

NORDISKA

MÅLTIDSBERÄTTELSE



MATNYTTIGT OM AFFÄRSSTÖDJANDE STORYTELLING

NORDISKA MÅLTIDSBERÄTTELSE, ETT PROJEKT INOM **NY NORDISK MAT**

Nordiska Måltidsberättelser åren 2007-2008 syftade till att skapa medvetenhet om möjligheterna med muntligt berättande. Sjuttio företagare och anställda från tre länder deltog. Förståelsen för hur berättande påverkar upplevelsen av företag, produkter, platser och måltider har ökat, liksom kännedomen om nordisk berättartradition. Metoder utvecklades som kan vara till nytta i fortsatt arbete med att stärka bilden av Norden och dess mat- och måltidsentreprenörer. Projektet formades och genomfördes av Mötesplats Upplevelseindustrin Hällefors och AB Måltidsupplevelser i Grythyttan.



Aldrig skall det vara så många församlade i Valhall att galten Särimners fläsk inte räcker till alla. Den kokas varje dag och dock är den levande och hel varje afton.

Snorres Edda



Projektledaren Tomas Carlsson (i mitten) vid en workshop i Hällefors. Deltagarna provar sina företagsberättelser på varandra och ger respons.

DEN HÄR SKRIFTEN VILL...

inspirera företag inom måltids- och upplevelsesektorn till att använda berättande - storytelling - för att stärka bilden av Norden. Skriften vill också ge läsaren praktisk vägledning i konsten att skapa berättelser och utveckla sitt muntliga berättande.

Två av Nordens professionella muntliga berättare, Heidi Dahlsveen från Norge och Ida Junker från Sverige, har skrivit om berättande, om hur man kan komma igång med eget berättande och utveckla det inom sitt område. Ida ger också en kort beskrivning med exempel på traditionella berättelser i Norden. Richard Tellström har bidragit med en artikel om berättande och måltidens värde. Tomas Carlsson har beskrivit hur en kreativ idéprocess kan kombineras med metoder för muntligt berättande. Han har också samlat några erfarenheter av företagsberättande som kan inspirera andra till fortsatt arbete för att stärka bilden av Norden.

INNEHÅLL:

<i>Kräfter, älgbullar och skrönor</i> , Tomas Carlsson.....	4
<i>Nordiska Måltidsberättelser</i> , Tomas Carlsson.....	5
<i>Att börja berätta sin historia</i> , Ida Junker.....	12
<i>Hvordan praktisere et produkt</i> , Heidi Dahlsveen.....	26
<i>Skaldemjöd och lingonbarn</i> , Ida Junker.....	32
<i>Måltidskultur</i> , Richard Tellström.....	40
<i>Förslag till fortsättning</i> Tomas Carlsson.....	46
Författare.....	47
Deltagare i Nordiska Måltidsberättelser.....	48
Tack.....	50

*Glad vare männskan och godlynt mot gäster,
vaken och klok må hon vara,
minnesgod och målför, om hon mångvis vill kallas,
goda ting må hon ofta förtälja.*

Havamal, Den poetiska Eddan

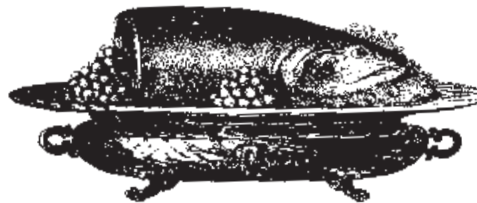
TOMAS CARLSSON: KRÄFTOR, ÄLGBULLAR OCH SKRÖNOR

- ETT FRESTANDE FÖRORD

Jag hade lyckan att växa upp i en miljö som flödade av berättelser och dessutom bjöd på en rik variation av mat. Hos min mormor lagades underbar skandinavisk husmanskost baserad på självhushåll, jakt och fiske. Under vinterhalvåret var älgbullar grunden. Alla råvaror, inklusive efterrätten som serverades varje dag, var utan undantag från trädgården eller skogen. Under sommaren var nyfångad stekt abborre basen, med kokt färskpotatis. Till helgerna bjöds viltstek, hare eller sik. Årstider och traditioner styrde vilka festmåltider som serverades: lekgäddor under våren, löjor fiskade på djupet i augusti...

Min farmor lagade ”fin” borgerlig mat, präglad som hon var av Kronprinsessans Margaretas husmorsskola. Min mor gjorde husmanskost, men också rätter från Norden och Europa med inspiration från bilresor över kontinenten. Mina kamrater flackade nervöst med blicken när jag talade om paella, pizza och gulasch, ibland blev jag retad för att jag luktade vitlök. Detta var på 1960-talet.

I min föreställningsvärld och på familjens resor var den nordiska maten påtaglig. Fisk är ett bra exempel: förutom den svenska lekgäddan, var stenbit och näbbgädda vårprimörer. Stekt strömming och rökt böckling var ljuvlig vardagsmat. I Danmark åt vi rödspätta med remouladsås och i Finland abborrfile. Island betydde islandssill, stor, god och fet, numera utdöd. Norge var ”fisk”, med vilda laxar och torsk som blev lutfisk. Räkor och hummer var inte fisk men



kändes norskt och gott!

Nordiska fiskmåltider är enastående och ett utropstecken på den kulinariska kartan. Dessutom bästa bjudmaten till besökare som inte äter fläsk. På rätt få ställen i världen får man så goda fiskrätter som i Norden. Skaldjur är ofta en ren besvikelse utanför Norden, där salt inte är en självklarhet i räk- eller kräftkok.

I augusti åt vi de underbaraste flodkräftor, som ännu på 1970-talet fanns i mängder runt Grythyttan. De koktes under min mormors noggranna ledning: ”-det ska vara ett par nävar salt!” Det betydde nävar av hennes storlek på händer, utprovat under ett halvsekels kräftkokande. Under kräftfesterna nåddes årets kulmen av berättande och måltid. Min morfar och hans fem syskon var mästare i att berätta. Varje år satt jag på golvet stinn av kräftor och lyssnade förundrat på ett oändligt flöde av berättelser och skrönor.

Just så brukade det vara vid helger och högtidsdagar. Mat, måltid och berättande blandades till en djup helhetsupplevelse som präglade livet. Måltid är, eller borde vara, tid för möte, samtal och glädje över god mat. Goda måltider av prima råvaror och bra berättelser är något vi har i Norden. Vi kan utveckla detta ännu mer. Låt oss erövra och utveckla det nordiska måltidsberättandet!

Grythyttan april 2009

Tomas Carlsson

tidigare vice VD AB Måltidsupplevelser Grythyttan
numera projektledare Riksställningar

TOMAS CARLSSON: NORDISKA MÅLTIDSBERÄTTELSE

Födan är nödvändig för att överleva, lika nödvändigt är det att tala och kommunicera. Ätandet blev till måltider där människor samspråkade, samtalen blev berättelser. Historier och skrönor som formades av måltiden, livet, döden, tiden, platsen, möten med människor och djur.

För att medvetandegöra och stärka sambandet mellan måltid och berättande och för att använda måltidsberättandet som en del i utvecklandet av nordisk måltid formade Upplevelsemötesplats Hällefors projektet Nordiska Måltidsberättelser. En ansökan beviljades inom ramen för Ny Nordisk Mat,¹ som är en satsning av Nordiska Rådet/Nordiska Innovationsfonden. Ny Nordisk Mat har skapats för att utveckla nordiskt kök och stärka dess plats i världen genom att tydliggöra det som gör den unik. Det är sådant som renhet, årets växlingar, speciella konserveringsmetoder och speciella råvaror som exempelvis mejeriprodukter, bär, vilt och fisk.

Berättelser är viktiga för utvecklingen av regioner, företag och produkter. Berättelsen skapar bilder hos lyssnaren, som gör sin tolkning av historierna. Alla människor lyssnar till och talar om olika saker i sin omvärld. Efter en resa eller en måltid berättar man gärna hur fantastiskt det var eller hur uselt man blev behandlad. Berättelser sprider sig snabbt, särskilt om det handlar om produkter eller platser. Ryktet eller "word-of-mouth" kan vara förödande - eller skapa framgång.

¹Läs mer om satsningen, dess manifest och projekt på <http://www.nynordiskmat.org/>



MUNTligt BERÄTTANDE

Berättelser finns överallt, i oss och omkring oss, vi berättar och lyssnar utan att tänka på det. Medierna är fulla av berättelser, bra som dåliga. Alla berättar ständigt historier. Somliga berättelser griper ordentligt tag i oss. Ofta beror det på strukturen; det finns berättarknep som aktiverar hjärnans förmåga att skapa bilder och sammanhang.

I projektet valde vi att fokusera på muntligt berättande. Det är ett direkt medium som inte kräver några tekniska hjälpmedel. Alla människor kan berätta och alla människor berättar, därför är det lätt att arbeta med. Det är också det mest ursprungliga sättet att kommunicera. För många tusen år sedan, långt före skriven text, satt människor tillsammans vid lägerelden och berättade. Kanske på samma sätt som vi gör än idag vid våra sommargrillar!

Muntligt berättande pågår hela tiden och har alltid pågått. Under de senaste årtiondena har det uppstått en stark rörelse för ett mer organiserat och medvetet berättande. I hela Norden finns aktiva berättarnätverk och duktiga storytellers. Festivaler och kurser ordnas. Gamla sagor, sägner och myter får ny kraft, nya berättelser skapas.

Projektets syfte var att med hjälp av professionella berättare och tillsammans med företagare utveckla berättarmetoder och skapa medvetenhet om berättelsens möjligheter. Vi menar att just det muntliga berättandet är en viktig källa för att stärka bilden av det nordiska,

inte minst av den nordiska maten. Vår erfarenhet är att detta görs bäst genom att deltagaren själv berättar och får hjälp med att utveckla sitt berättandet. Då kan de göra bra historier om sina produkter, platser och företag och deras lönsamhet kan stärkas. Vi ville öka kunskapen om den nordiska berättartraditionen och stödja deltagarna i arbetet med att hitta passande berättelser i den egna regionen. Vi ville också att företagen skulle utveckla kontakterna sinsemellan och utöka sina nätverk. Tillsammans kan detta bidra till att stärka bilden av Norden och nordisk matkultur i världen.

HACKKORV ÄR MER ÄN MAT!

skrev Bo Göran Sjögren i sin bok *Om hackkorv*. Han har förstått att mat och måltid är upplevelsen av måltidens innehåll, tillagning och form lika mycket som minnet av tidigare upplevelser och berättelser. Hackkorven betraktas ofta som en värmländsk specialitet men varianter finns spridda i nordisk kultur ända bort till Skottland, där nationalrätten haggis kan ses som en genom

århundraden förädlad och utvecklad hackkorv. Liksom Sjögren är skottarna bra på att sprida sina berättelser i världen och på så sätt skapa uppmärksamhet för sin kultur och för sin mat.

Med berättelser är det som med mat. I grund och botten måste vi ha dem, oavsett i vilken form de serveras. Berättandet påverkar verkligheten och bestämmer hur vi ser på saker. Detta gör att muntligt överförda historier, ”mun till mun” är något företag i vår tid fruktar och därför försöker bemästra. Storytelling, konsten att forma och hantera den muntligt överförda berättelsen, har därför blivit ett begrepp inom modern management. I projektet använde vi olika exempel på hur berättelser bidrar till att skapa uppmärksamhet och känsla för platser och regioner.

WHISKY

I Skottland har man satsat stora resurser på att utveckla besöksnäringen. Man bygger mycket på de traditionella bilderna av landskapet, havet, historien och berättelserna.



Ida Junker föreläser vid en av projektets workshops i samband med Måltidsgalan i Grythyttan 2007.

Självklart är whiskyn en viktig del, whisky som påverkas av landskapets ”smaker”, röken från torv, salt och tång. Flera ”whisky trails” har skapats där ett stort antal brännerier kan besökas, alla med sin egen historia. Tänkvärt är också de små berättelser som medföljer en del single malt-flaskor. Ett exempel är Talisker Whisky. En gammal öbo får uttala sig om platsen, Isle of Skye. Varken han själv, hans far eller farfar har någonsin lämnat ön. Om de gjort det skulle de, som han säger, missa något:

–“What’s the point? Every peak here has a dozen sagas to tell, every cove a mythology all its own. If I left, I’d probably miss something”

På många håll skulle ett så stubbigt beteende betraktas som konstigt men i det sagomättade skotska landskapet fungerar det utmärkt. I Edinburgh finns för övrigt ett av få ”berättandets hus” i Europa, Scottish Storytelling Centre.

