhed. De kan hjælpe til at sikre, at historien har, hvad der skal til for at blive en god historie. Model 2.1 viser en oversigt over de fire elementer, som vi nu skal gennemgå ét efter ét.



32 Historiefortællingens fire elementer

Før vi har ét klart budskab, er der ingen grund til at fortælle historier – i hvert fald ikke i strategisk øjemed.

Budskabet

Storytelling som et branding-værktøj handler ikke om at fortælle historier for historiernes skyld. For virksomheden handler storytelling om at bruge historier til at kommunikere sine budskaber, så det får en positiv afsmitning på virksomhedens brand. Forudsætningen for al strategisk kommunikation er, at vi har udviklet et klart budskab. Det samme gælder for storytelling. Som det første må vi derfor indkredse det budskab, som vi vil viderebringe til vores publikum. Før vi har ét klart budskab, er der ingen grund til at fortælle historier – i hvert fald ikke i strategisk øjemed.

Blandt historiefortællere – filmfolk som forfattere – kaldes dette centrale budskab for historiens *præmis*. Præmissen er en ideologisk eller moralsk påstand, som gennem historien søges fremsat som en kendsgerning. I fabeln om skildpadden og haren, hvor skildpadden ender med at vinde kapløbet, er præmissen f.eks. „arrogance bliver straffet“. Ligesom præmissen i *Romeo & Julie* er „ægte kærlighed overvinder selv døden“. Historien fungerer som en slags bevisførelse for præmissen – det centrale budskab. Det er gennem historien, at tilhøreren skal forstå budskabet og tage det til sig.

Hold dig til ét budskab pr. historie. Hvis du har flere centrale budskaber, som du gerne vil kommunikere i din historie, må du prioritere. En historie, der rummer flere centrale budskaber, risikerer at blive rodet og uklar.

Konflikten

Forestil dig *Dødens Gab* uden en sulten hvidhaj, *Superman* uden kryptonit, eller eventyret om *Rødhætte* uden den glubske ulv: De unge ville have en fantastisk sommer ved stranden, Superman ville klare skærene med lukkede øjne, og Rødhætte ville besøge sin bedstemor og gå hjem igen. Men lyder det ikke en anelse forudsigeligt og kedeligt? Filminstruktør Nils Malmros har

ganske rammende sagt: „Paradis på en søndag eftermiddag... det kan godt være, det er dejligt, men det er dæleme røvkedsommeligt at se på film“. Sagt med andre ord: Idyllen må ikke fylde for meget i historien. Så bliver den ganske enkelt uinteressant.

Det er derimod *konflikt*, der driver plottet i den gode historie. Uden konflikt, ingen historie. Men hvorfor nu det? Svaret ligger i vores menneskelige natur. Som mennesker søger vi altid en balance og harmoni i vores tilværelse. Så snart harmonien bliver forstyrret, gør vi alt for at genoprette den. Vi bryder os ganske enkelt ikke om at være ude af balance med os selv eller vores omverden. Vi undgår så vidt muligt ubehagelige situationer, hvor vi føler stress eller angst. Hvis vi har et uafklaret problem med kæresten eller kollegaen, nager det os, indtil vi har fået rensset luften, så vi kan vende tilbage til en harmonisk tilstand. Når vi står overfor en udfordring – en konflikt – pirres vi instinktivt til at finde en løsning. Konflikten tvinger os til at handle.

Det er konflikten, der driver plottet i den gode historie.

Uden konflikt, ingen historie.

Enhver historie bliver derfor naturligt sparket i gang af en *forandring*, der griber ind og forstyrrer harmonien. I den lille historie om Domino's Pizza i kapitel 1 indtræder forandringen, da en medarbejder opdager, at man er ved at løbe tør for pizzadej! Frygten for at skuffe kunderne og svigte firmaets stolte traditioner lurer i kulissen. Harmonien er i fare! Netop denne forandring skaber grundlaget for konflikten og udfordringen: Hvordan skaffer folkene på Domino's mere pizzadej, før det er for sent? Konflikten tvinger historiens personer til at handle og forsøge at genoprette harmonien. Det er derfor, vi bliver grebet af gode historier. Fordi de taler til vores følelsesmæssige behov for at bringe orden i kaos.

