

Naslov članka/Article:

Moč pripovedovanja zgodb za organizacije in izobraževanje

The Power of Storytelling for Organizations and for Education

Avtor/Author:

Lisa Bloom

<https://doi.org/10.59132/viz/2020/6/31-34>

CC licenca



Priznanje avtorstva-Nekomercialno-Brez predelav



Vzgoja in izobraževanje 6/2020, letnik 51

ISSN 0350-5065

Izdal in založil: Zavod Republike Slovenije za šolstvo
Kraj in leto izdaje: Ljubljana, 2020

Spletna stran revije:

<https://www.zrss.si/strokovne-revije/vzgoja-in-izobrazevanje/>

MOČ PRIPOVEDOVANJA ZGODB ZA ORGANIZACIJE IN IZOBRAŽEVANJE

The Power of Storytelling for Organizations and for Education

IZVLEČEK

Ljudje si že od nekdaj pripovedujemo zgodbe. Zgodbe so eno izmed najstarejših in najučinkovitejših orodij, ki jih še danes uporabljamo za učinkovito učenje, komunikacijo, vodenje, medsebojno povezovanje, razreševanje konfliktov, itd. Zakaj je temu tako? S pomočjo zgodb razmišljamo, si zapomnimo in osmišljamo. Zgodbe nam pomagajo osvetliti našo preteklost in trenutno situacijo. Kar pa je najpomembnejše - naše zgodbe lahko spremenimo in s tem ustvarimo želeno prihodnost. Zgodbe nam omogočajo tudi razmislek o tem, kako bomo novo dosegli in zakaj bomo pri tem vztrajali.

Ključne besede: pripovedovanje zgodb, moč zgodb v organizacijah, coaching in uporaba zgodb, vpeljevanje sprememb, identiteta, razvoj vodstvenih veščin

ABSTRACT

Since the dawn of time, people have been telling stories to one another. Stories are one of the oldest and most effective tools, and are still being used today for effective learning, communication, leadership, connecting with one another, conflict resolution, etc. Why is that so? Through stories we contemplate, memorize and make sense of things. Stories help us to shed light on our past and on our current situation. What is most important – we can change our stories, thus creating the desired future. Stories also help us to contemplate how we will achieve something new and why we will persevere.

Keywords: storytelling, power of stories in organizations, coaching and use of stories, introducing changes, identity, development of leadership skills

Začela se je otvoritev srečanja vseh zaposlenih, ki se je odvijalo na drugem kraju kot običajno delamo. Zbrali smo se ob koncu zadnjega četrtertletja v finančnem letu. Pogostili so nas z odličnimi drobnimi prigrizki, kozarci vina in hladnimi pijačami – izjemno so se potrudili. Vsi smo bili zelo navdušeni nad uspehom, ki smo ga dosegli v tem letu. Govorilo se je celo o darilih, nagradah in napredovanjih. Nato je na oder stopil naš izvršni direktor in začel svoj govor.

»Dobrodošli,« je dejal. »Lepo vas je vse videti.« Vsi smo navdušeno zaploskali. Na velikem zaslonu je začel predvajati svojo predstavitev in minilo je nekaj minut, preden mu jo je uspelo izostriti ter odpreti na pravi strani. Nato se je spustil v podrobnosti predstavitve z vsemi podatki in številkami o izdelkih ter storitvah, kar je povzročilo občuten padec energije v prostoru. Kar čutilo se je, kako sta navdušenje in veselje splahnela, tu in tam je bilo slišati odkašljevanje ali premikanje ljudi na njihovih sedežih. Začeli smo se dolgočasiti.

Kar se je začelo kot izjemna priložnost za povezovanje in praznovanje, se je spremenilo v še eno obliko formalnega žargona brez povezanosti ter počasen padec vodstvenega potenciala tistega trenutka. Priložnost dogodka za

vključevanje ter sodelovanje vseh je bila izgubljena in nadomestili sta jo odsotnost ter nepovezanost tistih, ki so se na njem zbrali.