FRÅN STÅLTID TILL MÅLTID

I Grythyttans och Hällefors utveckling ”från ståltid till måltid” har berättandet varit viktigt. Orten och dess invånare har gjort en resa från ett traditionellt brukssamhälle med råvaruproduktion av stål och trävaror till ett centrum för mat och måltid. Under 1990-talet rasade den gamla industristrukturen samman med nedläggningar och arbetslöshet som följd. Nya visioner såg dagens ljus och med stort mod och envishet genomfördes de.

Samtidigt som nya uppseendeväckande projekt såsom Måltidens Hus, Formens Hus och Skulpturparkerna vuxit fram, har ett antal personer ihärdigt berättat om bakgrunden, om förändringar och visioner. Ett omfattande muntligt berättande har varit viktigt för att skapa bilden av det nya ”Måltidsriket”. En av dem som ofta berättat är Carl Jan Granqvist. De som hört hans

berättelser om sina visioner, berättelser fyllda av historier och skrönor glömmer inte platsen Grythyttan och dess starka koppling till måltid.

Berättandet har bidragit till att visionerna har kunnat genomföras. Carl Jan, andra lokala opinionsbildare, politiker och företagare har alla använt muntligt berättande för att påverka beslut och skapa en gynnsam bild av regionen. Det har betytt mycket att de fysiska platser som efter hand vuxit fram har bekräftat berättelserna. Framgången kommer ur ett växelspel mellan byggande och berättande.

VATTEN

Djupt i Bergslagens barrskogar, i Grythyttans socken ligger Loka brunn. Loka är ett varumärke för bordsvatten som på ett tiotal år blivit marknadsledande i Sverige. Marknadsföringen på hemsidan spelar på Bergslagens sägner och tradition: ”- Redan för tusen år sedan kom folk till hälsokällan djupt inne i Bergslagskogen. Det friska och rena vattnet från Loka Brunn hade enligt sägnen en speciell kraft som gav hälsa och styrka åt den som drack det”.²

Där finns också en film som hämtar stoff från en magisk sagotradition.³ Blandningen av ren och ursprunglig natur, kungliga rötter och gamla folkliga sägner ger en positiv känsla. Loka bidrar till att föra fram ”nordisk känsla” i världen. Det är ett exempel på hur man kan börja närma sig den muntliga traditionen och berättelserna. Mjolkfrämjandet är ett ännu tydligare exempel, som för sin hemsida tagit fram berättelser, sägner och myter om mjölk. Ytterligare exempel är ICA, Polkagrishuset och Felix.

En genomgång av många företags webbsidor visar att ett konsekvent och medvetet användande av berättelser inte är så vanligt. De flesta sidor är mer av en föreläsning

²http://www.lokabrunn.se/Vatten__1053.html

³I april 2009, http://www.loka.nu/loka_pa_tv.asp

om berättelsen istället för en rik och flödande historia. Man använder inte det rika stoff som antyds i den omfattning som vore möjligt. Man kan fråga sig varför?

BERÄTTANDE I FÖRETAG

I företagen finns en gryende förståelse för att berättelser är viktiga, både externt och internt. Det har uppstått en marknad för storytellingkonsulter, som föreläser och skriver böcker om corporate storytelling. Detta har ökat medvetenheten.

Vi har sett att det är ett ganska stort steg mellan att höra om storytelling och att själv bygga en strategi i sin verksamhet. Många böcker exemplifierar med stora internationella företag. Det kan upplevas fjärran från den verklighet man har som småföretagare. ”Det är nog bra, men vi har inte tid eller råd” kan vara en kommentar. Ett annat problem är att man ofta behandlar ämnet abstrakt. Man föreläser om berättande, vilket inte ger en upplevelse av vad berättande är. Hos företagare kan det bli till en ofullbordad förståelse för hur man ska handskas med berättelser.

I projektet Nordiska Måltidsberättelser har vi kombinerat förståelsen för storytelling med att praktisera muntligt berättande. Detta har skapat en aha-upplevelse om vad berättandets kärna är: förmågan att skapa bilder hos lyssnaren. De praktiska momenten, där människor får öva sig i eget muntligt berättande, anser vi vara en av nycklarna för utvecklandet av storytelling bland nordens mat- och måltidsföretagare. Detta är en plattform att bygga vidare på: att utforska företagets egna historier, vare sig de kopplas till den nordiska berättartraditionen och nordiska landskap eller skapas för nya produkter. En svaghet vi erfor i projektet var att tiden inte räckte till för deltagarna att systematiskt arbeta

med research inom företagen. Riklig tid avsatt för detta är något vi rekommenderar inför framtiden.

FAKTA FÖR BERÄTTELSE

Ur en bok vi gärna rekommenderar, ”*Storytelling Marknadsföring i upplevelseindustrin*” av Lena Mossberg och Erik Nissen Johansen, hämtar vi den arbetsgång som företaget Stylt Trampoli AB använder när de utvecklar historiekoncept för företag.⁴

1. *Få en grundlig genomgång av uppdragsgivaren. Muntlig såväl som skriftlig.*
2. *Diskutera internt uppdragsgivarens problem/möjligheter.*
3. *Avgränsa ett, eller max ett par, huvudproblem.*
4. *Samla en tvärvetenskaplig arbetsgrupp som brainstormar kring ämnet.*
5. *Bestäm vilka kärnämnen som ska förmedlas av idén.*
6. *Utse en huvudansvarig för historieskrivandet.*
7. *Huvudansvarig skribent ansvarar för och delegerar researcharbetet.*
8. *Skriv synopsis. Sammanfatta idén i en ”five-word-pitch”.*
9. *Brodera ut historien till en fullskalig berättelse och prova på hela arbetsgruppen.*
10. *Åtgärda eventuella brister, förtydliga och korta ner – Kill your Darlings!*
11. *Implementera historien i inredning, annonser, menyer osv.*

Under punkt nio kan ett ordentligt arbete genomföras med stöd av arbetsgruppen för muntligt berättande (se avsnitt om konsten att berätta).

PÅHITT ELLER...?

Stytl Trampoli AB⁵ lägger ner ett omfattande arbete på research innan de skapar uppdragsgivarens berättelse. Man lägger också stor vikt vid detaljer på alla nivåer. Stylt har framgångsrikt arbetat med sanna berättelser

⁴Sid 69 Mossberg, Johansen, 2007

⁵<http://www.stytl.se/>



Seminarieriet på Måltidsgalan övergick i workshop, där deltagarna berättade för varandra två och två. Sedan vände de sig åt andra hållet för att utveckla berättelsen med hjälp av en ny lyssnare.

ur företagets historia och också med sådana som är fiktion, påhitt. Ett exempel på det senare är restaurangen Joe Farellis i Göteborg.⁶

Joe Farellis har ett italiensk-amerikanskt tema grundat på historien om Joe, en av tre italienska bröder som växer upp i "Little Italy" i New York. En bröder blir präst, en blir maffiaboss och Joe bygger ett pizzaimperium. Runt detta tema skapas sedan berättelsen, restaurangens inredning, menyer osv. Konceptet syns i varje detalj och är mycket noggrant utformat. På webbsidan beskriver Joe Farelli i jagform sin bakgrund och historia. Där finns också nyhetsklipp om Farellis från gamla tider. Att på detta genomtänkta sätt använda berättarkomponenter med subjekt, plats, konflikt, början och slut är ovanligt i företagskoncept. Stylt och uppdragsgivaren har i detta fall diktat hela historien, men med en trovärdighet som gör att de flesta både uppskattar och njuter av storyn. Något som också märks i företagets lönsamhet och antalet besökare på restaurangen. På

⁶Sid 86 – 96 Mossberg, Johansen, 2007

hemsidan www.joefarelli.com kan man läsa mer.

I utvecklingen av Säfsens turistanläggning i södra Dalarna använde sig Stylt av en gammal sägen om "Rik-Matts skatt" som plattform för idéutvecklingen. Den var sann såtillvida att den fanns som en gammal sägen i trakten.

I ett liknande arbete med att utveckla skidanläggningen Ramundberget i Härjedalen blev en alldeles sann berättelse från 1930-talet utgångspunkten. Den handlar om hur det gick till när "Akademiska Fjällklubben" besökte platsen och betalade dubbelt för sin vistelse mot vad de kommit överens om, 5 kr per person istället för 2 kr och 50 öre. Detta inledde turismen på platsen. Historien endast antyds på webbsidan, men berättas ibland muntligt för besökarna på plats.

Att hitta "sanna" företagshistorier och använda dem på ett lika genomarbetat sätt som i fallet Joe Farellis är självklart mycket effektivt och kraftfullt. I många fall kan det emellertid vara direkt förödande att hitta på en falsk story om sitt företag eller sin produkt. Vad som

är sant eller falskt i berättelser är inte enkelt. Inte ens dokumentära skildringar är sanna i en strikt vetenskaplig mening. Olika val av vad som ska skildras påverkar gestaltningen. Berättelser måste tolkas och utformas på sådant sätt att de blir ”hörbara” och skapar bilder i lyssnarens huvud.

I den muntliga berättarvärlden med sagor, myter och legender har berättarna påverkat och förändrat historierna. Så har det pågått under årtusenden. När man startar ett berättarprojekt för att man vill utveckla företaget bör man ställa sig frågan: Vad är syftet med just denna berättelse och detta berättande?

LANDSKAP, NÄRPRODUCERAT OCH BERÄTTANDE

Många berättelser kan användas för att stärka bilden av den nordiska maten. Det tycks vara så att ren och storlagen natur med goda råvaror av hög kvalitet är förknippat med bilden av Norden. Närproducerad mat har en ökande tillväxt och är en trend inte bara i Norden.



Måltidsrika flottfärder fyllda med berättelser arrangeras av Hällefors Herrgård på Svartälven.

⁷Thorhalsdottir, 2008

Det är utgångspunkten för ett annat exempel.

I ett antal projekt inom Ny Nordisk Mat finns embryon som kan användas till kraftfulla historier. Ett exempel är nätverksprojektet ”Kött, mjölk och ost från gamla husdjursraser”. En av tankarna är att gamla husdjursraser är bättre anpassade till ett äldre kulturlandskap där betet har en rik biologisk mångfald. Detta skulle kunna ge bättre kvalitet vad gäller både kött och mejeriprodukter. Undersökningar har visat att exempelvis norsk surgrädda, römme, har ett högre innehåll av nyttiga fettsyror och annat som anses hälsosamt för människan.⁷ En annan tes är att lokala husdjursraser och speciella betesförhållanden skulle göra vissa typer av produkter mer smakrika. Ett exempel på detta är det norska ”vildsauafåret” som finns på västlandets ljunghedar. I broschyren *”Gammel næring i ny design”* presenteras *”Vildsau lam krydret med einebær eller med kvann vil ge deg en helt ny opplevelse”*.

Med ursprungliga husdjur och lokala produkter har vi en plattform för berättelser. Miljön och biologisk mångfald med unika djur och växter, historiska sammanhang med rötter i vikingatid, lokala hjältar som kämpat för att bevara en nästan utdöd lantras är användbara teman. Vi kan använda poetiska och konstnärliga tolkningar av landskap tillsammans med kunskapen om hälsosammare livsmedel och godare måltider. Sägner och myter kan vävas in i beskrivningen av nya produkter.

SÅ HÄR KAN MAN GÖRA

Här är ett förslag för systematiskt arbete med berättelser:

STEG 1: Bestäm att ni medvetet ska använda berättelser och berättande för att stärka företaget eller uppmärksamma platsen.

STEG 2: Vi förordar att historien utvecklas som en munt-

lig berättelse, det ger energi och kreativ kraft i det fortsatta arbetet. Det finns flera fördelar med detta, bland annat kan berättelsen utvecklas och användas av alla som deltar i projektet, det skapar glädje och samhörighet. Dessutom kommer alla medarbetare att kunna berätta historien, något som är viktigt för framgång. Senare kan berättelsen eller delar av den skrivas som text, utformas till bilder, ta form i arkitektur eller vad man finner bäst för projektet.

STEG 3: Starta en kreativ process. Samla hela gruppen i en stimulerande miljö där ni har tid och plats att förutsättningslöst berätta skrönor och händelser som berör historien. Se till att någon noterar de olika förslagen (obs! behöver ej skrivas ner i detalj). Gå vidare med brainstorming om hur materialet skulle kunna utvecklas. Börja inte med analys eller värderande utan lita på berättelsen och berättandet!

STEG 4: Dags för research; arbeta med utveckling av berättelsens innehåll. Samla material från arkiv, foton, intervjuer med äldre medarbetare och annat som kan tillföra detaljer.