Historien eksisterer i sin bevægelse, fra en konflikt opstår, til den forløses. Uden denne bevægelse går historien i stå. Hvis der nu havde været nok pizzadej den aften hos Domino's, havde

34 Historiefortællingens fire elementer

medarbejderne bagt og udbragt pizzaer *as usual*. Der havde ikke været nogen historie. Som tommelfingerregel handler den gode historie altid om kampen for at opnå, forsvare eller genvinde harmonien. Historiens liv ligger kort sagt i spændingsfeltet mellem de to statiske yderpunkter – det uforudsigelige kaos og den forudsigelige harmoni. Ligesom helten, der rejser ud på eventyr og til slut vender hjem.

Det er via konflikten, og måden den løses på, at vi som historiefortællere tilkendegiver vores budskab.

Det er via konflikten, og måden den løses på, at vi som historiefortællere tilkendegiver vores budskab. Da den grimme ælling bliver til en flot svane og til slut finder sammen med svaneflokken, løses konflikten, og H.C. Andersen beviser sit budskab om, at „arv er vigtigere end miljø i dannelsen af vores personlighed“. I de klassiske eventyr kommer konflikten ofte til udtryk som en kamp mellem det gode og det onde. Helten og skurken. Her er det i kampen mellem det gode og det onde, at historien rummer en stillingtagen. Og det er gennem afviklingen af kampen mellem det gode og det onde, at historien formidler sine værdier – og budskab – videre til publikum. En konflikt er altså ikke noget negativt, når vi taler storytelling. Det er forudsætningen for historien, og for at fortælleren kan kommunikere sin holding til, hvad der er „rigtigt“ og „forkert“.

En konflikt er ikke noget negativt, når vi taler storytelling.

I de klassiske eventyr bliver konflikten ofte afviklet meget konstant. Det slutter gerne med, at helten og heltinden lever lykkeligt til deres dages ende. Mange nutidige historier har en mindre definitiv slutning, hvor konflikten kun delvist bliver løst, eller hvor der åbner sig en ny konflikt, som aftvinger videre refleksion hos publikum. Et klassisk eksempel er Henrik Ibsens *Et dukkehjem*, hvor Nora til slut forlader familie og ægteskab. Nora forsvinder ud af hoveddøren, og vi sidder tilbage med en masse ubesvarede spørgsmål: Hvor gik Nora hen? Hvad skal der ske med hende? En åben slutning er et stærkt virkemiddel, fordi den giver stof til eftertanke og inviterer tilhøreren til selv at tænke videre over, hvad der mon sker.

Jo større konflikten er, jo mere dramatisk vil historien blive. Konflikten må dog ikke være så voldsom, at den bliver uoverskuelig. Så risikerer historien at blive for kaotisk, og vi vil have svært ved at fastholde tilhørernes interesse. Totalt kaos er i bund og grund ligeså uinteressant og kedeligt som harmonien. Der er ikke nogen endegyldig opskrift på, hvornår balancen er den rigtige. Men for at nærme dig en konflikt, der virker, kan du prøve at „måle“ din historie på KonfliktBarometeret.

KonfliktBarometeret

Når vi arbejder med konflikten, arbejder vi med hele historiens omdrejningspunkt. Her er et par guidelines til at skabe en god konflikt.

