

DANMISSION

DEN FANTASTISKE HISTORIE



*- en guide til
foredragsholderen*





*Alting har en tid, for alt, hvad der
sker under himlen, er der et tidspunkt ...
En tid til at tie, en tid til at tale!*

(Prædikerens bog, kap. 3, Vers. 1 & 7)

DANMISSION 

– ER EN MISSIONSORGANISATION, SOM ARBEJDER MED KIRKEUDVIKLING, DIALOG OG BEKÆMPELSE AF FATTIGDOM

Historiefortælling i Danmission
En guide til foredragsholderen
Udgivet af Danmission i samarbejde med Respond – Center for
Communication and Evocative Leadership ved Sascha Amarasinha
Illustrationer : Britta Dinitzen
Layout: Britta Dinitzen

*Denne bog er udviklet til Danmissions foredragsholdere.
Indholdet kan bruges i andre sammenhænge, hvis der refereres
til kilden.*

Strandagervej 24
2900 Hellerup
Tlf.: 3962 9911
Fax: 3962 0206
Mail: danmission@danmission.dk
www.danmission.dk
Giro: 600-0398
Netbank: reg.nr. 4190 konto 6000398
Sms: **DM** til **1277** (100 kr. + normal smstakst)
Online: danmission.dk/stoet

INDHOLD

4-5	FORORD
6	DEN LIGE VEJ TIL MÅLET
7	HVORFOR HISTORIEFORTÆLLING
8-9	INDKREDS DIT TEMA – MIND MAP
10	KORT SAGT
11	INTENTION MED FORTÆLLINGEN
12-13	RELEVANS FOR TILHØREREN, KEND DIT PUBLIKUM
14	KORT SAGT
15	UDFØRELSEN AF ET FOREDRAG
16-17	FORTÆLLEFORMATER: KRØNIKEN, ANEKDOTEN
18-19	JEG OG VI, EVENTYRET, HELTENS REJSE
20	KORT SAGT
21	HISTORIEHJULET
22-23	REKVISITTER
24-25	OVERRASKELSER OG SPØRGSMÅL
26-27	BEGYNELSER
28-29	OVERGANGE – AFRUNDING
30	KORT SAGT
32	DET SIDSTE ORD

ALLE TIDERS FANTASTISKE DANMISSION HISTORIER

- Sådan fortælles de!

Danmission har utallige fantastiske historier, og vi kan alle fortælle vores egen Danmission historie. De gode historier findes både i vores genbrugsbutikker, hos Danmission aktive i kirkerne i Danmark, på kontoret i Hellerup og hos dem, der har været ude at rejse og besøge partnere og projekter i Danmissions arbejde. Historierne er utallige og venter bare på at blive delt.

At opdage og kunne fortælle den gode historie, så den fænger og betager dit publikum, er et spørgsmål om at turde.

Hertil kommer viden, faglig dygtighed og ikke mindst at bruge de korrekte

redskaber og metoder, som en dygtig foredragsholder skal kende til.

Danmission har allerede mange dygtige foredragsholdere, og der er brug for endnu flere til at finde og fortælle de gode historier. Derfor har vi udarbejdet denne bog til inspiration for vores foredragsholdere.

Så let er bogen at finde rundt i

Du står her med en ny pixie-bog i hånden, som på en både overskuelig og letforståelig måde, præsenterer dig for de vigtigste metoder og teknikker i historiefortælling og kunsten at holde foredrag.



*At opdage og fortælle den gode historie,
så den fænger og betager dit publikum,
er et spørgsmål om at turde.*

Bogen er skrevet i et let og flydende sprog og illustreret med tegninger og modeller. Hvert afsnit er omtalt på kun én side. Hermed bliver bogen let at gå til og meget overskuelig at finde rundt i. Alt sammen fordi det er vigtigt, at denne bog kan bruges af Danmissions fortællere uden de store anstrengelser.

Så let er det at bruge bogen

Bogen er bygget logisk op i temaer med hver sin farve, så det er let for dig hurtigt at få et overblik over de gode fortælleteknikker og metoder. Du kan læse bogen fra

begyndelse til slutning, du kan vælge at genopfriske de almindeligste teorier bag fortællekunsten, eller du kan gå direkte til de praktiske og konkrete anvisninger om Gode Råd.

Du er fortælleren - du bruger bogen, som du har brug for det!