STEG 5: Ännu en kreativ stund, där materialet undersöks. Var och hur kan det användas? Utveckla historien, ta hjälp av professionella berättare. Skapa berättelsens skelett och forma den med hjälp av metoderna i kapitlet "Att börja berätta sin historia" och "Hvordan praktisere et produkt".

STEG 6: Berätta historien flera gånger och finslipa den.

STEG 7: Använd berättelsen i det strategiska arbetet. Berätta på konferenser, vid måltider, för kunder, för andra projekt, inom det egna projektet eller företaget. Berättelsen kommer att fortplanta sig i tidningsartiklar, radio, tv och andra medier.

LITTERATUR OCH LÄSTIPS

- Carlsson, T, Göran Rodell, A (2007), Kokbok för tillväxt. Lindesberg: KK-stiftelsen.
- Claesson, C. (2005), Berättarens handbok. Lettland: Alfabet.
- Dahlsveen, H. (2008), Innföringsbok i muntlig fortellerkunst. Oslo: Univeristetsforlaget.
- Denning, S. (2001), The Springboard How storytelling Ignites Action in Knowledge-Era Organisations. USA: Butterworth Heinemann.
- Engh. S-E, (2006), Fortæl en historie - Bliv hørt, bliv forstået, skab vekselvirkning DK
- Kapferer J-N. (1988), Rykten Världens äldsta nyhetsmedium. Stockholm: Norstedts.
- Mossberg, L. (2003), Att skapa upplevelser. Från OK till WOW, Lund: Studentlitteratur.
- Mossberg, L, Johansen, E, (2007) Storytelling. Marknadsföring i upplevelseindustrin. Studentlitteratur.
- Möller, M. (2009), Historier på arbejde. RetorikMagasinet nr 71 årg. 19. DK
- Pellowski. A. (1990), The world of storytelling. New York
- Red. Arntzen, R. m.fl. (2002), Plutsig blev et en fortelling. Östfold
- Red. Söderlind, G. (1996), Muntligt berättande i Norden. Smedjebacken: Carlssons Bokförlag
- Rehman, M. (2005), Sheherazades arv Om muntligt berättande. Danmark: Fabel förlag.
- Rehman, M., Hostetter, J. (2002), Berättelsens Röst. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Simmons, A (2001), Övertyga övertala påverka. Berättelsen som pedagogiskt verktyg. Stockholm: Svenska förlaget.
- Thorhalsdottir, A. G. (2008), Kan beiting i seterlandskapet ivareta plantemangfoldet og samtidig gi spesielle kvaliteter hos rømme? Forskningsnytt om Öklogiskt landbruk i Norden nr 3:2008 SLU
- Årnström, U. (2008), Nya Berättarboken. Lund: BTJ Förlag.

IDA JUNKER:

ATT BÖRJA BERÄTTA SIN HISTORIA

METODBSKRIVNING MED EXEMPEL FRÅN PROJEKTET NORDISKA MÅLTIDSBERÄTTELSE

HAHA - ÄR DET "STORYTELLING" DET HETER!

Hösten 2007 introducerade vi projektet Nordiska Måltidsberättelser i Grythyttans kyrka i samband med Måltidsgalan. Vi berättade historier - förstås. Efter oss steg Carl Jan Granqvist fram för att hålla ett anförande. Han började tala, men tystnade sedan efter några ord och sa, lite roat, lite konfunderat: "Storytelling! Hahaha! Det man sysslat med alltid, nu har det ett namn också... Storytelling!"

Det kan förvisso vara lite förvånande att något så vanligt och alldagligt som muntligt berättande, storytelling, är ett begrepp, ett kunskapsfält och att man kan syssla professionellt med det. Samtidigt berättar mängder av människor historier i sin verksamhet utan att kalla det något särskilt.

Storytelling är inget nytt. Folk har berättat historier i tusentals år. Kanske är det ett av de allra vanligaste mänskliga sätten att kommunicera. Ja, kanske är det ett av mänsklighetens urspråk, en källäder till flera andra kommunikations- och konstformer. Även i västvärlden lever det muntliga berättandet trots de teknikens landvinningar som tycks ha tagit över vår tids berättelser.

Tre professionella berättare har varit engagerade som pedagoger i projektet Nordiska Måltidsberättelser: Neppe Pettersson, Finland, Heidi Dahlsveen, Norge och undertecknad, Ida Junker, Sverige. Vi är alla tre sedan många år djupt engagerade i den nordiska berättarrörelsen. Här redogör jag för den metod jag själv använde med berättargrupperna i Fiskars och Grythyttan. Framställningen bygger på min praktik som berättare

och berättarpedagog och riktar sig till nybörjare.

Det är en stor uppoffring för småföretagare att avsätta tid för att gå kurs i berättande. För att stärka dem i starten av kursen sa jag: det viktigaste ni får med er härifrån är nog att ni kommer att tänka "det där med storytelling det var väl inte så märkvärdigt. Det kan ju jag också!" Jag tror också att ni kommer att se nytta av att behärska ert företags berättelser.

I arbetssättet är gruppen och dess interaktion själva grunden. Individens resurser och erfarenheter som möter andras i ett kreativt och prestigelöst arbetsklimat är det viktigaste redskapet. Diskussioner och övningar varvas med kortare teoripass som åter förankras i praktiskt arbete. Rummet är i sig en signal: vi sitter i ring utan åtskiljande bord eller tekniska hjälpmedel. Allas röster är lika värdefulla, alla bidrar till arbetsprocessen.

BERÄTTARKURSENS INNEHÅLL

Vi träffades i fyra halvdagar, vid två tillfällen. Det här är vad den första träffen innehöll:

- Vad är storytelling och vad kan det ge mig och min verksamhet? Uppleva och förstå. Analys av den speciella typen av lyssnande berättarspråket ger.
- Skapa ett kreativt klimat, stärka gruppkänslan, lägga grunden till framtida nätverkande inom regionen.
- Pröva berättande genom att träna in och berätta en befintlig, traditionell historia för publik.
- Att kommunicera med berättande, vad är en berättelse, minnesteknik, frimodigt framträdande.
- Genomgång med exempel av vad muntligt berättande kan ge inom marknadskommunikation.
- Undersöka vilka berättelser som finns eller skulle kunna finnas i den

egna verksamheten samt börja söka stoff till egna företagsberättelser.

- Uppgift till andra kurstillfället: testa berättandet som kommunikation genom att berätta er (traditionella) historia tre gånger för olika lyssnare. Ta med embryon, tänkbart stoff, till tre berättelser med anknytning till er verksamhet.

Vid den andra träffen var vi igång ordentligt. Kursen innehöll då:

- Skapa en egen företagsberättelse och planera dess användning.
- Research, redigering, repetition och framförande steg för steg.
- Genomgång av berättarens verktyg.
- Diskussion om och fördjupning i möjligheterna till användning av storytelling i den egna verksamheten och i ett vidare nordiskt perspektiv.

En arbetsdag såg ut så här: startrunda. Uppvärmning. Lyssnande: inledningsberättelse. Språk- och berättarövningar. Pöcessande av en berättelse i par (eller större grupp) med olika övningar (eller: research, redigering, storyboard). Framförande för en grupp lyssnare, eventuellt hela gruppen. Respons. Diskussion. Sluttrunda. Lyssnande: slutberättelse. Dessutom innehöll alla de goda och lokalt präglade gemensamma måltiderna många underbara skrönor!

Grundformen i berättarövningarna är att berätta för varandra två och två och hela tiden byta så man får en ny lyssnare som inte hört historien. Lyssnaren ger styrning eller respons av olika slag som får berättaren att utveckla historien. De många upprepningarna gör att historien lättare fastnar i berättarens minne. Lyssnaren kan med olika övningar träna berättaren i att utvidga miljön i berättelsen, lägga till fler sinnesintryck såsom lukt eller ljud, att använda gestik, mimik eller replik, förändra sin attityd, utveckla röst, volym eller ton, skapa kontraster. Möjligheterna är många och endast kursomfånget sätter gränsen.

Många av övningarna går ut på att vidga berättelsen, få oss att se dess möjligheter. Den växer sig allt större. Men i skapande är minimalism en dygd, så när historien är färdig vinner den garanterat på att kortas. En övning är då att berätta den på halva tiden, sedan på en fjärdedel av tiden.

ATT LYSSNA TILL BERÄTTELSE

För att börja använda muntligt berättande behöver man förstå det berättande språkets väsen. Att lyssna är en nödvändig början. Visst har vi hört folk dra en historia eller någon föreläsare väva in berättelser i sin framställning. Kanske har vi också tidiga minnen av en förälder eller lärare som kunde berätta historier.

Men de flesta människor har inte betraktat dessa upplevelser medvetet och har heller inte reflekterat över skillnader i de typer av muntliga framställningar de hör. Än mindre funderat på att berättande skapar resultat och att det går att använda och påverka. Därför började vi projektet med att berätta mycket för deltagarna. Sägner och historier, myter och fabler ur nordisk tradition, alla med anknytning till mat och måltid.

Vad händer när människor lyssnar till en berättelse? Vill vi förstå nyttan med att använda berättande för att nå ut med ett budskap är detta en kärnfråga. Vi ser på lyssnarna. Det vi först iakttar är en ovanlig stillhet. Lyssnaren sitter ”som trollbunden”. Berättaren behöver inte alls vara professionell eller särskilt skicklig, auditoriet är ändå mer eller mindre andlöst stilla.

Den lyssnare som upplever detta för första gången är många gånger förbluffad. Vi hör ofta folk utbrista: ”Vilken upplevelse! Vilket verktyg! Varför används inte detta mer?” Än starkare kan det vara att berätta för en större grupp för första gången och uppleva att män-

niskor lyssnar, verkligen lyssnar. Man har inte varit med om att människor följt ens minsta tankegång och hängit vid ens läppar på detta vis.

Verkan av det muntliga berättandet är likadan oavsett vilken typ av berättelser det handlar om eller vilket syftet med berättandet är - en gammal fabel eller en modern företagshistoria, ett skvaller om grannen eller en väl berättad vits. Verkan är också densamma oavsett vilka lyssnarna är eller hur erfaren berättaren är. Ålder, yrke, erfarenhet – samma lyssnande. Från femåringar till högstadieungdomar, från företagare till präster - en muntligt framförd berättelse tar allas uppmärksamhet. Hur kan det komma sig?

DE TVÅ SPRÅKEN

För att förstå berättandet kan vi förenkla och säga att det finns två slags språk. Det ena språket är abstrakt, logiskt, objektivt och allmänt. Vi kan kalla det informationsspråket. Det vädjar till tänkandet, det förklarar, analyserar, värderar, kommenterar, förmedlar idéer och

begrepp. Lyssnaren får inga bilder eller andra sinnesförmimmelser när hon lyssnar – i den meningen är det abstrakt. Titta på lyssnaren! Hon lyssnar koncentrerat några minuter, sedan skruvar hon på sig, antecknar, tittar i sin väska...

Informationsspråket har blivit ett allt vanligare språk i muntlig kommunikation. Merparten av de muntliga framträdanden av olika slag vi lyssnar till hålls på detta språk, i skolan och hela arbetslivet igenom. Ju seriösare sammanhang desto mer av det abstrakta och formella informationsspråket - trots att det är minst upplevelserikt och minst minnesrikt. Det går ofta in genom ena örat och ut genom det andra.

Det andra språket är ett bildspråk, sinnenas språk: synens, smakernas, dofternas. Vi kan kalla det berättarspråket. Det är konkret, subjektivt, detaljerat, specifikt. Det talar till förnimmandet, känslorna, våra mänskliga erfarenheter. Se på lyssnaren! Hon sitter som ett tänt ljus!

Detta språk används mest på fikarasterna, vid middagagen, på skolgårdarna, i omklädningsrummen. Det



När min farfar skaffade traktor skrottade folk i bygden... En av deltagarna på workshopen i Fiskars undersöker upp- och nedgångarna i sin berättelse med en kurva, utifrån sitt bildmanus. Och berättar sin historia för oss andra...

lever i små fickor i vår moderna tillvaro, mellan jobbet, tv-tittandet och surfandet. Nyckeln till att använda muntligt berättande är att inse skillnaden mellan de två språken. Den som kan växla fritt mellan dem blir en mästare i att vinna sina lyssnare, få dem att minnas det som sagts och påverka dem.

VAD HÄNDER MED LYSSNAREN?

Den som lyssnar på en berättelse ser ut att vara passiv men är i själva verket mycket aktiv. Den bildskapande förmågan hos höger hjärnhalva går på högvarv. Vi människor har oändliga möjligheter att måla upp världar inombords med hjälp av fantasin. Vi gör det när vi läser skönlitteratur eller lyssnar på radio. Vi gör det när vi dagdrömmer, föreställer oss hur något ska bli och i högsta grad när vi drömmer om natten. Vi gör det när vi lyssnar till berättelser. Det är just denna biologiska egenhet hos hjärnan som gör storytelling så effektivt.