Do tega pride pogosteje, kot smo pripravljeni priznati, in je nedvoumen znak, da gre za vodjo, ki je zamudil priložnost, je prisoten za svoje zaposlene in doseže spremembo. Veliki vodje so običajno dobri pripovedovalci zgodb. Vedo, kako pritegniti pozornost svojih poslušalcev, ter gradijo zaupanje s povezovanjem in prisotnostjo. Opisani primer je ena od številnih situacij v organizacijah, podjetjih, skupnostih ..., kjer je pripovedovanje zgodb ključna veščina. Sposobnost oblikovanja in predstavitve vsebin, ki pritegnejo pozornost občinstva, je izjemno pomembna. To seveda velja za vse organizacijske ravni, ne le izvršne direktorje ali vodje. Če hočete »biti vplivni in vplivati na druge«, je pripovedovanje zgodb nujno.

Ampak najprej se vrnimo tja, kjer se je vse začelo.

V starih časih so ljudje sedeli okoli ognja in pripovedovali zgodbe. Ob mraku, ko se je začelo nočiti, so pripovedovali o tem, kar se je zgodilo tisti dan, o ljudeh, ki so jih srečali, o pogovorih ter o krajih, ki so jih obiskali. Opisovali



Lisa Bloom, ustanoviteljica podjetja Story Coach, sodeluje z organizacijami pri razvoju vplivnih vodij s pripovedovanjem zgodb ter oblikovanju ustvarjalnih in vzdržljivih kultur v organizacijah. Njeno delo uporablja moč pripovedovanja zgodb za doseganje pomembnih procesov sprememb. Podjetnikom in lastnikom podjetij pomaga najti samozaupanje, pritegniti popolne stranke ter oblikovati zgodbo o uspehu. Svoje znanje prenaša tudi na druge, ki lahko pripovedovanje zgodb uporabijo kot učinkovit pristop za svoje lastne stranke in poslovno rast.

Lisa je profesionalna pripovedovalka zgodb, akreditirana coachinja, avtorica, mentorica in strokovnjakinja na področju vodenja. Njene inovativne metode so ji omogočile rast lastnega podjetja ter jo popeljale na mednarodne odre, kjer predava o pristopu pripovedovanja zgodb v poslovanju, vodenju in coachingu. Je avtorica prodajne uspešnice *Cinderella and the Coach - the Power of Storytelling for Coaching Success!* ter ustvarjalka programov *Stories That Sell Mastery in Certified Story Coach™*.

Več podrobnosti je na voljo na naslovu: <http://www.story-coach.com>.

Med njenimi strankami so: Autodesk, Microsoft, Intel, Young President's Organization (YPO), Cisco, HP, Coca Cola, Arcelik, NICE, Amdocs, Mainsoft, OpenMarket in DOOR International. V zadnjih osmih letih je bila gostja številnih predavanj in konferenc v 20 državah, vključno z ICF (na mednarodni, regijski in nacionalni ravni), MSPA in španskimi univerzami (Haifa, Rupin, Madrid).

so druge dogodke, ljudi in kraje. Zgodbe so jim pomagale razumeti svet in njihov prostor v njem. Govorili so o svojih sanjah in spominih, o svojih željah in strasteh. Zgodbe so jih poživile in napolnile z novo energijo. Pripovedovanje zgodb je dolgoletna tradicija, ki jo zasledimo v vseh kulturah in številnih različnih okoljih – pripovedovali so jih ob ognju, med pranjem oblačil v reki, med hranjenjem živali in na tržnici.

Danes zgodbe pripovedujemo na avtobusu ali vlaku, po telefonu in elektronski pošti, na družbenih omrežjih ter zabavah. Predstavljajo naš način povezovanja in deljenja življenja drug z drugim. Odkar pomnimo, so skupnosti prenašale svoje zgodbe iz generacije v generacijo, s staršev na otroke, ter tako ohranjale svojo zgodovino in kulturo, zapisovale svoje izkušnje, opisovale svoje vrednote – ustvarjale kontinuiteto. Enako velja za podjetja, izdelke in izobraževanje, le da zdaj živimo v svetu, ki je izjemno odvisen od tehnologij in v katerem lahko velike populacije ljudi enostavno dostopajo do obsežnega znanja o kateri koli temi. Toda kljub temu, ali pa morda ravno zaradi tega, pripovedovanje zgodb zdaj potrebujemo bolj kot kadar koli prej. Hrepenimo po enostavnosti pripovedovanja zgodb in si močno želimo najti pomen, ki ga lahko nudi le zgodba.