- 1) Prøv først at formulere konflikten eksplicit og kortfattet. Er der overhovedet en konflikt?
- 2) Overvej hvordan konflikten kan løses. Den gode konflikt skabes gennem et problem eller en udfordring, som ikke har nogen oplagt løsning. Hvis der kun er én oplagt løsning, vil publikum hurtigt gætte den. Hvis historien er for forudsigelig, bliver den uinteressant.
- 3) Er der mange små delkonflikter udover den centrale konflikt? For mange små delkonflikter kan nemt komme til at kæmpe om opmærksomheden med den egentlige konflikt, så historien bliver uklar.
- 4) Kan vi udpege helten og modstanderen i historien? Hvordan er de tos indbyrdes styrkeforhold? Hvis det er for ulige, bliver historien enten for kedelig eller uoverskuelig, f.eks. hvis helten er for stærk, eller hvis modstanderen er for overlegen.
- 5) Hvis det er svært at finde konflikten i historien, så prøv at gå tilbage og se, om det grundlæggende budskab står klart. Hvis der kun er et vagt budskab i historien, giver det ikke

Test



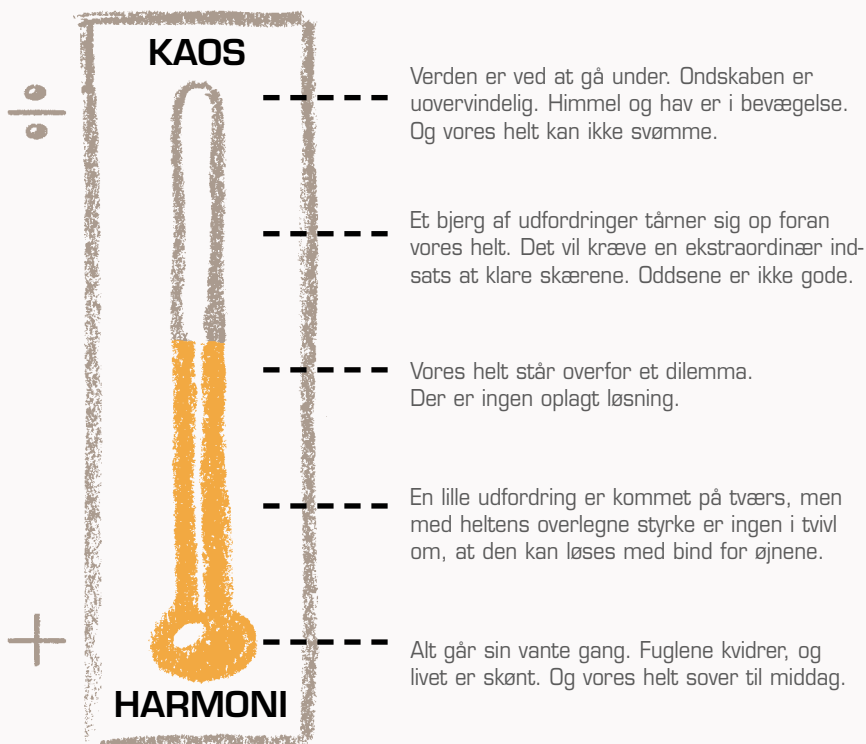
36 Historiefortællingens fire elementer

anledning til nogen konflikt. Som f.eks. ”det er rart at være på stranden”, eller ”naturen er herlig”.

Ud fra de små scenarier, som er markeret på KonfliktBarometeret i model 2.2, vil det som udgangspunkt være bedst, hvis historiens konflikt kommer op at vende i den øverste halvdel.

Model 2.2

KonfliktBarometeret



Kilde: Egen tilvirkning

© 2002 SIGMA

Rollefordelingen

Endnu et basalt element i storytelling er de personer eller karakterer, som indgår i historien. Konflikten er historiens omdrejningspunkt, men for at konflikten kan udspille sig, kræver det nogle personer, som handler i forhold til hinanden.

Det klassiske eventyr er bygget op omkring en fortællestruktur, hvor hver karakter indtager en bestemt *rolle* i forhold til handlingen. I den klassiske rollefordeling supplerer personerne hinanden og indgår naturligt som en aktivt handlende del af historien. Denne klassiske struktur går igen i hele den vestlige fortælletradition – lige fra de islandske sagaer til et actionbrag fra Hollywood. Fortællestrukturen i det klassiske eventyr kan afbildes i en eventyrmodel (model 2.3 på næste side), som på simpel vis illustrerer funktionen af historiens personer og roller i forhold til hinanden.