Muntligt berättande är inte gestaltande. Teater och film är gestaltande konstarter; stora resurser läggs på att få oss att tro på det vi ser. Inte för intet kallas berättande i Afrika för ”fattigmans-bio”. Berättaren endast antyder gestaltning med röst, replik, gester. I övrigt förmedlas historien med ord, konkretiseringar och väl valda detaljer. Själva gestaltningen sker inne i lyssnarens huvud.

ALLA KAN REDAN BERÄTTA

Att lära människor att berätta är att ta fram det de redan kan. De flesta berättar dagligen. Vi kommer till jobbet och säger ”I går när jag...” och efter semestern säger vi ”Vet ni vad vi har gjort!” Berättande utlöser berättande.

Jag satt vid morgonfiket med en helt ny grupp när min mobil klingade till. Sms från min son: ”Jag är i Rom och har inga pengar”. Jag skrattade till och läste det högt. Det utlöst en ström av historier. Någon hade som ung fastnat i Lima, nå-

gons barn hade en gång hoppat av ett tåg av misstag, en annan hade en kusin som...

Det här sättet att kommunicera är så vanligt att vi sällan tänker på det. Det uppstår när man väntar in historierna och svarar på en historia med en annan. Det skapar ofta en känsla av varm gemenskap. Men det bryts direkt när man börjar analysera upplevelserna, det vill säga byter språk.

Den som uppmärksammas på de enkla berättarkonsten kan också själv fånga lyssnarna. Redan efter kort träning brukar lärlingen lyckligt konstatera att hon möts av en uppmärksamhet utöver det vanliga.

SKA FÖRETAGARE VERKLIGEN ”BERÄTTA SAGOR”?

Varför arbetade vi med traditionella historier? Därför att målet för projektet var att deltagarna skulle komma igång med att använda muntliga berättelser i sin verksamhet. De ska alltså själva behärska *konsten att berätta*. Det är en helt annan konst att själv *skapa en berättelse*.

Att försöka lära ut dessa två konster *samtidigt* är inget bra pedagogiskt grepp. Därför tog vi en sak i taget och började med historier som redan finns. Att lyckas med det första steget ger kunskap och lust att ta itu med nästa. Dessutom kan traditionella berättelser vara högst användbara i rätt sammanhang.

VAD ÄR EN BERÄTTELSE?

För att förstå och använda berättarspråket, för att kunna skapa berättelser behöver vi veta vad en berättelse är byggd av. Uttrycket ”att berätta” är så allmängiltigt att det används synonymt med att ”tala” eller ”saga”. Vi kan mena redogöra för, utveckla, förklara, kommentera, göra en genomgång. Inget av detta innebär att berätta, men kan innehålla mindre partier av berättande.

Så vad skiljer då egentligen en berättelse från annat tal?

Om man frågar människor vad en berättelse är får man ofta svaret: början, händelser, slut. Det är förstås riktigt; en berättelse är en räckta händelser med en tydlig kronologi.

I regel är det klokt att ha en rak och enkel tidsföljd i den muntliga berättelsen, eftersom lyssnaren inte kan "bläddra tillbaka" och berättaren är beroende av lyssnarens aktiva medverkan. Allt som stör lyssnarens inre bildskapande är till hinder för berättelsen, allt som stöder bildskapandet är till gagn. Att bli bra på att berätta handlar om att identifiera dessa hinder.

Vi gör en liten utvikning om våra fem sinnen. Att höra, lukta, smaka, känna och se är de verktyg vi har för att uppleva verkligheten. De är vår port till världen. I grunden handlar berättande om att väcka minnen av sinneserfarenheter till liv hos lyssnaren. Berättelsen skapar minnen och minnena innehåller sinnesretningar. Kungen bland sinnena är synen. Våra drömmar består i första hand av bilder, i andra hand av intryck från de andra sinnena. Det är därför vi säger att muntligt berättande i första hand är ett bildspråk.

FYRA HÖRNSTENAR

Berättelsen vilar på fyra hörnstenar, alla viktiga, ingen kan undvaras. *Den första* är en person, en huvudfigur, ett subjekt. En berättelse måste handla om *någon*. Både lyssnaren och berättaren måste kunna sniffa med *någons* nos, gå i *någons* skor eller känna regnet i *någons* ansikte. Annars kan vi inte använda våra sinnen.

Den andra är en plats. En miljö där det lyser, luktar, låter eller blåser kallt.

En av våra deltagare i projektet bestämde sig för att han inte ville ha någon vanlig huvudperson i sin berättelse. Han ville att den skulle handla om det gamla hammagasin där han bedrev sin verksamhet. Han skapade en underbar historia där

själva huset upplevde förändringar genom århundradena, med perioder som smugglarnäste, ödebus osv. Men det krävde stor möda av honom, eftersom han tvingades att i viss mån ge huset mänskliga egenskaper.

Den tredje hörnstenen är ett dilemma, ett problem. Dilemmat är en radikal förändring av ursprungsläget. Det är berättelsens själva motor, det som driver den. Dilemmat speglar också ett av de ursprungliga skälen till att vi alls berättar historier: vi vill förstå vad det är att vara människa. Berättelsens dilemma kan vara ytterst anspråkslöst - eller enormt. Skosnören som går av är dilemman, liksom vulkanutbrott, börskrascher eller en brud som säger nej framme vid altaret.

Den fjärde hörnstenen är slutet. Det som antyddes i början av historien får nu sin fullbordan vare sig dilemmat löses eller inte. Slutet speglar den idé berättaren har med att berätta just detta. Alla slut är inte lyckliga! Det viktiga är att berättaren vet var historien ska landa. Det skapar trygghet för berättaren på färden genom berättelsen. Ett klassiskt sätt att få fram en landningspunkt är att fundera på hur gestalterna utvecklats. "Efter den dagen var det aldrig mer någon som..."

RÅD TILL BERÄTTAREN

Vi arbetade med varsin traditionell berättelse med anknytning till mat och måltid i Norden. Den första kursomgången avslutades med en liten minifestival där alla lyssnade och diskuterade varandras berättelser.

Här följer en kortfattad lista på råd till berättaren som vi diskuterade under detta moment. Diskussionerna återupptogs i den andra omgången då alla skapade, bearbetade och berättade en historia med anknytning till sin verksamhet, sitt företag eller sin plats.

”1% INSPIRATION, 99% TRANSPARATION”

Av någon anledning älskar vi att tänka oss att det finns talanger och att det är därför vissa är så framgångsrika inom sin konst, antingen det är fotboll eller pianospel. Vi beundrar pianovirtuosen och utropar: om jag ändå kunde spela som hon! Fast vi borde förstås säga: om jag ändå övat skalor dagligen i tjugo år...

Innerst inne vet vi att det som krävs är ett beslut: jag vill bli bra på detta! – och därefter enträget upprepande. Därför är repetition ett av de viktigaste råden: berätta samma historia om och om igen, hela tiden för nya lyssnare. Berättelsen kommer att förändras, berättaren kommer att förändras, historien blir mer och mer hennes egen. Hon kan röra sig i den med säkerhet, brodera ut, lägga till och dra ifrån och använda den till vad hon önskar.

DET HÄR ÄR MIN BERÄTTELSE!

Berättaren bör välja att berätta det hon tycker om. Den rätta berättelsen får det att börja svänga inombords. Det kan också vara den man förundras över eller retar sig på utan att veta varför. Var lyhörd för berättelsens egen logik och det du intuitivt anar att du vill säga med den. Förändra den så den passar dig utan att förändra dess skelett. Gör historien till din!

SKELETTET

Urskilj berättelsens ”ben”. Den har ett skelett, en grundstruktur, som är oberoende av hur den såg ut när du fann den. Du blottlägger benen och fyller sedan ut skelettet med nytt kött: din egen iscensättning, dina detaljer, din tolkning av dess idé.

Om man arbetar med en traditionell historia, måste man då behålla ”benen”? Nja, det folkliga stoffet är ju vårt och vi gör vad vi vill med det. Men: det finns starka skäl att ha respekt för ett material som vandrat i folkmun

i århundraden eller årtusenden. Mycket förstår vi inte förän vi börjat berätta det själva, i möte med lyssnare. Dessa historier har aldrig varit avsedda att vara ”litteratur”.

DET DU SER, MINNS DU

Berättande är alltså ett bildspråk, ett sinnenas språk. Tänk dig att du går från plats till plats i historien. Vad ser du? Hurdant är ljuset, vilken tid på dagen är det, hur luktar det? Det du ser och upplever med dina sinnen, det ser också dina lyssnare för *sin* inre syn. Detta är det viktigaste knepet. Det är också den främsta tekniken för att minnas. Att se berättelsen, scen för scen med dess detaljer, gör att vi kan minnas långa historier. Det är ju platser vi har ”varit på”, inte något abstrakt vi memorerat.

Muntligt berättande är inte text. Det handlar aldrig om att lära in en text eller kunna ”utantill”, som i en del andra konstarter. Texten är i det här fallet endast en källa bland flera. Lägg bort eventuell text så fort som möjligt och börja berätta. Var också försiktig med att skriva ner din berättelse ord för ord. Det kommer att försvåra för dig när du sedan ska berätta.

Gör du skriftliga anteckningar ska det vara i form av skissartade stödord. Att teckna sig igenom historien är ett annat sätt. Du ska inte vara bra på att teckna, streckgubbar duger. Rita scen för scen, en på varje papper, så de senare går att kasta om. Det är en bra bearbetning, ett stöd för din inre visualisering och ditt minne.

BROFÄSTENA

Var klar över hur du ska börja din historia och hur den ska sluta. Det är de två brofästena som gör att du tryggt kan röra dig däremellan. Är man osäker på hur man ska landa blir man osäker på vägen genom berättelsen också. Slutet knyter ihop den säck man öppnade i början. Har du inte skapat en landningspunkt så brukar

det synas på lyssnarna. De väntar på slutklämmen. Den behöver inte ha någon storstilad poäng, den kan vara anspråkslös och enkel - men den ska finnas där.

”DEN HÄR HISTORIEN HANDLAR OM...” STOPP!

Varning för förklaringar, kommentarer och annat abstrakt språk, särskilt i början av berättelsen. Du ser direkt att du inte har lyssnarna med dig. Det är bilderna som trollbinder, själva berättarspråket - inga förklaringar i världen kan ersätta dem. Det kan vara frestande för den ovana att börja framställningen med förklaringar, men ju förr du kan ge lyssnarna den första bilden desto bättre. Låt också berättelsens slut avklinga i tystnad, utan att börja förklara. Historierna talar för sig själva; det är en del av magin. Låt lyssnaren dra sina egna slutsatser.

VAR DIG SJÄLV!

Att vara berättare är inte en roll. Berättaren är du, berättelsen kommer inifrån dig, du har valt den eller skapat den och gjort den till din. Just detta gör berättandet unikt. Mötet mellan berättare och lyssnare är genuint och autentiskt, från människa till människa. Därför ska allt vara så mycket du som möjligt: din röst, din dialekt; dina gester, din hållning. Se upp med falska tonfall eller pålagda gester som inte känns naturliga. Kunniga och kärleksfulla rådgivare är guld värda. En idé för den som vill fortsätta med berättandet är att starta en berättarkrets för lyssnande och respons.

SANNING ELLER LÖGN?

Får man verkligen ljuga? Den frågan stöter vi ofta på. I de flesta fall är det omöjligt att exakt fastställa vad som är sanning och vad som är lögn. Berättande är alltid subjektivt och personligt. Berättelsen kan ligga mycket nära det som verkligen hänt men den kan också vara

en allegori, en slags överförd berättelse som förtydligar verkligheten. Det vi kallar ”lögn” kan mycket väl vara en vän med förmåga att bära fram en djupare sanning än den exakta verkligheten - vilket är en av hemligheterna bakom kulturella uttryck över huvud taget. Ett arabiskt ordspråk illustrerar detta: *”En bra lögn kan gå från Bagdad till Konstantinopel medan sanningen letar efter sina sandaler.”*

När vi utvärderar våra kurser och frågar vad som var bra får vi ofta svaret ”att man fick ljuga!” Det visar hur ofta vi låter gamla föreställningar om sanning och lögn förlama vår fantasi och kreativa förmåga.

VAD VILL DU MED ATT BERÄTTA?