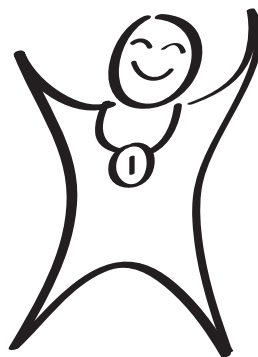
Held og lykke og god fornøjelse - lad historierne begynde!

*Charlotte Dyhr
Kommunikationschef*



DEN LIGE VEJ TIL MÅLET

DEN BEVIDSTE FORTÆLLING begynder at tage form, længe før du stiller dig op foran en gruppe mennesker og begynder at tale. Inden du overhovedet begynder at sætte bogstaver og ord sammen, går du igennem en prioriterings- og planlægningsproces. Et forarbejde, som giver dig brikkerne til at forme og redigere din fortælling, sådan at du rammer rigtigt.



HVORFOR HISTORIEFORTÆLLING?

Alle holder af at lytte til en god historie. De fleste af os er faktisk også gode fortællere. Vi er bare ikke altid bevidste om, hvilke virkemidler vi bruger, og hvornår vi bruger dem godt. Når vi alligevel sætter fokus på historiefortællingen, er det, fordi vi ønsker at styrke den strategiske brug af historier i vores foredrags- og oplysningsarbejde.

Vores budskaber konkurrerer med mange andre former for historier i dagligdagen. Hvis de skal trænge igennem til

modtageren, er det en fordel at være bevidst om, hvordan vi vækker nysgerrighed og bevarer interessen hos lytteren.

Ved at tænke din fortælling godt igennem og være bevidst om dine valg og fravalg sikrer du, at dit hovedbudskab når frem på en medrivende og nærværende måde.



INDKREDS DIT TEMA

Find et eller flere emner, som du gerne vil holde oplæg eller foredrag om og skriv dem ned. Giv hvert emne en titel og notér et par stikord om dem.

1.

.....
.....

2.

.....
.....

3.

.....
.....

Skab derefter et overblik over alle de informationer, du har om hvert enkelt emne. Lav en liste, et mindmap, symbol-

tegninger eller en anden form for oversigt, så du har overblik over dit grundmateriale. (Brug et blankt stykke papir)

Find din motivation og dit fokus

Hvad er dit mål med at fortælle historien?

Hvad vil du gerne opnå?

Mit mål er:

.....
.....

Jeg vil opnå at:

.....
.....
.....

Se nu på dit overblikspapir med de mange elementer, som du kan vælge imellem. Hvilke af dem er mest oplagte i forhold til at nå dit mål? Marker dem eller lav evt. et nyt ark.

HÆNDELSEN

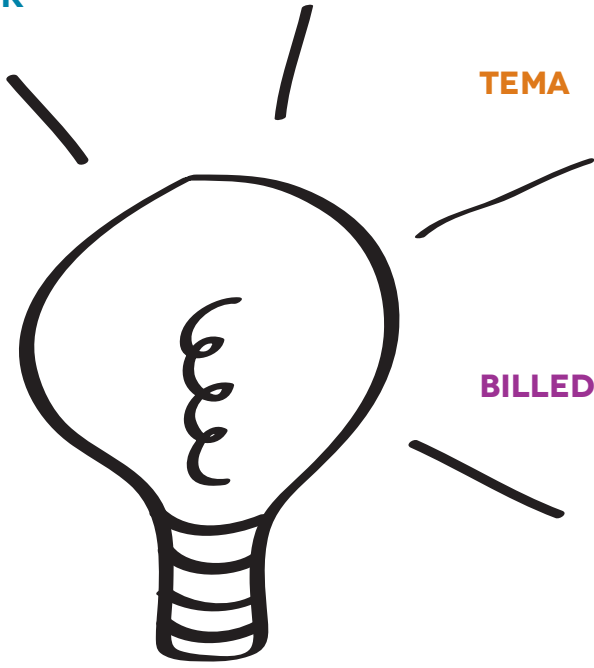
HISTORIK

TEMA

FAKTA

BILLEDER

TAL



KORT SAGT

SØRG FOR AT:

- Gøre din intention klar
- Skabe overblik over informationerne
- Sortere i dit materiale

UNDGÅ AT:

- Gå i gang uden at reflektere
- Lade alt være lige væsentligt
- Glemme hvilken oplevelse du vil formidle

INTENTIONEN MED FORTÆLLINGEN

Når vi formidler noget til andre, har det altid et formål. I vores tilfælde handler det om at viderebringe vigtige oplysninger og personlige oplevelser til dem, som støtter Danmission og interesserer sig for vores fælles visioner og praktiske arbejde. Det fælles udgangspunkt er både en fordel og en fælde for fortællingen.