Fortællestrukturen i det klassiske eventyr går igen i hele den vestlige fortælletradition – lige fra de islandske sagaer til et actionbrag fra Hollywood.

En historie tager typisk afsæt i en hovedperson, en *helt*, som følger et *mål*. Helten kunne f.eks. være Robin Hood, som kæmper for målet om lighed og retfærdighed i England. Helten har desuden en eller flere hjælpere, som støtter ham. For Robin Hood er hjælperen f.eks. Lille John. Men en anden hjælper er også Robin Hoods snilde og evne til at skyde med bue og pil. Disse personlige egenskaber hjælper ham i kampen for retfærdighed.

Men vejen til målet er ikke uden problemer. Der vil altid være en *modstander*, som forsøger at modarbejde helten. Netop heri består historiens konflikt. I dette tilfælde er det Prins John og Sheriffen af Nottingham, som skal besejres, for at retfærdigheden atter kan ske fyldest. I en lidt dybere tolkning kan man sige, at Prins John blot er en personificering af den egentlige fjende: magtmisbrug og uretfærdighed.

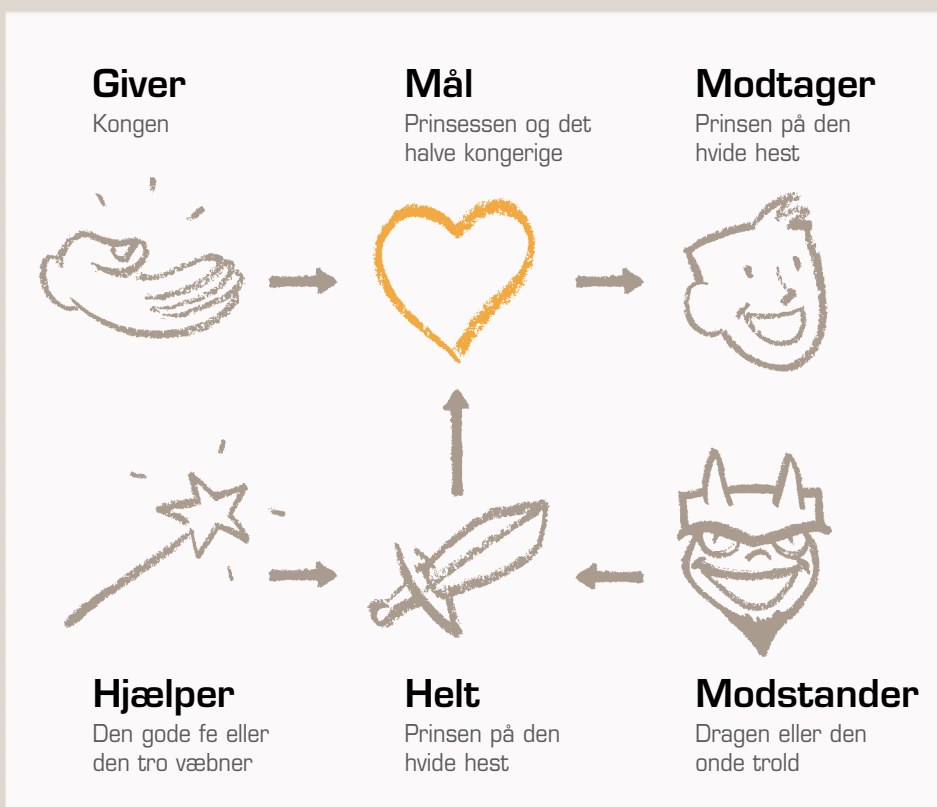
38 Historiefortællingens fire elementer

Når du udvikler en historie, kan du med fordel bruge EventyrModellen til at se, om din historie rummer de forskellige karakterer.