Vad ska man då hålla sig till? Kan man använda berättande till att förmedla kunskap och fakta? Eller till att återge verkliga händelser? Ja, självklart. Men när ska man tala sanning, när ska man ljuga? Svaret är att man måste klargöra för sig själv vad man har för syfte med sin framställning. Fakta är inget självändamål och det är inte heller fiktionen, själva påhittet. De är båda verktyg som vi kan ta i vår tjänst. Så vad vill du uppnå: vill du roa, upplysa, få dem att minnas, påverka värderingar, motverka ett dåligt rykte? Fundera först över syftet, sen över vilken typ av berättelse som passar. Självklart är det i många sammanhang absolut nödvändigt att vara trovärdig beträffande fakta och verklighet.

VI LYSSNAR MED ÖGONEN

Muntligt berättande är kommunikation. Ögonkontakten är viktig! Du läser i ögonen på lyssnarna hur de tar emot historien och kan då förändra den medan du berättar. Hur lyssnarna är placerade är därför betydelsefullt. En hästskoform där alla sitter på samma nivå är idealisk. Rummet bör ha vanlig, jämn belysning,



Ett bildmanus, eller storyboard, är ett bra sätt att bli klar över hur historien bör berättas. Man behöver inte vara bra på att teckna! Efter arbetet med bilderna flyter berättandet mycket säkrare. Foton från andra kurstillfället på Formens hus i Grythyttan. .

inte teaterns salongsmörker. Lyssnarnas möte med varandra är också en del av magin. Vi kan utveckla kommunikationen och dra in lyssnarna i historien på olika sätt, med blickar och gester, med tilltal och improvisationer. Det stärker kontakten och gör lyssnarna ännu mer alerta.

SKA BERÄTTELSEN BLI LIKADAN VARJE GÅNG?

Din historia förändras och blir lite annorlunda för varje ny lyssnarskara. Bra! Det är precis som det ska vara. Berättande är att skapa tillsammans. Lyssnarna är inte passiva mottagare. De arbetar för fullt med att skapa den värld du frammanar. Mötet i muntligt berättande är kreativt och aktiverande. Men, se upp: visa respekt för lyssnarna! De sitter kvar för att de accepterar den överenskommelse som finns i situationen. Kraften i berättandet är stark: berättaren har makt att manipulera lyssnarens inre bildvärld. Var medveten om det och se till att dina lyssnare mår bra!

FÅNGA ÖGONBLICKET!

Jag tänker ofta på berättelsen om Gandhi; som sägs ha tappat en sko när han klev på ett tåg. Tåget hade börjat rulla, han fann sig blixtsnabbt och kastade den andra skon efter. Hans resällskap såg förvånad ut och han förklarade: Den som hittar en sko har ju ingen nytta av den...

Muntligt berättande är i högsta grad en ögonblickets konst och en vandring på slak lina. Du har början och slutet, du har dina inre bilder där emellan, men du vet aldrig hur just denna berättarstund blir. Öva på att fånga det som händer. Någon kommenterar högt, någon skrattar, en mobiltelefon ringer. Det både roar och imponerar om du tar upp dessa yttre impulser och väver in dem i historien.

NERVÖS?

Att vara nervös är ett naturligt tillstånd av förhöjd energi. Det syns inte. Ingen vet om det utom du, så tala för all del inte om det! Stå stadigt, andas djupt, se alla

i ögonen – ingen kan gissa vad som rör sig inom dig. Använd energin som finns i anspänningen, den ger dig fokus. Att *spela* säker är detsamma som att på sikt *bli* säker. Övning ger färdighet.

Tappar du tråden, glömmet du något, kommer du av dig? Det gör inte det minsta. Redigera om historien, den blir ändå bra. Troligen märker ingen något. Ingen visste hur den ”skulle vara”. Eller fråga helt enkelt lyssnarna: var var jag nu igen? De hjälper dig garanterat kärleksfullt och snabbt när de väl är inne i berättelsen – och det blir de så fort du gett dem den första tydliga bilden.

Var stolt över dig själv! Det smittar. Det väcker respekt. Alla behöver möten med människor som står för det de förmedlar, med god självkänsla. Får du applåder, stå kvar och ta emot dem med glädje.

Lyssnarnas respons är kvittot på ditt berättande. Tyckte du trots allt att du inte lyckades fånga dem tillräckligt den här gången? Då kanske du frestas säga: ”Äh, de var inte intresserade.” Det är bra mycket bättre, och säkert mer relevant, att säga: ”Jag vill bli en bättre berättare!”

BERÄTTARENS SEXTON VERKTYG

Listan på de verktyg berättaren använder är lång. Vart och ett av dem har ett och samma syfte: att tjäna narrationen, berättandet. Under den andra delen av kursen gick vi igenom dessa verktyg, som inspiration inför slutberättandet och för att kunna ge varandra bättre respons.

1. VAL AV BERÄTTELSE: Hur har du valt, vad har du valt bort, inom vilken genre berättar du, har du valt intuitivt, har du gjort research, vilka behov speglar ditt val, hur förhåller du dig till sanning och lögn i din berättelse.
2. REDIGERING: Hur har du vävt samman historien, hur börjar och

slutar du, vad innehåller din introduktion, har du en rak kronologi, har du parallella berättelser, har du en ram för historien, har du kommentarer eller faktainslag och på vilket sätt fogar du in dem.

3. SITUATION: Du beslutar vanligtvis själv om berättarsituationen, du organiserar rummet (platsen, vandrigen), bestämmer om ljus, eventuella föremål eller rekvisita - om alla de yttre faktorer som styr hur du vill ha mötet med lyssnarna.
4. ATTITYD: Du kan bli medveten om och öva med vilken inre och yttre hållning du vill framföra berättelsen. Ibland är omedvetna attityder till hinder när du framträder.
5. RELATION: Du kan ta vara på möjligheterna till samspel med lyssnarna och med andra faktorer i omgivningen.
6. SPRÅK: Ditt språk och ditt sätt att tala påverkar ditt framförande. Din dialekt, dina personliga ordvändningar gör berättelsen personlig. Däremot kan skräp i språket, som stockholmarnas ”äääh” eller ungdomarnas ”typ” vara störande och bör städas bort. Ett litterärt, teatraliskt eller inlärt språk är också störande. Vi vill ha det lediga talets språk, fritt från ”text”.
7. INTENSITET: Du kan berätta med stark, mycket svag eller neutral intensitet – vi kan kalla det plus, minus eller noll-berättande. Det speglar olika grader av gestaltande och därmed olika grader av inre gestaltande hos lyssnaren.
8. RÖST: Ditt tonläge, din volym, din rösttyp påverkar ditt sätt att nå fram med berättelsen. Med rösten kan du också frambringa ljud som får effekt i berättelsen.
9. TEMPO OCH RYTM: Hastigheten i talet, dina pauseringar, dina tempoförändringar är också en del av gestaltningen.
10. REPLIK: En del av berättelsen kan framföras i replikform eller dialog och karaktärerna kan speglas därigenom. För mycket repliker ger teater-varning, det vill säga vi riskerar att ta ifrån lyssnarna deras egen gestaltning. Då blir det fokus på berättaren istället för på berättelsen.
11. LJUD OCH TYSTNAD: Ljud i form av klappningar, knäpp, smack är användbara, liksom pausen, som på rätt ställe kan vara mycket talande.
12. KROPP: Din mimik, kroppshållning, dina gester, ditt sätt att förhålla dig till eller röra dig i rummet har betydelse för framförandet.
13. KONKRETISERING: Har du låtit det konkreta språket, sinnenas språk, framföra berättelsen? Eller är det abstrakt berättat så att

lyssnaren inte får någon ”film i huvudet”?

14. KOMMENTARER: Är du medveten om när du kommenterar och när du berättar? På vilket sätt kan du låta kommentarer bli en del av berättelsen?
15. PERSPEKTIV: Du kan berätta som om du vore inne i historien och inte vet vad som ska hända utan låter dig överraskas. Du kan också berätta som om du är allvetande. Eller så kan du stiga ut ur berättelsen och ställa dig bredvid lyssnarna och titta på historien tillsammans med dem. Detta är berättarens tre rum, som man kan växla mellan under berättelsens gång.
16. KOMBINATION: Hur kombineras de olika komponenterna? Dubblas uttrycken så att en gest eller ett ljud säger samma sak som orden? Eller får gester och ljud vara betydelsebärande i sig själva?

NYTTAN?

STORYTELLING ÄR VÄL BARA UNDERHÅLLNING?

Berättande har i alla tider använts för att nå olika syften. I vår tid vill vi gärna tro att storytelling, just därför att det är roligt, inte kan tillföra ”nytta”. Vi lever i ett informationssamhälle där vi översköjs av information från alla håll. Den som vill nå ut med ett budskap måste lägga stora resurser på att försöka hitta en framgångsrik kanal. I denna strävan har allt fler upptäckt berättelsen. Att använda fiktion, påhittade berättelser, för att nå ut på en marknad har blivit så vanligt, att de media-berättelser som är reklam och de som inte är reklam glider samman allt mer. ICA-Stig har blivit en hjälte bland andra hjältar.

I Nordiska Måltidsberättelser har vi arbetat med berättelsen i dess mest ursprungliga form: muntligt framförd mellan människor som möts i realtid i samma rum, utan tekniska hjälpmedel. Det enskilda mötet mellan människor och det som sägs där är en avgörande kommunikationskanal som är svår att styra. Den är autentisk och skapar djup trovärdighet. Därför har storytelling även på denna nivå fått alltmer uppmärksamhet.

Berättandet får människor att lyssna. Berättandet

speglar den kultur vi verkar i och kommunicerar till ytttervärlden vad vi står för. Denna kommunikation är grundläggande för våra kontakter. Vi befinner oss i upplevelsesamhället där vår ekonomi allt mer baserar sig på immateriella värden. Inte för intet har storytelling blivit management-begreppet på modet. Då är det värt att minnas att grunden för detta är att en berättelse är underhållande, varken mer eller mindre.

BERÄTTELSE OM DITT FÖRETAG FINNS REDAN

En av de mer intressanta aspekterna av att använda storytelling är att alla redan gör det, oavsett om de är medvetna om det eller inte. Muntliga berättelser är en så grundläggande typ av mänsklig kommunikation att vi gärna frågar oss: vadå berättande? Ungefär som om fiskarna skulle fråga: vadå vatten? Berättelser om ett företag finns alltså redan, liksom berättelserna om en enskild människa, en plats eller en nation. Det är därför Fama, ryktets gudinna, är så fruktad. I äldre konst skildrades hon som en gestalt med vingar och basun. Vi har en viss möjlighet att ta makten över de berättelser som finns i omlopp genom att medvetet skapa och föra ut egna.

En berättelse påverkar oss direkt, ofta utan att vi reflekterar över det. Skvaller är ett exempel där det är svårt att värja sig från de bilder det klistrar på människor.

När jag som ung och nygift flyttade till en liten stad gick jag med min man på Domus. I förbigående sa han plötsligt, om en av expediterarna: "Hon där är lättfotad." Det var dumt och onödigt sagt, det betydde ingenting, jag kände inte kvinnan i fråga. Jag bodde kvar i staden i sexton år. Hon stod kvar i samma disk. Varenda gång jag gick förbi tänkte jag, mot min vilja: "Hon är lättfotad." Den lilla skvallerhistorien hade fastnat.

Uttrycket ”ingen rök utan eld” är ett av de mest destruktiva talesätt vi har. Det finns hur mycket rök som

helst utan den allra minsta eld!

Allt vi gör kan bli till berättelser. Därför är ett företags värdskap och kundbemötande så avgörande. Med blixstens hastighet sprider sig berättelsen om företaget, antingen den är ”bra” eller ”dålig”.

Jag gick en söndagspromenad med min man för en tid sedan. Det var en kall vinterdag. Vi kom till ett av dessa vackra gamla kaféer som ligger längs Mälaren. Det var tomt på gäster. Vi fick vårt kaffe och satte oss i det som en gång varit herrgårdens stora salong, med utsikt över vattnet. Schlagermusik skalade högt från en radio. Vi ville gärna ha det fridfullt, så vi bad flickan stänga av. Hon snäste åt oss att vi kunde gå till ett annat rum. Efter det har vi aldrig mer besökt det kaféet.

Tänk om hon vetat att hennes gäster brukade föreläsa om storytelling? När jag berättar den här lilla historien för en grupp, frågar jag om de tycker att jag ska berätta vilket kafé det var. ”Neej” ropar en del. ”De kan ju ha bytt regim eller bättrat sig...” ”Jaaa” säger andra. Då står jag där med avgörandet. Enkla historier får konsekvenser och vi har ett ansvar för vad vi berättar vidare.