Fordelen er, at vi som udgangspunkt er blandt nogle, som aktivt har valgt at lytte til os, og derfor er os positivt stemt.

Fælden ligger i, at vi kan komme til at tage for givet, at vi og de har samme forventninger til historierne. Derfor er det vigtigt, som fortæller, at sætte sig et mål.

Hvad ønsker du at opnå ved at fortælle din historie videre?

Målet kan fx være at bekræfte nogen i det, de mener i forvejen, tilvejebringe nye oplysninger, overraske eller få dem til at

handle. Gør dig også klart, hvad din højere intention er. Hvorfor deler du emnet med andre? Hvilken rolle spiller det for dig og for dine planer?

Ofte snubler vi i detaljefælden, når vi vil fortælle noget videre til andre. Fordi vi selv har haft en oplevelse tæt inde på kroppen, har vi svært ved at sortere i elementerne som skal med, for at pointen kommer igennem. Lidt på samme måde som når vi viser feriebilderne frem.

For os fremkalder hvert billede en særlig stemning, mens andre ikke oplever helt den samme iver ved det tiende solnedgangsfoto.

Derfor handler det om at **prioritere**. Hvilke dele, af alt det du ved og har oplevet, er nødvendige for at formidle din historie?

RELEVANS FOR TILHØRERNE

Langt de fleste af os nyder en god historie og en engageret fortæller. Men vi mister hurtigt koncentrationen, hvis ikke vi kan leve os med i fortællingen. Brug derfor tid på at undersøge og overveje, hvem det er du skal holde foredrag for, og hvilke forventninger de har til emnet og til dig. Jo mere du kan bygge din fortælling op, så den matcher deres forventninger, jo bedre er de i stand til at lytte til dig.

Det betyder naturligvis ikke, at du skal lave om på dig selv eller censurere dit indhold for at tækkes dit publikum. Det betyder blot, at den gode forberedelse ikke kun handler om det rette indhold, men også om at imødekomme sine tilhørere.

Som udgangspunkt er der tre ting at tage stilling til:

- **Hvad kommer det mig ved?**
Tilhørere vurderer hele tiden, om indholdet er relevant, og om fortælleren viser, at hun kender og forstår hans/hendes virkelighed
- **Jeg skal kunne mærke det!**
Som tilhørere ønsker vi at forstå og føle, så både vores hjerner og hjerter skal tales til og røres undervejs
- **Jeg skal inviteres til at involvere mig!**
Vi synes bedst om historier, som indgyder håb, giver inspiration og indeholder en invitation til handling.

KEND DIT PUBLIKUM

Vi vil gerne vide og kunne noget, som vi ikke kunne inden.

Din historie skal være vedkommende for tilhørerne.

Derfor inviterer vi dig til at stille dig selv nogle spørgsmål, så det står mere klart for dig, hvem de er, og hvad der skal til for at nå dem med dit budskab:

- Hvem er de?
- Hvad ved de?
- Hvad ved de ikke?
- Hvad skal de opleve undervejs?
- Hvad vil du gerne have, de ved og gør (anderledes), når de går hjem?



KORT SAGT

SØRG FOR AT:

- Have et mål med historien
- Kende dine tilhørere
- Prioritere dit indhold

UNDGÅ AT:

- Ville det hele på en gang
- Gå for meget i detaljer
- Skyde fra hoften

UDFØRELSEN AF ET FOREDRAG



FORTÆLLEFORMATER

Historier kan fortælles på mange måder afhængigt af, hvad du vil fokusere på. Hver version tager udgangspunkt i den samme essens, men er formet, så den tjener forskellige formål.

I nogle tilfælde handler det først og fremmest om at tilføre viden og ny information, andre gange om at bevæge og flytte holdninger. På de efterfølgende sider går vi igennem nogle af de fortælleformater, som du med fordel kan bruge i dine foredrag og oplæg.