King Richard, som til slut vender hjem fra sit korstog og skaber fred og retfærdighed i England er *giveren*. *Modtageren* i historien er hele Englands folk – men især de fattige, som har lidt under Prins Johns styre. Denne klassiske rollefordeling giver historien sin struktur. Når du udvikler en historie, kan du med fordel bruge EventyrModellen til at se, om din historie rummer de forskellige karakterer.

Model 2.3

EventyrModellen



Kilde: Egen tilvirkning, baseret på Greimas' aktantmodel (1974)

© 2002 SIGMA

I en historie er det de modsatrettede kræfter, som fører til konflikten. Meget firkantet kan man sige, at konflikten kræver en helt og en skurk, som har modsatrettede viljer. Men *modstanderen* kan tage mange former. Det kan være en statisk forhindring, f.eks. et bjerg, der skal bestiges. Men den virkelige modstander er måske i virkeligheden „frygten“ for at bestige bjerget. Modstanderen kan altså godt være en indre psykisk tilstand, som er mere kompleks. For en virksomhed kan modstanderen være en fordom hos kunderne, som ikke har tiltro til virksomhedens produkt. Eller medarbejdernes manglende tiltro til egne evner.

I en historie er det de modsatrettede kræfter, som fører til konflikten.

Modstanderen kan også være personificeret i form af en *skurk*. Det kan være den egoistiske chef, som forsøger at lægge en dæmper på medarbejdernes kritiske røst, fordi han er bange for at miste sin stilling. Modstanderen kaldes den „drivende“ karakter, fordi det primært er modstanden mod heltens stræben, som driver historien frem. I forhold til modstanderen er heltens funktion at bevise historiens budskab gennem sin udvikling og løsningen af historiens konflikt. Løsningen af den centrale konflikt beviser budskabet, når helten opnår – eller ikke opnår – sit mål.

Kort sagt: Når historien er fundet, hjælper EventyrModellen med at give klarhed over, hvorvidt historien har den grundstruktur, som giver dynamik og konflikt. Det behøver ikke være et stort eventyr. Selv med en lille historie fra hverdagen kan EventyrModellen anvendes. Lad os tage et eksempel fra den virkelige verden. Her er en anekdote, som stammer fra en stor amerikansk virksomhed:

„Det var en ganske almindelig morgen, og medarbejderne for en af de førende amerikanske IT-virksomheder var så småt begyndt at møde på arbejde. En stor sort limousine gled langsomt og lydløst op langs firmaets spejlblanke glasfacade og