ZIGENARNA TILL KONCENTRATIONS-LÄGREN

Jag föreläste en gång för en personalgrupp och bredde ut mig om berättandets förträfflighet. Där satt en man lite avsides. Plötsligt sa han häftigt: ”Just det! Det var så man gjorde när man fick zigenarna till koncentrationslägren!” Jag kom av mig och det blev alldeles tyst. Skärpan i hans tonfall fick mig att tänka att han hade nära erfarenhet av det han talade om. Det slog mig hur rätt han hade - och det tillstod jag också.

Mannen blixtbelyste något väsentligt: berättande är ett neutralt redskap med en oerhörd kraft, möjligt att ta i bruk för vilket syfte som helst, ont eller gott, smutsigt eller rent. Berättande kommunicerar ingenting i sig.

Men som i all kommunikation eller information kräver berättandet ansvar och etiska överväganden. Alla är till exempel inte övertygade om det oantastliga i att företag använder ”buzzers”. En ”buzzer” kan vara en tonåring som engageras för att tala väl om en kläddedjas produkter utan att avslöja att hon är anlitad. Själv skulle jag inte vilja undervisa i storytelling på det företag som tillverkar tobaksvaror eller vapen. Alla är skyldiga att hålla sig med värderingar som styr deras val.

VAD KAN JAG BERÄTTA?

Berättelser finns i mängder i ditt företag, på den plats där du verkar och inom dig själv. Här följer några förslag på områden där muntligt berättande (och andra former av storytelling) kan komma till användning. Här finns också några exempel på berättelser som skapades eller utvecklades i projektet. En svårighet var att inse att en berättelse inte måste vara storlagen eller ”säga allt”. Tvärtom: det enkla och vardagliga, det vi känner igen oss i blir kanske den berättelse vi minns bäst. Kursdeltagarna insåg också att den berättelse de skulle arbeta med bara var *en enda* berättelse. Kanske den första i en hel räkka historier för olika situationer i framtiden. Och den fick gärna vara anspråkslös. En vittillverkare i Grythyttan berättade:

Jag var hos min mormor på besök. Hon bad mig gå ner i källaren efter en burk hjortronsylt. När jag kom upp och öppnade den, så var den jäst. Mormor sa åt mig att kasta bort den. Men jag tyckte den luktade så gott. Det slog mig att man borde kunna göra vin på hjortron...

Så kan ett embryo till en företagsberättelse se ut. Redan fullt av doft, färg och förväntan! Bearbeta den, prova den, låt den växa och utvecklas!

VEM ÄR JAG/VILKA ÄR VI?

Att presentera sig eller sitt företag med en berättelse är ett sätt att skapa förtroende, personlig kontakt och motverka önskad ryktesspridning.

En kvinna i Hällefors driver ett bälsoföretag. Hon berättade en gripande historia om hur hon sökt sig fram i livet och vid ett kritiskt tillfälle mött någon som sa att hon hade "goda bänder". Det gjorde djupt intryck på henne och påverkade henne att välja bana inom vård och behandling, och så småningom också starta sitt företag.

DET HÄR STÅR VI FÖR!

En berättelse kan användas för att förmedla värderingar: så här gör vi hos oss, detta sätter vi stort värde på. Denna "fostrande" funktion hos berättandet är uråldrig. Den avspeglas i mängder av så kallade visdomsberättelser världen över, från antikens fabler via Bibeln till moderna historier som sprids via internet. Vi kan också skapa våra egna.

En av deltagarna på kursen i Fiskars drev en större kommersiell grönsaksodling. Hon skapade en berättelse där hennes hund spelade en viktig roll. Hunden var hennes arbetskamrat och var alltid med henne. Lustigt nog åt den med förtjusning grönsaker. Men inte vilka grönsaker som helst! Den ratade allt utom de ekologiska av allra högsta kvalitet. Bilderna i hennes berättelse handlade om hur hunden valde ur olika korgar och alltid valde rätt. Hennes kunder kände till detta och för henne hade det blivit som ett slags adelsmärke för hela verksamheten. Hon hade en riktig finsmakarhund!

LADDA FÖREMÅLET, VARAN, VARUMÄRKET

Vi laddar ständigt föremål i vår omgivning med berättelser, ofta omedvetet. Man kan styra associationerna genom att skapa och sprida berättelser. En omladdning av ett föremål kan gå på en sekund.

Jag städade tillsammans med min tonårsdotter. Hon hade bögar av saker utspridda och det var meningen att hon skulle rensa bland dem. Jag höll upp en leopardmönstrad liten necessär och gjorde en grimas: "Den här kan du väl kasta." Min flicka sa med ynkelig röst: "Den har jag gjort i slöjden..." Och jag: "Åh, det var det finaste! Kan jag få den?"

På ett ögonblick hade föremålet fått en "själ", laddats med en berättelse som var viktigare än dess utseende. Den här mekanismen är ständigt närvarande hos oss människor. Vi vill ha historien bakom föremålen, en berättelse rör våra känslor på ett sätt som information inte kan göra.

DITT FÖRETAGS HISTORIA

Hur föddes företaget? En gång i tiden fick någon den först tanken och tog det första steget. Andra ämnen för berättelser kan vara en övervunnen kris eller en framgång. Det finns mängder av anekdoter som speglar företagets själ, syfte och visioner.

En av våra kursdeltagare i Finland berättade om sin farfar. Han var en nytänkare och föregångsman inom lantbrukets utveckling. När han som den första i bygden skaffade traktor tyckte alla han var konstig, och när han långt innan någon ens hört talas om det började med ekologiskt odlad säd, blev han och hela familjen utskräddad. Det som särskilt rörde oss åhörare var hur berättaren som pojke blivit angripen för farfaderns tilltag och egentligen inte förstått varför. Nu är det företag hans farfar lade grunden till ett framgångsrikt bageri som bland annat levererar bröd till Ålandsfärjorna.

PLATSENS HISTORIA

Driver du ditt företag på en speciell plats, så är platsen i sig en källa till berättelser. Vad har hänt här? Finns det gamla människor kvar som kan berätta om platsen?

Finns det redan befintliga sägner, spökhistorier och anekdoter? Ta vara på dem! Hitta mer på bibliotek och i arkiv. Den äkthet berättelserna ger kommer att ladda platsen och göra besöket där än mer minnesvärt. En av kursdeltagarna i Finland driver en resebyrå och brukar guida där hon är verksam. Hon bearbetade och utvecklade en anekdot ur historien som hon brukar roa sina besökare med vid en minnessten i bygden.

Den djupt hatade Klas Fleming, fogde i södra Finland i slutet av 1500-talet, var våldsamt förtjust i mat. Efter en särskilt intensiv mat-orgie, då han under timmar med glädje ätit sig igenom julbordets alla fröjder av fläsk och korv, piroger, öl och brännvin skulle han resa hem till Åbo. Man försökte hindra honom, men han skulle nödvändigt ut i natten. Där han satt inbäddad i skänkfällor och for över snön, föll han i sömn och drömde en förfärlig mardröm: hans värsta fiende, hertig Karl, bånade honom. Han vaknade och mådde alldeles tjuvtjockt, kallsvettig och sjuk. På natten dog han.

En annan deltagare, en kvinna i Hällefors, gick verkligen till botten med platsens historia: hon berättade hur hennes anmoder och anfader som ett ungt stenålderspar kom ridande på späckbuggare och stannade i Grythyttvikens, som då var en Atlantfjord. Där slog de sig ner och blev de första grythyttarna...

VI HAR EN HISTORIA - NÄR SKA VI ANVÄNDA DEN?

Vi diskuterade när, var och hur de berättelser som kommit fram under kursen kunde användas i verksamheten. Det fanns många erfarenheter och förslag. Här är några exempel:

Tänk igenom vilka lämpliga tillfällen du har för berättande. Vid ett speciellt tillfälle? Som en överraskning eller planerat? Vid välkommandet eller avfärden? I samband med ett kundmöte?

En ung kvinna på kursen i Fiskars driver en gammal släktgård som hotell. Hon tillhör den sextonde generationen på gården och vill gärna förmedla en stämning av gammaldags frid. Hon deltog på berättarkursen tillsammans med sin kompanjon. De utvecklade varsin historia. Hennes medarbetare berättade om en dövtum gammal faster som bott på gården. Sitt handikapp till trots hade fastern bakat kakor som var så goda att de gjorde gården vida omtalad. Själva berättade hon följande historia med anknytning till att hon just höll på att bygga om gårdens gamla stall till hotellrum. Hon beslöt använda berättelsen som välkomsthistoria till sina gäster.

HÄSTEN LASSE

Min far hade en häst, Lasse. Det var en ung ardenner, stark och ljus, med gul man. Alla på gården tyckte om Lasse och i arbetet var man helt beroende av honom. Men jag tror Brita tyckte bäst om honom. Brita var en brun häst som bade spiltan bredvid Lasse. De stod alltid med nosarna mot varandra.

Så kom kriget. Alla karlar, alla hästar skulle ut, bort från gården. Tomt blev det. Kvinnorna fick göra allt grovjobbet själva. Åren gick. Till sist var kriget tillända och de återvände – inte alla förstas. Men Lasse var en av dem som kom tillbaka. När han kom in på gårdsplanen och min mor fick se honom, var han så avmagrad att hon knappt kände igen honom. Han ryckte till för minsta ljud och ville knappt bli klappad. Men när han fick syn på stallet gnäggade han. Han satte kurs rakt på dörren som om han bara varit borta över dagen. Därinne fann han direkt vägen till sin spilta. Och där stod Brita. Ingen kunde vara gladare än hon över att ha fått sin älskeling tillbaka!

Så välkommen som Lasse var den dagen, så välkomna hoppas vi att ni också ska känna er, nu när ni ska sova i det gamla stallet här på gården...

VAR?

Var rör du dig i din verksamhet? Är platserna speciellt viktiga för dig? Vilka berättelser passar för viken plats? Eller är en vandring lämplig? Passar de vid en måltid?

I Hällefors finns ett företag som arbetar med media och måltid. Företagaren arrangerar vildmarksvandringar med måltider över öppen eld, där han serverar sådant som halstrad älgbiff. Han är en naturlig berättare och brukar krydda sina äventyr med historier från bygden. En av berättelserna utvecklade och fördjupade han under kursen. Han lät den handla om honom själv och hans son under en skidtur. I skymningen satt de vid sin lägereld långt ut i obygd. Plötsligt såg de en man passera i skogen en bit bort. De ropade men han svarade inte. När de gick efter honom såg de att i snön där han gått fanns inga spår, ingenting. De hade mött den mystiske "mannen utan föt"...

I Norge besökte vi en äldre kvinna som framgångsrikt drev en gammal släktgård med fantastisk utsikt över bergen. Hon berättade vid middagen en underbart lyrisk historia om när hon fick följa med sin far på tjäderjakt. Han var en riktig skogsman som kände alla skogens ljud. Vid tjäderjakt måste man smyga och vara knäpp tyst och den lilla flickan var så stolt över att hon fick vara med. Hon berättade historien så kärleksfullt där i sin stora ljusa matsal medan hon visade oss en stor målning av tjädrar som hennes fars konstnärsvän målat. Vi lyssnade andäktigt så vi nästan glömde äta hennes goda mat. Det var en minnesvärd stund.

HUR?

Det finns många sätt att redigera en historia. Vill du lägga den i en ramberättelse? Eller kanske använda den som en ram för andra små berättelser? Kanske kan den användas som en förklaringsberättelse? Eller som en historia i en räckla berättelser som följer på varandra?

En kursdeltagare i Hällefors berättade hur det formgivningsföretag hon driver med sin man vuxit fram ur hennes livs olika erfarenheter. Hon redigerade berättelsen som en ask som innehöll en ask som innehöll en ask. Hon började med en anekdot om vad deras företag står för idag, avslutade den med: "Men detta hade ju aldrig hänt om jag inte mött..." På det sättet rörde hon sig bakåt i tiden, decennium för decennium, där den ena anekdoten efter den andra bakade i varann och skapade en både roande och engagerande berättelse om företagets tillkomst.

AVSLUTNING

Att använda berättande i affärsstödande syfte, för att stärka en bransch eller synen på en region är inget man gör i en handvändning. Det kräver målmedvetet arbete och uthållighet. De kurser vi skapade inom projektet Nordiska Måltidsberättelser kom att verka som inspiration, ögonöppnare och igångsättare. En del av företagarna i måltidsbranschen har gått vidare med berättandet inom sin verksamhet.

Hur ser bilden av Norden ut i världen? Hur vill vi att den ska se ut? Hur kan vi påverka den? Vi är övertygade om att en systematisk utveckling och användning av berättelser och en lika systematisk utbildning av företagare, kreatörer och andra nyckelpersoner i muntligt berättande kan ha stor betydelse i framtiden. Berättelser berättas vare sig vi vill eller inte, om Norden, dess innevånare och dess mat. Vi bör arbeta för en medveten utveckling. Det muntliga berättandet är ett av redskapen för detta.