Krøniken

Krønikeformen virker godt i sammenhænge, hvor man skal ridse længere faktuelle tidsforløb op og samtidig gerne vil sætte fokus på særlige begivenheder, som understøtter eller uddyber et særligt tema.

I Danmissions tilfælde har vi en historie på næsten 200 år, som vi ofte skal beskrive i foredragssammenhænge.

“ *Stol på dit indhold, slap af og nyd det.* ”

Med behørig respekt for fortiden giver krønikeformen os mulighed for at zoome ind på de tidspunkter, som på den mest overbevisende og relevante måde understøtter kernebudskabet i vores fortælling.

Et eksempel kunne være, hvordan vi har ageret og håndteret kulturforskellene, hver gang vi har etableret os i et nyt land. Et andet kunne være, hvordan vi gennem tiderne har udviklet den interreligiøse dialog eller spillet en rolle i områder med politisk uro.

Krøniken egner sig bedst til fortællinger om længerevarende tidsforløb, men kan også bruges til at beskrive et personligt livsforløb eller et konkret projekt.

Anekdoten

Mange familier har såkaldte familieanekdoter, som går i arv fra generation til generation og genfortælles ved festlige lejligheder. Anekdoten er den overraskende historie med den skæve vinkel.

FORTÆLLEFORMATER

Det kan være en skelsættende episode, som vendte op og ned på traditioner, faste rammer eller forestillinger om ret og vrang. Styrken ved anekdoten er bl.a. overraskelseselementet og de farverige detaljer.

Begge dele gør den nem at huske og fortælle videre. I forbindelse med vores oplysningsarbejde er anekdoterne ofte forbundet med historiske og organisatoriske begivenheder, som ændrede noget i vores måde at betragte opgaven, os selv eller omverdenen på.

Et personligt foredrag kan bygges op som en eller flere overordnede anekdoter, eller du kan bruge anekdoter undervejs i dit foredrag, for at understrege en pointe eller som overgang til en ny del af foredraget.

Hvis du vil finde anekdoter til din fortælling, så prøv at huske hvad det er for nogle historier om temaet du deler med dine venner, familie og kollegaer i uformelle sammenhænge. Hvis de lytter, så er der en god chance for at andre vil gøre det samme.

Vær undervejs i foredraget opmærksom på:

Hvad handler dine anekdoter om?
Hvordan fortæller du dem, og hvad kan de bruges til i forbindelse med et foredrag?

FORTÆLLEFORMATER

Jeg og vi

En historie som tager udgangspunkt i et "jeg" giver dig mulighed for at give udtryk for synspunkter og holdninger som andre ikke nødvendigvis behøver at være enige i.

På den måde kan du præsentere kontroversielle emner for dine tilhørere på en ansvarlig og respektfuld måde. "Jeg oplever... Jeg undrer mig over... jeg mener...".

Det er ikke givet, at du flytter holdningen, men du fremstår tydeligt og afklaret, hvilket i visse sammenhænge kan være din intention.

"Vi"-historie bruges gerne, når du skal vise tydeligt hvordan en bestemt gruppe, som du er del af, agerer. Vi-historier kan være både inkluderende og ekskluderende.

Ved at bruge "vi" underbygger du en følelse af fællesskab og samhørighed hos dem, som genkender sig selv og deres adfærd i din beskrivelse, mens de, der ikke er del af fællesskabet, kan føle sig uden for.

Fortællinger om "de andre" ligger lige for, når det drejer sig om rejsebeskrivelser og -oplevelser. Når du beskriver det anderledes i forhold til "os" bliver det nemmere at fremhæve fremmede traditioner og normer.

Formen kan dog nemt opleves som distanceret, beskuende og sågar dømmende og skal derfor bruges bevidst. Den fungerer bedst, hvis du er i stand til at sammenligne med dig selv og din baggrund på en balanceret måde.

Eventyret og heltens rejse

Eventyr er en fortælleform, som de fleste af os er vokset op med. Muligvis er der hverken kongeriger eller drager i din historie. Bygger du alligevel din fortælling op efter eventyrmodellen med helte, skurke, hjælpere, røvere, prinsesser og belønninger, alt sammen brugt så det passer til dit formål, så skaber du automatisk en spændingskurve hos dine tilhørere.