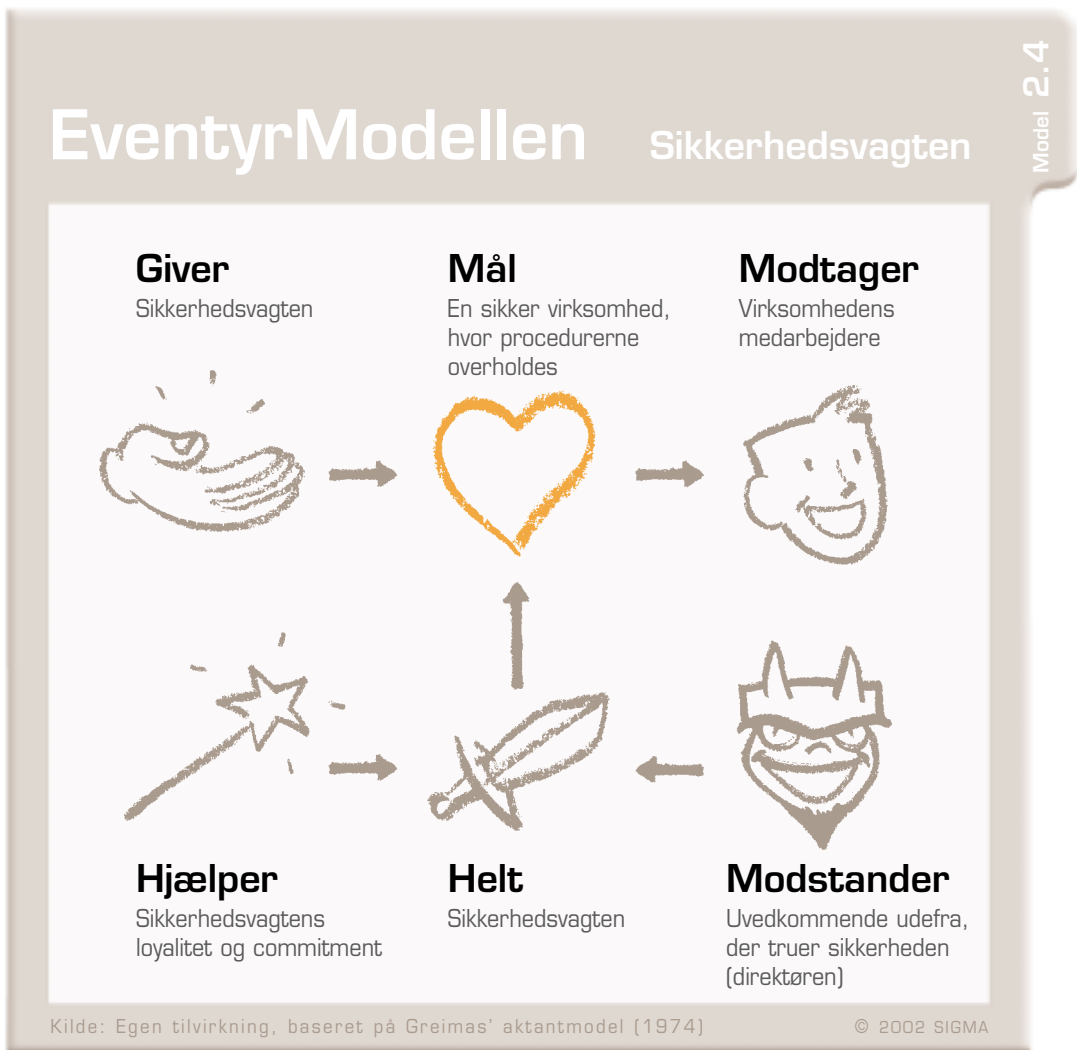
40 Historiefortællingens fire elementer

parkerede foran den imponerende indgang. Direktøren steg ud. Han havde faktisk selv været med til at grundlægge virksomheden og gik i vanlig stil op ad trappen til hovedindgangen. Han var på vej gennem den store glasdør, da en stemme råbte: „Beklager hr., men jeg kan ikke lade Dem komme ind uden ID.“ Sikkerhedsvagten, som havde været ansat i virksomheden i flere år, kiggede sin chef direkte i øjnene uden at fortrække en mine. Direktøren var mundlam. Han mærkede efter i lommen, men måtte konstatere, at han nok havde efterladt ID-kortet derhjemme. Han kiggede en ekstra gang på den urørlige sikkerhedsvagt og kløede sig eftertænksomt på hagen, før han drejede om på hælen og gik tilbage til sin limousine. Vagten stod tilbage uden at vide, at han næste dag ville blive forfremmet til sikkerhedschef.“

Selvom begivenheden fandt sted for mange år tilbage, fortælles historien med stor fornøjelse blandt de ansatte i dag. Historien står som et stærkt billede på virksomhedens værdier: Den dedikerede medarbejder belønnes for kompromisløst at værne om virksomhedens sikkerhed – til trods for at han udfordrer skæbnen og spærrer vejen for selveste direktøren. Efterhånden som historien er blevet fortalt igen og igen, har den været med til at forme medarbejdernes fælles identitet og forestilling om „den gode medarbejder“. Når vi læser historien, kan vi instinktivt fornemme, at den fungerer som historie. Der opstår en konflikt, som bliver løst. Og der er en lille overraskende slutning, som leverer budskabet. Dette får vi også bekræftet, når vi analyserer historien ved hjælp af EventyrModellen:

Historien er en ægte heltehistorie. Sikkerhedsvagten indtager helterollen og bliver belønnet for sin tapperhed. Om end direktøren ikke er den egentlige skurk, kommer han i historien til at repræsentere den modstander, som griber ind i harmonien og skaber konflikten: Nemlig den uvedkommende udefra, der kan true virksomhedens sikkerhed. Ved hjælp af sine personlige

egenskaber står vagten imod. Konflikten har det komiske twist, at vagten afviser sin egen chef. Dette understreger blot vagtens ekstreme loyalitet. Konflikten løses, og målet om en sikker virksomhed opretholdes. Modtageren er virksomheden og dens medarbejdere, som nyder gavn af sikkerhedsvagtens loyalitet.