HEIDI DAHLSVEEN: HVORDAN PRAKTISERE ET PRODUKT – TANKER OG ERFARINGER RUNDT HISTORIEFORTELLING I OPPLEVELSESØKONOMI

La meg begynne med et bilde. Forestill deg et familieselskap fra din egen barndom. Se for deg at alle er samlet rundt et bord og dere skal spise. Du ser hvordan dere sitter rundt bordet, hvem som sitter ved side av hvem, hvem som forsyner seg av hva og hvordan maten blir sendt rundt. Alle er godt i humør og praten går livlig. Etter hvert som praten, samtalen og middagen skrider kommer fortellingene. Historier om det som har skjedd i det siste, historier som vekker erindringer om tidligere hendelser og som blåser støvet av historier om avdøde besteforeldre og gamle tanter. Merk deg energien og det samstemte i det tilsynelatende kaoset, hør hvordan en historie bringes over i en annen. I dette fellesskapet trives historiene – dette er historiefortelling.

Historiefortelling er et begrep med store visjoner og mange variasjoner. I sitt innholdsmessige mangfold er det vanskelig å artikulere betydningen av begrepet. Denne artikkelen er et forsøk på å konkretisere og eksemplifisere hvordan du kan bruke historiefortelling i organisasjons- og næringsliv. Det finnes flere bøker rundt temaet, men svært få av disse er konkrete på hvordan du kan komme i gang med arbeidet. Jeg vil påpeke at det ikke finnes en sannhet og heller ingen snarvei til hvordan du kan arbeide med fortelling, men jeg ønsker å gi en ide om alle mulighetene. I boken *”The dream society”* skisserer Rolf Jensen et samfunn som beveger seg bort fra informasjonssamfunnet. Gjennom analyse av tendenser utformes den radikale ideen om drømmesamfunnet – et samfunn hvor følelsene er et økonomisk anliggende og den beste konkretisering av følelser er å kunne fortelle historier:

”Historier appellerer til hjertet, fremfor hjernen, var den generelle teori. I et århundrede, hvor videnskap og rationalitet, analyse og pragmatisme pråger samfundet, hvor symbolanalytikere sidder på samfundets højeste poster. Netop, i denne situation vender følelserne, historierne, værdierne tilbage.” (Jensen, 1999: 13)ⁱ

EN ØVELSE: Når du skal komme i gang med bevisst historiefortelling, kan du begynne med å fortelle historien om fornavnet ditt. Fortell om hvordan du fikk det (har du arvet det eller lignende), hvordan det har vært å bære det i de årene du har båret det (kanskje andre du kjente het det samme) og hva betyr det. Grunnen til at du kan begynne med fornavnet ditt, er fordi det påpeker noe essensielt ved det å fortelle en historie. Du bør fortelle noe du har en identitet til og/eller engasjement i forhold til – hvilket du har ved ditt eget navn.

BAKGRUNN

Min bakgrunn er den muntlige traderte fortellingen. Dette legger imperativ for både forståelsen og kunnskap av hva en fortelling er og hvordan denne kan brukes. De konkrete erfaringene som ligger til grunn for denne artikkelen, er hentet fra arbeidet med *”Nordiske Måltidsberättelser”* (heretter kalt NMB) et prosjekt som skulle lære produsenter i småbruksskala om bruk av historier, og andre erfaringer jeg har gjort gjennom år som forteller.

Det er fire sentrale elementer tilstede i historiefortelling: Fortelling, forteller, lyttere (evt mottagere) og en sosial kontekst (Mer om disse elementene senere).

Ut fra egen erfaring med NMB ser jeg følgende muligheter for bruk av historiefortelling i opplevelses-økonomi.

1. GENERELL BRUK AV FORTELLINGER, NYE OG DE SOM ALLEREDE FINNES, I FORMELLE OG UFORMELLE KONTEKSTER. Den spanske norske fortelleren Nuria Moe bruker enhver anledning til å fortelle i sitt arbeid som førskolelærer. Fortellingene oppstår ut fra impulser i en her og nå situasjon. På den måten bygger og knytter hun et sterkere fellesskap. Vi forteller ubevisst hele tiden – her handler det om å gjøre det til en mer bevisst handling – hva slags fortellinger forteller vi og hva slags fortellinger bør vi fortelle.

2. Å TA I BRUK METODER FRA HISTORIEFORTELLING SOM SETTER I GANG FORTELLING OG KOMMUNIKASJON. Et eksempel er evnen til å lytte. En aktiv lyttehandling er sentral i historiefortelling. Uten en lytter kan ikke fortellingen eksistere. En aktiv lytterhandling kan overføres til andre sammenhenger.

3. Å BRUKE METAFORER, BILDER OG IDEER FRA DEN MUNT-LIGE TRADISJONSVERDEN. Askeladden fremstår som en arketypp på suksessfulle nordmenn, at det ble Askeladden er en velkonstruert tilfeldighet. Et av mine første store oppdrag i næringslivet var for Telenor. De hadde valgt seg vann som en metafor – min oppgave var da å finne tradisjonelle fortellinger som oppfylte både metaforens kraft og selskaps visjon. I den kulturelle skatten ligger det mange metaforer som kan brukes på andre nivåer enn i fortellingens ramme.

4. Å BYGGE OPP EN OPPLEVELSE SOM EN FORTELLING. Den canadiske pedagogen Kieran Egan bruker eventyret som eksempel på hvordan man kan bygge opp

¹ Teleport har jeg hentet fra det virtuelle livet "Second life" hvor du forflytter deg raskt fra et sted til et annet.

undervisning. Hvorfor ikke bygge opp et møte som et eventyr med anslag, introduksjon av setting, introduksjon av problem, prosess med hjelpere og hindringer mot løsning av problemet – løsning og slutt. Glem aldri slutten, en fortelling må alltid forløses.

EN ØVELSE: Vi forteller alltid om det som skiller seg ut, det som bryter våre vaner og rutiner. Ta utgangspunkt i en generell arbeidsrutine eller din morgen. Morgenene våre er fylt opp med rutiner. Du begynner å fortelle om denne spesielle morgenen eller om denne arbeidsrutinene hvor det en dag skjer noe helt uventet – noe ekstraordinært og gjerne utenomjordisk. Kanskje du oppdager at en liten familie bor i postkassen din, kanskje dusjen din er en "teleport"¹ til et annet liv. For å ende historien går du tilbake til hverdagsrutinen.

På en av samlingene i NMB fortalte en deltager som undervi-



Heidi Dahlsveen leder en berättarworkshop på Oppaker Gård i Norge. Övningen utforskar hur lyssnarens uppmärksamhet påverkar berättelsen.

ser kokkelæringer en berlig fortelling om da han skulle undervise elevene i hvordan steke en omelett. Elevene knuste eggene, eggene viste seg å inneholde kyllinger som hoppet ut og rundt på gulvene. Elevene skrek og lurte på hva de nå skulle gjøre. Læreren ba dem være tålmodige og snart ble kyllingene til høner som la egg og de kunne forsette undervisningen.

Hva er det så med historiefortelling og hvorfor skal man bruke det? Det å fortelle historier er både en erkjennelses - og en kunstnerisk uttrykksform. Det kan brukes i et instrumentelt øyemed og som et eget uttrykk. Her konsentrerer vi oss om den instrumentelle betydningen av det å fortelle en historie, likevel er det viktig å understreke at det estetiske språket alltid vil være tilstede. En fortelling har en struktur og et billedspråk som setter det fragmenterte sammen til et hele, det gir oss bilder og i dette får vi erfaringer. Den danske pedagogen Mogens Krabek (Krabek 1994:594)ⁱⁱ snakker om et ”fortellesskap” – en situasjon preget av nærvær og samtidighet mellom form og innhold, avsender og mottager, mellom tanke og tale, ord og kropp, uttrykk og inntrykk, språk og situasjon. Det er her det levende ord skaper det det nevner. I dette kan lytteren/mottageren kjenne seg selv og gjenkjenne hverandre gjennom en felles opplevelse.

Forfatteren Anette Simmons sier at: *”Historiefortelling forflytter oss til et sted hvor vi stoler på det vi vet selv om det ikke kan måles, fordeles i pakninger eller bevises empirisk.”* (Simmons 2002:16)ⁱⁱⁱ Bruk av fortelling er demokratisk, de som mottar fortellingen bearbeider den utefra egne referanser. I bruken av fortellingens eget språk, det vil si gjennom bilder, ord og betydninger, kontraster også videre, skjer det en oratorisk flukt basert på egne virkelige referanser. Følelser og verdikodekser sammensmelter med

konkrete problemer (Barthes 2002:89)^{iv} I dette er ikke språket kosmetisk, men direkte, sanselig og assosiativt.

EN ØVELSE: Ulike ord skaper ulik betydning. Fortell for deg selv en kort fortelling og bytt ut så mange ord med to synonymer, som eksempel: Jeg møtte/traff/gikk på en gutt/ung mann/tenåring som abridet/drev/holdt på med... I denne øvelsen oppdager du hvordan ulike ord gir nye bilder og beskrivelser.

Det er ikke lett å drive med historiefortelling, for gjennom sine distanserte metaforer kan det påvirke direkte. Professor Steen Hildebrandt skriver:

”Historier vil sandheden. Derfor er de også farlige. Der er historier alle vegne. Storytelling er en tankemåde. Historier gør fælles. Er fællesskab. Historier kommer både fra hjernen og hjertet. Storytelling er en kommunikationsform. Kommunikation er at gøre fælles.” (Flarup 2004:7)^v

DE FIRE SENTRALE ELEMENTER

Som nevnt tidligere skrev jeg at det er fire sentrale elementer på gang i historiefortelling og jeg skal nå si litt mer om hvert element. Som fokus i historiefortelling er naturlig nok fortellingen. Fortelling kan på den ene siden være et utvidet begrep som for eksempel ser på konstruksjon av virkeligheten eller det kan være en historie – noe som har skjedd - en såkalt etterstilt narrasjon. Jensen snakker om det utvidete begrepet i *”Dream society”*, hvor han blant annet ser på menneskets søken etter noe som har form av et eventyr: *”Mennesket efterspørger eventyr – oplevelser og følelsesindtryk, der flytter grænser for opfattelsen af, hvem man er.”* (Jensen s 47)

Et av vår tids største eventyr er å kunne bestige Mount Everest. Hvis vi ser på den konkrete avsluttede enheten -fortelling- består denne av visse bestanddeler

for at det skal kunne kalles en fortelling – den har en bestemt struktur, noe som vi i gjenkjenner som en kulturell kode. Vi vet intuitivt at det nå fortelles en fortelling og ikke leses et dikt eller holdes et foredrag. Kunnskap om denne koden kan hjelpe deg å forme materialet mer interessant. Fortellingen har en struktur og minste minimum av denne strukturen er at det er:

1. Et anslag/ en presentasjon av en setting.
2. Påfølgende episoder eller en hendelsesrekkefølge.

Dette er ikke nok, til grunn for enhver fortelling ligger det som kalles for det ”binære konsept”(Egan 1987)^{vi} – det vil si at det ligger noe abstrakt der som spenning, motstand, kontrast eller lignende. Tradisjonelle binære konsepter er kontrastene ond/god, fattig/rik også videre. Dette abstrakte blir konkretisert i en fortelling. Videre formidles en historie i såkalt ”etterstilt narrasjon”, det vil si at den fortelles i preteritum – den har skjedd. Dette er nødvendig for å skape distanse, slik at lytteren eller mottageren kan få rom til å reflektere og meditere over det som skjer. Det er viktig å tenke på at en lytter vil alltid falle ut og inn av fortellingen, lytteren får hele tiden egne assosiasjoner som gir fylde til fortellingen.

EN ØVELSE: Arbeid i par. Den ene forteller en fortelling og den andre skriver ned alle de assosiasjoner hun får når hun hører fortellingen. Diskuter det deretter. Her kan du få et innblikk i hvilke tanker fortellingen din setter i gang hos mottageren.

Når du arbeider med en fortelling kan du tenke på følgende hjelpemidler som skal være tilstede i fortellingen:

1. PROBLEM/INTRIGUE – dette er konkretisering av det binære konseptet.
2. HOVEDPERSON – vi trenger noe i fortellingen som vi

kan identifisere oss med, gjerne i form av en hovedperson.