Pripovedovanje zgodb je najstarejše in najmočnejše orodje za doseganje vpliva. Prepoznati in razviti pripovedovanje zgodb je postalo ključna veščina tako pri posameznikih kot v organizacijah za komunikacijo, učenjem, motivacijo in navdih.

KAJ JE COACHING Z ZGODBAMI (ANGL. STORY COACHING)

Coaching z zgodbami je edinstveni pristop in metodologija, ki temelji na razumevanju moči pripovedovanja zgodb za ozaveščanje, širjenje obzorij, krepitev učenja ter spodbujanje k dejanjem.

Coaching z zgodbami vključuje več različnih pristopov, med katerimi so najpogostejši:

1. Vodstveni razvoj: uporabiti pripovedovanje zgodb za izboljšanje poslovnega nastopanja, vodstvene vloge, sposobnosti organizacije vplivnih dogodkov ter komunikacije kritičnih sporočil za majhno in veliko občinstvo.
2. Identiteta in spremembe: razumeti, kdo smo in kaj delamo, ter se naučiti, kako to povedati – o sebi, naših izdelkih in storitvah – predvsem kot odziv na specifične pobude po spremembah, združitve in pridobitve ali preproste spremembe ekip.
3. Podjetništvo/izobraževanje: predstaviti koncept in povezati skupino v razumevanju skupne zgodbe – kako spremeniti individualno izkušnjo v del univerzalne resnice.

Razvoj voditeljstva

Dober vodja je odličen pripovedovalec zgodb.

Že vrsto let sodelujem s podjetji, organizacijami in posamezniki, ki potrebujejo mojo pomoč pri pripravi vplivnih predstavitev ter se zavedajo, da potrebujejo dobro zgodbo.

Namreč, kljub temu da vsi vsak dan pripovedujemo zgodbe, lahko to postane izziv, če v kratkem času potrebujemo določene rezultate in če je pozornost občinstva zelo omejena, kot v primeru na začetku tega članka.

Pred leti, ko sem učila veščine nastopanja, sem razložila, da imamo po navadi na voljo približno 3 do 5 minut, da naredimo vtis. To, kar se zgodi v teh minutah, vpliva na to, kaj si bodo ljudje mislili o nas. Vendar to je veljalo takrat. Danes se to zgodi v približno 3 do 5 sekundah! Živimo v času motenj pozornosti in večina posameznikov ima tako kratek razpon pozornosti, da moramo res takoj narediti odmeven vtis. Najboljši način je, da jih pritegnemo z zgodbo.

Ne glede na to, ali govorimo pred skupino tisočih ljudi ali samo peščico, mora biti naša predstavitev jasna, jedrnata in privlačna, če hočemo pritegniti njihovo pozornost. Sama sem opazila, da vodje, ki imajo težave z nastopanjem, pogosto tudi težko najdejo svojo vodstveno vlogo. Če želi vodja vključiti skupine zaposlenih in svoje zamisli povedati na način, ki bo zagotovil, da mu bodo sledili in se strinjali z njegovimi načrti, tudi ko ti prinašajo izzive, mora zgodbo povedati hitro in učinkovito. To pomeni, da je čas, ki ga vodja ali izobraževalec vloži v to, da se nauči povedati zgodbo, dobro porabljen čas.

Identiteta in spremembe

Morda zveni čudno, toda ena od stalnic v organizacijah so spremembe. Organizacije najpogosteje vložijo veliko virov v tehnologije in procese sprememb, nato pa zaradi izjemne kompleksnosti teh projektov postanejo skoraj nesposobna govoriti o istih spremembah, v katere so toliko vložila. Kadar sprememb ne znamo učinkovito opisati, jih ljudje težko razumejo in začnejo nasprotovati njihovi vpeljavi. Zato je pomembno, da vpeljevalce sprememb naučimo, kako povedati zgodbo o spremembi. Ko jo bodo znali učinkovito povedati, bodo vključili in navdušili tudi druge, ki bodo tudi sami postali zagovorniki sprememb. Vse to vodi k učinkovitejšim in cenejšim pobudam za spremembe.