42 Historiefortællingens fire elementer

Som eksemplet viser, kan den samme person godt besætte flere forskellige roller. Rollerne er blot udtryk for de kræfter og interesser, som trækker i forskellige retninger og skaber historiens dynamik.

En forudsætning, for at vi vil leve os ind i en historie, er, at vi kan identificere os med personerne. Identifikationen opstår i det øjeblik, vi kan genkende lidt af os selv hos personerne i historien. Her er det vigtigt at tænke på målgruppen. Dem, der hører historien, skal kunne identificere sig med helten og historiens problemstilling. Ud fra vores evige behov for at skabe balance i vores liv vil vi som regel have medfølelse med en person, som står overfor en konflikt. Vi genkender følelser som sorg, afmagt, glæde, frygt eller håb. Men vi må også kunne forstå personernes motivation for, hvorfor de handler, som de gør. Hvorfor de kæmper for det, de gør. Måden, historien skrider frem på, skal forekomme sandsynlig og troværdig.

Handlingen

Når historiens budskab, konflikt og rollefordeling er på plads, må vi overveje, hvordan handlingen skal skride frem. Vi kan jo som bekendt kun fortælle én ting ad gangen. Derfor er rækkefølgen for historiens begivenheder afgørende for tilhørerens oplevelse. En historie eksisterer i form af sin fremadskridende bevægelse i et afgrænset tidsforløb. For at fastholde denne bevægelse, skal historien have en stram struktur, som hele tiden leder publikum på vej.

En historie kan groft deles op i en start, en midte og en slutning.

En historie kan groft deles op i en start, en midte og en slutning. Først sættes scenen. Herefter skaber forandringen en konflikt og udstikker retningen for resten af historien. Konflikten skærpes, men løses til sidst og markerer dermed historiens slutning. Kort sagt: Konflikten opstår, konflikten cementeres, konflikten løses – eller forbliver uløst. Som vi lige har set, kendetegner dette forløb selv den mest simple anekdote.

Hvis vi har med længere historier at gøre, er der et klassisk handlingsforløb med en mere detaljeret spændingskurve, som du kan følge: En god historie starter ofte med et *anslag*, som har til formål at fange vores opmærksomhed og give en smagsprøve på, hvad der er os i vente. Med anslaget bliver historiens tema og tone slået an. Religioner har altid dyrket de effektfulde åbninger og anslag. Koranen starter f.eks. med „Dette er den fuldkomne bog, der er ingen tvivl herom“, mens den første sætning i Bibelen lyder: „I begyndelsen skabte Gud himlen og Jorden“. Så er der virkelig lagt i ovnen til en god historie!

Den første sætning i Bibelen lyder: „I begyndelsen skabte Gud himlen og Jorden“. Så er der virkelig lagt i ovnen til en god historie!