Handler dit foredrag om en personlig oplevelse eller erfaring, kan du formidle det som "heltens rejse". Det er den personlige beretning om, hvordan du har ændret dig fra før oplevelsen, hvad du var ude for undervejs, og hvordan du ser verden, nu hvor du er vendt tilbage til de trygge rammer. De fleste af os oplever den slags personlige fortællinger som meget stærke, fordi vi kan identificere os med helten.



Handler dit foredrag om en personlig oplevelse eller erfaring kan du formidle det som "heltens rejse".



KORT SAGT

SØRG FOR AT:

- Tilpasse dit fortælleformat
- Teste flere versioner af samme historie
- Samle eksempler på anekdoter

UNDGÅ AT:

- Være perfektionist
- Holde dig til én fortælleform uanset anledning
- Skrive dig selv ud af fortællingen



Den samme grundhistorie kan fortælles på mange måder afhængig af fortælleformatet. Essensen er den samme, men vinklen, prioriteringen og pointerne ændrer sig. Prøv evt. at fortælle den samme historie på alle de måder, der er vist i Historiehjulet.

BRUG AF REKVISITTER

Når det gælder brugen af rekvisitter, så handler det om at vælge dine virkemidler med omhu. Hellere få velvalgte end for mange, som forvirrer budskabet.

Lad os starte med de rekvisitter, som du altid har med dig i fortællesammenhæng: Kroppen og stemmen.

Kroppen har sit eget sprog og er derfor en medfortæller, hvad enten du vil det eller ej.

Så hvorfor ikke bruge kroppen bevidst til at understrege pointer og helt konkret demonstrere noget af det, du taler om? Fx at gå utålmodigt frem og tilbage, søge efter noget oppe og nede, flygte ved at småløbe, smile stort ved glæde, hænge med hovedet og skuldre for at vise skuffelse, stoppe op og træde et skridt baglæns ved overraskelse, lægge armene over kors ved skepsis.

Det kan lyde som små ting, men er med til at gøre dig til en levende og nærværende fortæller.

Din stemme er et fysisk instrument, som du kan bruge aktivt til at skabe stemning, intensitet og forandring med.

Variation mellem almindelig talestemme, råb og hvisken hjælper dit publikum til at følge med dig gennem fortællingen. På samme måde kan du med dit toneleje formidle følelser, fx glæde, vrede, overraskelse m.m. Hvis du har lyst til at lære din stemme nærmere at kende og har en mobiltelefon til rådighed, så gør det til en vane at optage dig selv via optagefunktionen. Beslut dig på forhånd til, hvad du vil udstråle, indtal noget og vurder, om det lykkes. På den måde kommer du til at lære dit instrument bedre at kende.

DE RIGTIGE REKVISITTER

De rigtige rekvisitter kan have en stor effekt for oplevelsen og indlevelsen hos dine tilhørere.

De fungerer som dokumentation og levendegørelse af din fortælling. De skal dog vælges med omhu og kun bruges for at understøtte en pointe eller forstærke en oplevelse. Ellers risikerer du, at de forstyrrer din fortælling snarere end at fremme den.

Et enkelt billede af dit møde med samarbejdspartnere er med til at synkronisere dit og tilhørernes forestillinger, mens en hel serie dias kan virke distraherende.

Det samme gælder fysiske ting, som du inddrager i din fortælling fx våben, legetøj, landkort, mønter eller figurer. Rekvisitter fungerer godt, når de passer sammen med dit budskab. Find gerne nogle, som du ikke blot kan vise, men også kan sende rundt til dine tilhørere. Skal du tale om malaria, så

kan et myggenet være den oplagte rekvisit. Er emnet genbrugsbutikker, kan din rekvisit være en særlig fin strikhue eller et skilt, der viser, hvor mange kilo tøj, der sidste år blev indleveret til formålet.

En velfungerende rekvisit er:

- Relevant for historien
- Kreativt tænkt
- Synlig for alle – også dem som sidder langt fra dig
- Afprøvet på forhånd, så du ved, at den virker
- Bevidst skjult eller åbent placeret under dit foredrag

OVERRASKELSER OG SPØRGSMÅL



Uanset hvor godt du forbereder dig, kan der ske noget, som kommer bag på dig. Måske ser rummet helt anderledes ud, end du har forestillet os. Måske bryder teknikken sammen. Eller noget tredje som du ikke kan forudse. Når vi kommer ud for den form for overraskelser, gælder det om at bevare overblikket og dermed have overskud til hurtigt at finde frem til hvad der skal til for at komme videre. Skal du sørge for, at stolene bliver stillet op på en bestemt måde, som passer bedre til det du har planlagt? Kan du fx fortsætte uden dine slides eller billeder, hvis projektoren ikke virker? Her kommer din forberedelse dig til gode, for når du ved, hvad din intention med fortællingen er, så er det meget nemmere for dig at justere planen efter omstændighederne.