Med spremembami, bodisi da gre za večje združitve in pridobitve ali le za novo ali spremenjeno ekipo, pride v organizaciji do spremembe identitete in zaposleni se bodo težko poistovetili z novim statusom, če ne morejo smiselno povedati nove zgodbe. Vodja, ki želi zagotoviti vključenost zaposlenih, zanesljivo komunikacijo ter učinkovito produktivnost, mora poskrbeti, da bodo zaposleni razumeli svojo zgodbo. Enako velja za izdelke in storitve – učinkovito trženje in prodaja izdelkov temeljita na nedvoumni zgodbi o namenu izdelka ali storitve. Tudi na tem področju zagotavlja vplivna in jasna zgodba povsem drugačne rezultate.

Podjetništvo/izobraževanje

Na področjih podjetništva in izobraževanja gre velikokrat za željo, da bi občinstvo prepričali o koristi novega izdelka ali storitve oziroma spremembe načina dela. Pripovedovanje zgodb je priložnost za ustvarjanje gradiva in vsebin, ki lahko pomagajo pri promociji teh zamisli. Prav tako lahko posamezniki ali skupine z dobro zgodbo izboljšajo svoje sposobnosti pristopa k zamislim, ki jih želijo predstaviti.

Pri podjetništvu je pripovedovanje zgodb lahko temelj za strategijo razvoja vsebin za boljše umeščanje na trg, medtem ko je v izobraževanju učinkovit način predstavitve novih idej in zamisli za spodbujanje radovednosti ter raziskovanje novih načinov razvoja in širitve. V obeh primerih je pogosto potrebno financiranje in sprostitev proračunov, pri čemer lahko z zanimivo zgodbo omogočimo zagotovitev teh sredstev.

To nas pripelje do zadnje točke o močnem vplivu pripovedovanja zgodb na poslovanje, izobraževanje in življenje. Gre za način, kako lahko pripovedovanje zgodb spremeni naše zaznavanje resničnosti.

Pri tem gre za preprosto predpostavko: o življenju, ki ga živimo, neprenehoma govorimo – skoraj vsak dogodek, ki ga doživimo, opišemo bodisi v obliki anekdote, pritožbe ali zanimive zgodbe za mizo bodisi z določenim namenom in razlago. To je popolnoma subjektivno izražanje, pri katerem izbiramo lastne besede, slog, like ter strukturo zgodbe. In skozi to opisovanje – *pripovedovanje zgodb*, ki ga sami izberemo – definiramo lastno resničnost.

Če si upamo pobliže pogledati svoje lastno pripovedovanje, lahko preučimo zgodbe, ki jih izbiramo. Nekatere nam koristijo, medtem ko si z drugimi škodimo. V vsakem primeru lahko z razumevanjem lastnih zgodb prepoznamo, kako zavezani smo tem zgodbam. Velikokrat smo odločeni vztrajati ravno pri tistih zgodbah, zaradi katerih obtičimo,

oviramo svoje cilje ter se ohromimo v stanje ravnodušja.

Zgodbe, ki jih pripovedujemo, nam pomagajo prepoznati lastne prednosti ter področja za rast in učenje. Ko začnemo razumevati moč zgodb, ki jih pripovedujemo, lahko začnemo ustvarjati nove zgodbe. In nove zgodbe so lahko boljše, veliko boljše. Z izbiro premišljenega in pozitivnega načina pripovedovanja si lahko ustvarimo boljše življenje. Pri tem ne gre za preoblikovanje ali ponovno pisanje zgodovine, temveč za odločitve, da bomo zgodbe pripovedovali na način, ki nam daje več moči. Gre za to, da na svoje zgodbe gledamo z vidika, ki nam prinese največ dobrega.