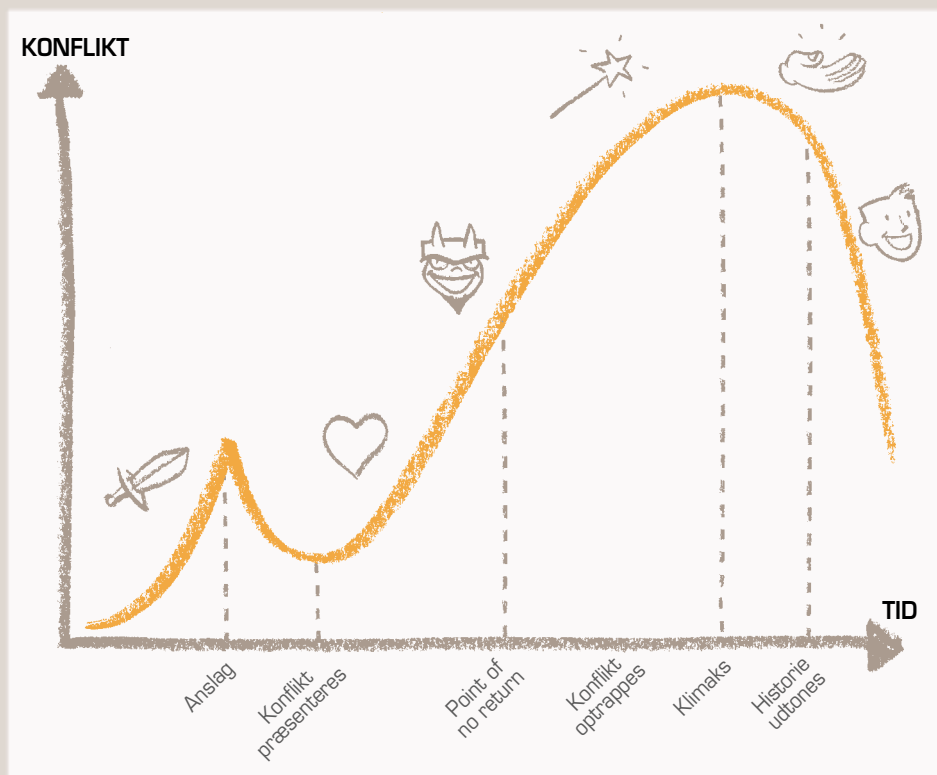
Efter anslaget bliver historiens *konflikt præsenteret*. Herefter uddybes og optrappes konflikten langsomt til et „point of no return“. Dette vil typisk være tidspunktet i forløbet, hvor helten bliver nødt til at træffe et afgørende valg, der får indflydelse på resten af historien. Herefter *optrappes* konflikten yderligere samtidig med, at heltens udvikling bevæger historien fremad. Dette leder os frem til et *klimaks*, det mest spændende sted i historien, hvor helten konfronteres med skurken i en alt-afgørende styrkeprøve: Konflikten står over for en mulig løsning. Efter det endelige opgør *udtones* historien. I de fleste Hollywood-film vil historien tone ud i en forløsning, hvor harmonien genetableres. Sådan ender det dog ikke altid – og heldigvis for det, fristes man til at sige. Slutninger kan overraske. Men under alle omstændigheder vil historiens udtoning være en afslutning og manifestation af kampens udfald.

Model 2.5 på næste side viser et overblik over sammenhængen mellem konflikten, rollefordelingen og handlingen, når vi skal fortælle en historie. X-aksen viser spændingskurven og udviklingen i konflikten. Y-aksen illustrerer tidsforløbet, og på selve kurven ser vi, hvornår rollerne typisk bliver introduceret og sætter deres præg på historien:

44 Historiefortællingens fire elementer

Model 2.5

FortælleModellen



Kilde: Egen tilvirkning, baseret på Olssons berettermodel (1982)

© 2002 SIGMA

Med gennemgangen af historiefortællingens fire elementer er vi klar til at begive os videre ind i universet for branding og storytelling. Nu kender vi de basale mekanismer og logikken i storytelling. I det næste kapitel skal vi så forsøge at afklare, hvordan begrebet storytelling kan overføres til virksomhedernes dagsorden.

FortælleTesten

Når historiens konflikt og rollefordeling er på plads, må vi overveje, hvordan handlingen skal skride frem. Prøv at fortælle historien med udgangspunkt i de følgende spørgsmål:

- Hvad er anslaget i historien?
- Hvordan bliver konflikten præsenteret?
- Hvad er historiens point of no return?
- Hvad er historiens klimaks?
- Hvordan toner historien ud – hvordan præsenteres moralen?

Test