Omvendt bliver du bedre til at "forberede" dig på overraskelser, efterhånden som du bliver mere rutineret. Hver gang du holder foredrag, indsamler du erfaringer om, hvad der fungerer godt, og hvad der kan gøres anderledes. Næste gang husker du at spørge til bordopstillingen, have en "uden-teknik" plan parat og i det hele taget blive bedre til at improvisere, fordi du har noget at falde tilbage på.

En anden form for overraskelser, som du kommer til at opleve før eller siden, er fra dem, som lytter til dig.

Måske har du inviteret publikum til at stille spørgsmål undervejs i dit foredrag, og pludselig opdager du, at spørgsmålene forstyrrer både dig og fortællingen, fordi de handler om noget helt andet eller går i detaljer med noget, som du har prioriteret

HOV!



UPS!

OVERRASKELSER OG SPØRGSMÅL

fra. Nu er kunsten at svare konkret og venligt og derefter komme tilbage på sporet. Husk, at det er dig, som har overblikket over, hvor du er på vej hen med din fortælling og derfor også har ansvaret for, at alle får en god oplevelse. Du kan godt tillade dig at parkere et spørgsmål, der er uden for kontekst, til efter du er færdig med oplægget eller henvise til, at det kommer du ind på senere (hvis du altså gør det!).

Bliver du spurgt om noget, du ikke har viden om eller ikke kan huske, så er det helt i orden at sige, at du ikke har svaret her og nu, men tilbyde at finde ud af det og vende tilbage med svaret på et senere tidspunkt. Hellere det end at du roder dig ud i noget vrøvl.

En gang imellem sker det, at ens foredrag vækker modstand hos publikum. Modstanden kan give sig udtryk i kritiske spørgsmål, skarpe kommentarer eller følelsesladede indlæg. Måske har du allerede i din forberedelse forudset, at det kunne ske, fordi temaet fx er kontroversielt eller meget personligt. Alligevel kan det føles voldsomt at stå midt i en modstand.

Igen gælder det om at bevare overblikket, huske at vi ser forskelligt på tingene, og at det ikke er dig personligt, det handler om, men de nye informationer, du har bragt frem, der vækker uro. Vend tilbage til din oprindelige intention og responder med udgangspunkt i den.

HOV!



UPS!



BEGYNNELSER

A

En god indledning betyder meget for, hvordan vi lytter til en fortælling. Jo klarere fokus, jo større opmærksomhed. Derfor kan det godt betale sig at gøre sig nogle ekstra overvejelser om, hvordan du kommer i gang, og hvilken forventning du sætter i gang hos dit publikum.

Hvordan "sætter du kroen" i dem og får dem til at føle, at det du taler om, er vedkommende for dem?

Prøv evt. at observere, hvad andre gør. På den måde kan du begynde at samle eksempler, som kan inspirere dig.



Her er nogle eksempler på, hvordan du kan starte et oplæg.

Husk, at indledningen **selvfølgelig** skal understøtte din overordnede intention:

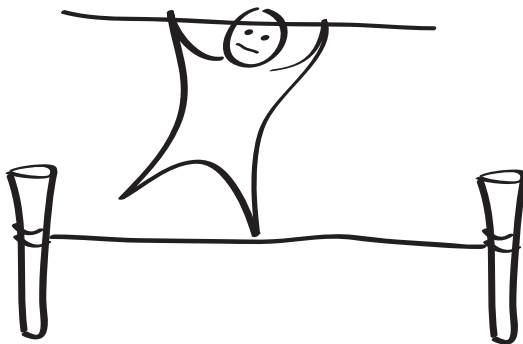
- **Problemstilling eller dilemma:**
"Befolkningstilvækst i ulande truer det globale klima mere end industrien."
- **Et vedkommende citat:**
"Min bedstefar sagde altid: 'Du rejser ud for at finde hjem.'"
- **Løfte om ny indsigt:**
"Om en time så ved I alt, hvad der er værd at vide om dyrkning af ris."
- **En provokation:**
"Hvis du ikke engagerer dig aktivt, er du kun ude på at købe aflad."
- **En klar mission eller udfordring:**
"Mit mål i dag er at få jer alle sammen til at tage aktivt stilling til..."
- **Et spørgsmål:**
"Hvor lang tid mon der kommer til at gå, inden hele verden er på internettet?"