Čudovito poletno vreme se nadaljuje, kar izkoristimo za obisk plaže. Otroci so navdušeni, da se bodo peljali s kajakom, in se prepirajo glede tega, kdo bo šel prvi. Morje je mirno in hladno, na plaži piha blag veter. Fantje takoj skočijo v vodo in vriskajo od navdušenja!

Na morju sem vedno uživala. Tam se počutim kot doma, saj me spominja na otroštvo, ko sem veliko časa preživela na

“

Informacije nam preprosto dajo občutek, da smo nesposobni in izgubljeni. Ne potrebujemo več informacij. Vedeti pa moramo, kaj pomenijo. Potrebujemo zgodbo, ki razloži, kaj informacije pomenijo in ob kateri se počutimo, da tja nekam spadamo tudi mi.

Annette Simmons,
avtorica "The Story
Factor," 2006

”

plaži. Na Irskem je morje sicer precej bolj hladno in razburkano, toda tudi tukaj so skriti tokovi lahko ravno tako nevarni. Kot otroci smo imeli vedno pravila o spoštovanju moči oceana in varnosti. Teh pravil se držim tudi s svojimi otroki. V vodi so tako veseli in se počutijo tako varne, da včasih pozabijo, da ne smejo v preveč globoko vodo. Nikoli jih ne spustim izpred oči!

Zdaj sem jaz na vrsti za kajak. Rada se oddaljim daleč od obale, kjer je močnejši veter, in uživam v občutku veslanja, ko z vsakim novim zamahom vedno bolj čutim mišice rok. Tišina tam je čarobna, in ko se oddaljim od obale, me vedno prevzame občutek miru. Moj sin je z mano in sedi zadaj na kajaku, igrivo razpoložen. Ko priplujeva do najglobljega dela, začne zibati kajak in smeje vpraša: »Greva plavat?« Najprej se pretvarjam, da sem šokirana, in poskusim umiriti njegovo zibanje. Potem pa se kajak prevrne in oba padeva v vodo, se smejiva in vriskava, tako mrzla je! Prva se dvignem nazaj in se namestim nazaj na svoje mesto, nato poskusi še on. Poskusi se dvigniti, a vsakič pade nazaj. Nato se uleže čez kajak, toda ko se obrne, oba potegne nazaj v vodo. Po približno šestih poskusih se odloči odplovati na obalo. Počasi veslam za njim in razmišljam o tem, kar se je ravnokar zgodilo.

“

Pripovedovanje zgodb je najstarejše in najmočnejše orodje za doseganje vpliva. Prepoznati in razviti pripovedovanje zgodb je postalo ključna veščina tako pri posameznikih kot v organizacijah za komunikacijo, učenje, motivacijo in navdih.

”

Sama sem zelo navdušena nad zibanjem čolna. Rada imam šok mrzle vode in vem, da lahko vedno splezam nazaj. Moj sin pa se je ravnokar naučil, da morda le ni tako pametno skočiti iz čolna, če se vanj ne moreš vrniti.

Ko prispeva do obale, skoči nazaj v kajak, zagradi veslo in odvesla. Opazim, da je tokrat ostal bližje obali. Odplavam za njim in mu predlagam, naj v plitki vodi vadi, kako priti nazaj v kajak, ter poskusi najti najboljši način.

V zelo kratkem času mu uspe, da skače v vodo in zleze nazaj v kajak z ogromnim nasmeškom na obrazu. Zdaj se zna prevrniti in z lahkoto hitro obrniti ter priti nazaj v kajak. Tudi vesla veliko hitreje kot prej. Ugotovil je, da lahko kadar koli pride nazaj v čoln, in dobil zaupanje vase, kar mu je dalo nov zagon, da tudi hitreje vesla.

Ko dobimo dovolj zaupanja, da vemo, da si lahko opomoremo od česar koli,

se lažje spustimo v tveganje. To zaupanje boste razvili s svojo zgodbo. Ko poznate svojo zgodbo, zgodbo o vašem vodstvu, identiteti, procesu sprememb ali čemer koli drugem, postanete svobodni in samozavestni ter lahko naredite tudi velik skok naprej. In tudi če vas preseneti kakšna nepričakovana mrzla osvežitev, vas bo vaša zgodba obdržala na površini!