



Experter inom
kommunikations-
strategi,
storytelling,
design,
webdesign och
föreläsningar.

Ulrika Nybäck
Föreläsare och rådgivare

+46 709 84 94 19
ulrika@wonderwork.se

forelasningar.wonderwork.se

Stick ut och ta plats med Storytelling

Sedan tusentals år är vår hjärna utvecklad för att förstå och minnas fängslande berättelser.

– Men i en värld där alla sänder gäller det att veta vad som lyfter en story och hur du gör det, säger Ulrika Nybäck, som föreläser och utbildar i storytelling och kommunikation.

Har du tänkt på att uttrycket ”Binge-watching”, att sträckkolla eller maratontitta, faktiskt anspelar på något så allvarligt som missbruk? Men ordet är också ett kvitto på hur kraftfullt storytelling är. Om din målgrupp ännu inte slukar allt innehåll som du delar, är det hög tid att ta din storytelling till nästa nivå.

Konsten att engagera tonåringar

Under inspirationspasset i torsdags (15/9, 2022) behövde vi bli extra nyfikna på hur 14-, 15- och 16-åringar kommunicerar och vilka berättelser som fungerar bäst för dem. Vi vet att tonåringar är vana vid ett TikTok-ifierat tempo och ett berättande med en mer lättsam ton. Därför tittade vi på Ali Abdaal som exempel, där redigeringen är ganska ”ruff” och pauseringar till stor del klipps bort. De flesta deltagare över 40 brukar reagera med: ”Hjälp vad stressigt”. Men då måste vi påminna oss själva om vilken målgrupp vi vänder oss till.

Ett långsamt berättande har också sin plats

När det gäller kommunikation och Storytelling är det aldrig svart eller vitt. Ulrika Nybäck ser också en mottrend där unga människor också lyssnar på hundratals timmar av ljudböcker – och tar del av andra mer långsamma medier. Som motvikt tittade vi på Bertram, den danska killen som med gripande naturbilder och endast miljöljud visar hur han bygger vindskydd, gör upp eld, smider en yxa och lever ensam i skogen i sex dagar. Han har 25 miljoner visningar på flera av sina filmer (se pdf:en), vilket visar att även det långsamma berättandet har en plats.

Under inspirationspasset tittade vi närmre på tre delar:

- Varför vår hjärna älskar berättelser.
- Vad vi kan berätta – och var vi kan hitta fängslande berättelser.
- Hur vi använder dramaturgi för att få en story mer engagerande.

Därför minns vi berättelser

Forskare daterar språkets uppkomst till ”2 miljoner år sedan – eller 50 000 år sedan”. Meningarna går isär. Men vi vet att det var avgörande att minnas berättelser för att överleva, vi behövde berätta och minnas var farliga djur höll till och var det fanns frön och ätbara plantor. I Jonathan Gottschall’s bok *The Storytelling Animal: How Stories Make Us Human*, kan du läsa många fascinerande exempel på hur berättelser finns i våra drömmar på dagen och natten, hur berättelser tränar oss att bli bättre på sociala koder – och hur berättelser påverkar våra värderingar och vårt agerande (minns Onkel Tomas stuga som inledande gnista till det amerikanska inbördeskriget).





Fem teman för att hitta vinklar

Under inspirationspasset tittade vi också närmre på fem teman som hjälper oss att hitta riktigt intressanta berättelser.

1. Lyft människan (främst elever och tidigare elever).
2. Visa vardagen.
3. Måla framtiden.
4. Lyft fram skolans/utbildningens/föreningens unikit.
5. Lyft experterna, de som behärskar hantverket.

Pyramiden eller valen

För att förstå dramaturgin tog vi hjälp den tyske författaren, publicisten och kulturhistorikern Gustav Freytag, som 1863 skrev boken *Die Technik des Dramas*, ungefär: *Dramaturgens tekniker*. Det är fascinerande att samma modeller, alltså Pyramiden – och Valen – används än idag när vi skapar reklamfilmer, skriver böcker eller manus till tv-serier och filmer.

I korta drag handlar det om att få med:

- Inled med en kraftfull snärt som griper tag – valens stjärnfena.
- Sänk tempot något och tänk ”P, P, P”. Lyft fram: Person och Plats. Vi börjar ana ett Problem.
- I nästa del av dramaturgin möter huvudpersonen motgång och en kamp uppstår: valens rygg.
- När huvudpersonen har kämpat en tid (timmar, dagar, år) får vi med en vändning: valen blåser ut vatten.
- Efter vändningen en uppstår en förändring, huvudpersonen har förändrats. Det är framför allt en inre förändring.
- Runda av berättelsen och glöm inte – du vill få med ett Call to Action – vad ska eleven göra i nästa steg? Eller Call to Cooperation: kan vi samarbeta för att få fler att gilla lakrits?
- Se pdf:en med bilder för att repetera Freytag’s Pyramid och Valen.

Få fler elever att söka

Både tonåringar och deras föräldrar vill se (och läsa om) andra människor som de kan se upp till och inspireras av. Lyft därför fram tonåringar och unga vuxna som öppet och avslappnat berättar om: vad de får kämpa med, hur de förändrats och när de trivs som allra bäst på skolan – eller i det yrke som de landat i.

Där har vi den röda tråden igen:

Människa möter motstånd och förändras – och det är framför allt den inre förändringen som vi är otroligt nyfikna på och fascinerade av.

Lycka till med budskap, vinklar och berättelser som engagerar fler tonåringar och deras föräldrar!

Ulrika Nybäck

Är expert på affärsdrivande kommunikation och Storytelling. De senaste tio åren har hon tränat hundratals människor i konsten att hitta och utforma fängslande berättelser som får oss att känna och agera. Det gör hon genom föreläsningar, utbildningar och rådgivning. Välkommen att höra av dig om du behöver vårt stöd för att nå ut!