OVERGANGE

Nogle af de steder, hvor intensiteten i et foredrag kan falde, er, når man skal bevæge sig fra et emne eller afsnit til et andet. Derfor er det godt at have øje for, hvordan du bedst kommer ind på det nye tema. Det kan være ved at bygge bro rent sprogligt, referere til at du i indledningen lovede, at du også ville tage fat på dette emne eller

vælge en slags pause i din fortælling ved f.eks. at fortælle en relevant anekdote, inden du går videre.

Du skal se dig selv om en slags guide på rejsen gennem fortællingen, og i forbindelse med overgange til nyt emne tager du ekstra ansvar for, at alle dine medrejsende kommer sikkert videre.





AFRUNDING

På samme måde som indledninger er også afslutninger et øjeblik, hvor du har en mulighed for at gøre en særlig indsats for at få dit prioriterede budskab igennem. Forskningen viser, at vi lytter med den allerstørste koncentration her, fordi vores hjerner arbejder på at skabe mening og sammenhæng i det, vi lige har hørt. Det betyder ikke, at vi er ukoncentrerede resten af tiden, men netop i afslutningen forankrer vi tingene.

Så hvorfor ikke gøre noget ekstra ud af din afslutning? Det hjælper i øvrigt også dig selv til at holde den røde tråd undervejs, hvis du ved, hvor du har planlagt at slutte. Benyt lejligheden til at gentage din hovedpointe, skabe relationer til publikum eller gøre klart, hvad du opfordrer dem til at gøre med deres nye viden. Jo tydeligere du er, jo nemmere er det for dem at mærke, at den tid I har brugt sammen, giver mening.

DE TRE O'ER

- **Opsummeringen** - Sig det, du har sagt
- **Opfordringen** - Inviter til handling
- **Opskriften** - Beskriv det først skridt



KORT SAGT

SØRG FOR AT:

- Lære dit eget instrument at kende
- Bruge krop og stemme bevidst
- Vælge den rette rekvisit
- Være parat til at ændre
- Skabe en oplevelse

UNDGÅ AT:

- Kun fokusere på indhold
- Skygge for din intention
- Bruge for mange rekvisitter
- Klamre dig til planen
- Ville overbevise



*Ikke alle er lige gode historiefortællere –
men vi er alle bedre, end vi selv tror.*

(Christa Lund Herum)



DET SIDSTE ORD

I denne bog har vi samlet nogle af de råd og opskrifter, som gør den gode fortælling endnu bedre. Vi har bygget materialet op, så vi tager udgangspunkt i fortællingen selv og den passion og kraft, der ligger i at formidle den klart videre. Derefter ser vi på dig som fortæller, og hvordan du kan få mest muligt ud af dig selv, din krop og din stemme, da du jo er en væsentlig del af helheden. Til sidst får du nogle tips til, hvordan du sprogligt og planlægningsmæssigt får et overblik og den ro, der skal

til for at være fuldt og helt til stede med din fortælling.

Der vil sikkert være dele af indholdet, som er mere relevante for dig end andre. Brug hæftet som inspiration, huskeliste eller træningsmanual, som det passer bedst til dig og din udvikling som fortæller. For lige meget hvor vi begynder, kan vi altid blive bedre.

God fortællelyst!

Bøger:

Historiefortælling i organisationer, Sascha Amarasinha, Samfundslitteratur

Historier der flytter mennesker, Karen Lumholt, Akademisk Forlag

Artikler og inspirerende filmklip:

<http://www.danmission.dk>

<http://www.respond.dk> (Saschas virksomhed)

http://www.thewritersjourney.com/hero's_journey.htm

<http://www.kommunikationsforum.dk/log/kommunikationsforum.pdf>

http://www.ted.com/talks/derek_sivers_how_to_start_a_movement.html

Hans Rosling: http://www.ted.com/talks/hans_rosling_on_global_population_growth.htm

<http://www.mindtools.com/pages/article/BusinessStoryTelling>



NOTER



NOTER



DANMISSION

We tell stories from the real world ...