3. HINDRINGER – må være tilstede for at vi skal klare å følge en prosess og utvikling. Ofte er hindringer formalisert gjennom en ”skurk” – en motstander til hovedpersonen.
4. KONTEKST OG LANDSKAP – dette gir fortellingen bilder og fylde.

ØVELSE: Analyser din fortelling eller skap en ny utfra hjelpemidlene ovenfor. Kommer disse elementene klart fram i fortellingen?

Det finnes fortellinger til alle situasjoner og opplevelser. Et indiansk ordtak sier at hele verden er full av fortellinger og av og til lar de seg fortelles. Fortellinger kan hentes fra egen fantasi, eget eller andres liv, produktets liv og fra tradisjonen.

Forfatteren Anette Simmons mener det er 6 historier som skal/kan benyttes innenfor organisasjonsliv: de som forteller om hvem jeg er, hvorfor jeg er her, visjoner, lærdom, verdier i praksis og ”jeg vet hva dere tror”. (Simmons 2002:22.) Jeg vil nå ta for meg de 5 første kategoriene slik jeg tolker dem.

1. ”EN HISTORIE SOM ILLUSTRER HVEM DU ER” – En fortelling kan på en effektiv måte skape tillit – uavhengig om du tar utgangspunkt i noe selvopplevd eller om du henter materiale fra tradisjonen. Som forteller velger du alltid fortellinger som betyr noe for deg og på den måten ”røper” du din personlighet. Dette er en type historie du gjerne kan åpne med – åpning handler ofte om å skape tillit.

ØVELSE: Lag en fortelling fra arbeidslivet ditt om en gang du følte et tap og en gang du hadde en suksess.

Sett disse sammen til en fortelling, hvor suksess fortellingen danner slutten av historien.

2. ”EN HISTORIE SOM FORTELLER OM HVORFOR JEG ER HER.” Under denne kategorien mener Simmons at ærligheten bak ideen vil lyse igjennom fortellingen. Historien vil vise til ”sunnne ambisjoner”. Historien vil også vise ditt engasjement i forhold til prosjektet. Ikke moraliser, men la fortellingen så for seg selv – fortellinger krever frihet. Når du forteller en fortelling må du aldri moralisere eller forklare hva slags lærdom som skal trekkes ut av fortellingen. Dette vil blokkere for lytteren og de kan ikke oppnå et eierforhold til fortellingen.
3. VISJONER: Historier er mestre i å skape visjoner – nettopp fordi den språkliggjør drømmen. Men det kan ta tid og en lang prosess og finne visjonsfortellingen. Og pass på den fine balansen mellom visjon og misjon. La lytteren selv få se og få et eierforhold til fortellingen. Visjonsfortellinger er fortellinger som legger til rette for det som skal skje.
4. LÆRDOM: Det er uten tvil lettest å finne fram fortel-



Kjell Vaagen, en av projektets norske samordnere, beråttar sin historia.

linger om lærdom, alle historier bærer med seg en kunnskap de ønsker å gi bort. Vi har alle fortellinger som setter fokus på læring, fordi vi alle har erfaring med denne situasjonen.

5. VERDIER: Historier er eksempler på praksis og tradisjonelle fortellinger er bygd opp for å stille spørsmålstegn ved verdier og/eller klargjøre hvilke verdier som er å foretrekke.

HVORDAN FINNE FRAM TIL HISTORIENE?

Å skape en helt ny fortelling kan ofte være det vanskelige, til å begynne med er det lettere å hente fram fortellinger som allerede ligger der og evt gi disse en god form. Den letteste måten å finne fortellinger på er å oppsøke situasjoner hvor det blir fortalt. Videre – les mye – på den måten opparbeider man seg et repertoar av ikke bare fortellinger men også et språk og bilder.

FORTELLEREN

Fortelleren er seg selv fordi dette skaper tillit, fortelleren går ikke inn i rolle – dette reduserer fortellerens evne til å bruke ulike virkemidler. I boken ”Storytelling, process and practise” brukes begrepene ”Opaque” og ”transparent”(Livo/Reitz 1986). Forteller er transparent og skal lyse opp fortellingen (opaque) – dette referer til at det er fortellingen som er det sentral og ikke fortelleren. En forteller står bak fortellingen, det vil si at fortelleren brukes seg selv som instrument for fortellingen og ikke omvendt. Fortelleren forteller en fortelling som bekrefter hennes og felleskapets identitet:

”Historiefortelleren har gjennom tidene vært en sentral figur i alle kulturer. Historiefortelleren var på mange måter fellesskapets hukommelse, historiene overførte kunnskap fra en generasjon til den neste.” (Flarup 2004: 11)

LYTTEREN OG DEN SOSIALE KONTEKSTEN

Tidligere nevne jeg at lytteren er en viktig medspiller når det fortelles en fortelling – lytteren er en styrende part i den sosiale konteksten. Den sosiale konteksten: grunnen til at det blir fortalt og publikums natur er også et viktig elementer i forståelsen av historiefortelling. Religionshistorikeren Brita Pollan understreker viktigheten av den sosiale konteksten i boken ”Samiske beretninger”:

”En muntlig fortelling forutsetter – som all kommunikasjon – at den er henvendt til, har de nødvendige assosiasjonene. Godt fortalte historier økonomiserer med hva det er nødvendig å fortelle, samtidig som de utbroderer spennende motiv alle gjerne hører om og om igjen.” (Pollan 1997:15)

Opprinnelig ble fortellingen fortalt i et fellesskap som kjente til historien. Det sentrale var ikke innholdet, men hvordan fortelleren komponerte stoffet i en ”her og nå” situasjon. Når vi forteller i dag, forteller vi ofte i sammenhenger hvor det ikke er et fellesskap. Demed får fortellingen en tilleggsfunksjon: den skal danne et fellesskap. En lur regel å ha i bakhodet da er: *ha ha – aba – amen*. Det vil si at du begynner en fortellersituasjon med noe som er lett underholdene for å gå over i noe gradvis tyngre.

Når du skal fortelle er det lurt å tenke på at du i begynnelsen skal ta i bruk et kroppspråk som tar minst mulig volum (f.eks ikke vandre rundt), tenk også på følgende:

- Ha blikk kontakt med alle.
- Plasser deg i rommet slik at du blir hørt og sett av alle.
- Ikke gjem bort hendene på ryggen eller i lommene – de er viktige for å få flyt i fortellingen.
- Hoftes er en uting – ikke len deg over på en hofte, men plasser begge beina i gulvet/bakken – dette gjør noe med stemmen.

Husk at:

”Mennesker er historiefortellere. Historier forsterker oppmerksomheten, de skaper forventninger, de øker vår evne til erindring. De gir oss et sett av knagger vi kan bruke når vi bearbeider den informasjonen vi får. Og historier gir energi.” (Flarup 2004:23)

Så kom igjen: FORTELL

NOTER

- ⁱ Jensen, R. (1999) The dream society Hvordan det kommende skift fra facts til følelser vil påvirke ervervslivet og vor hverdag. Gylling: Jyllands-Postens Erhvervsbøger
- ⁱⁱ Krabek, M. (1994). Giv deg til at fortælle løs på livet. Højskolebladet 119 (39).
- ⁱⁱⁱ Simmons, A. (2002). Historiefortelling, Otta. N.W. DAMM & SØNN
- ^{iv} Barthes, R. (2002). Mytologier, Oslo: Bokklubbens Kulturbibliotek
- ^v Flarup, J. (2004). Da manden ville lære dem at fortælle historier Hvordan storytelling forandrer organisationer. København: Børsens Forlag
- ^{vi} Egan, K. (1987) Literacy and the Oral foundations of Education. Harvard Educational Review, Vol. 57, No. 4.

LITTERATURLISTE

- Barthes, R. (2002). Mytologier, Oslo: Bokklubbens Kulturbibliotek
- Egan, K. (1987) Literacy and the Oral foundations of Education. Harvard Educational Review, Vol. 57, No. 4.
- Flarup, J. (2004). Da manden ville lære dem at fortælle historier Hvordan storytelling forandrer organisationer. København: Børsens Forlag
- Jensen, R. (1999) The dream society Hvordan det kommende skift fra facts til følelser vil påvirke ervervslivet og vor hverdag. Gylling: Jyllands-Postens Erhvervsbøger
- Krabek, M. (1994). Giv deg til at fortælle løs på livet. Højskolebladet 119 (39).
- Livo Norma J. og Rietz Sandra A. Norma Livo (1986) Storytelling: Process and Practice, Littleton, Colo. : Libraries Unlimited
- Pollan Brita (1997) Samiske beretninger, Oslo Aschehoug
- Simmons, A. (2002). Historiefortelling, Otta. N.W. DAMM & SØNN

IDA JUNKER: SKALDEMJÖD OCH LINGONBARN

TRADITIONELLA BERÄTTELSE OM MAT OCH MÅLTID I NORDEN - NÅGRA SMAKPROV

BORD, DUKA DIG!

Att finna nordiska berättelser om mat och måltid är inte svårt. Överallt dyker de upp, historierna om det stora överflödet. Rovorna är som hus, borden dukar sig på kommando och oxarna som slaktas är så stora att det tar en dag för en svala att flyga från horn till horn. Vi anar i bakgrunden den iskalla tillvaro som varje vår räknar in barnen i familjen – hur många överlevde denna vinter? Spänningen mellan hungrig och mätt, givmild och snål, knapphet och överflöd är drivande dilemma i många berättelser. Tidlösa teman kläds i skiftande dräkter: fabel, sägen, folksaga, myt. Fantasin flödar - som gröten ur en magisk gryta.

Vem äger dessa gamla berättelser? Svaret kan bara bli ett: vi. De kommer ur folkdjupen, har gått från mun till

mun, omformats i otaliga varianter, funnit spridningsvägar kors och tvärs genom tid och rum. I Norden har vi, liksom alla folk på jorden, lämnat en skatt av berättelser till eftervärlden. Här följer några exempel på genrer ur vilka vi kan hämta historier om mat och måltid, omvandla, lägga till och dra ifrån så de passar våra syften. På det sättet har de gång på gång överlevt och levt vidare; genom att den enskilde funnit en berättelse och gjort den till sin.

TOMTENS SMÖR OCH RÅTTAN I PIZZAN - SÄGNER

Sägner är korta historier som återges som om de var sanna; berättaren preciserar vem, var och när det hände. De är oftast bearbetningar av det okända och skrämmande. I bondesamhället tog sig osäkerheten uttryck i



gestaltningar och väsen: tomten eller rået *råder* över sitt område: en tomt, en skog eller ett skepp; näcken härskar över ett vattendrag; de döda återvänder och ställer krav. I vår tid kan kollektiva frustrationer bearbetas med så kallade urban legends. Rubrikens kända exempel, där man hittar kött av råttor i frysen på en pizzeria, speglar sextiotalets rädsla för invandrad kultur och okända matvanor. Den äldre sägnen om drängen som dristar sig att driva med tomten som just ska få sitt grötfat med en stor smörklick, bearbetar skräcken för de okända krafter som drar olycka över oss: missväxt, sjukdom, död. I vår tid ligger ryktet nära sägnen, en kort utsaga som sprids från mun till mun och hålls för sann.

KOKA SOPPA PÅ EN SPIK – SKÄMTSAGOR

”Det var engang en kone som hadde syv sultne unger, og dem stekte hun pannekaker til. Det var råmelks-kake, den lå i pannen og este sig så tykk og god, og ungene sto omkring, og gamlefar satt og så på.”

Så doftande börjar Asbjørnsen & Moe, Norges stora sagoinamlare, historien om pannkakan som rullade ut i världen för att slippa bli uppäten. Skämtsagorna är underfundiga små historier som speglar människans längtan och tillkortakommanden, som underhåller med upprepningar och osannolikheter. Rubrikens berättelse om gumman som trodde man kunde koka soppa på en spik om man bara plockar fram lite ärter, mjöl och kött också, är så välkänd att den blivit ett talesätt.

En särskild genre är tokstolle-berättelserna. Varje folk har sin bestämda plats där dumskallarna påstås bo. I svensk-finska Bemböle besår invånarna åkrarna med salt och kokar rågmjölsgrot i en isvak.

Ett välkänt par som uppträder i sagorna är Sankte Per och Vår Herre. Förklädda till fattiga vandrare undersö-



Måltidsgalan i Grythyttan 2007. Den finska berättaren Neppe Pettersson ger liv åt den moderna sägnen om amerika-fararna som skickade sin gamla morders aska till hemlandet - just när nymodigheten pulver för snabbkakor kommit... Hon är för övrigt en mästare på bland annat Kalevala.

ker de hur människorna har det på jorden. Inget retar dem så mycket som snålhet och ogästvänlighet.

En gång kom de alldeles utsultna gående genom en skog. Då mötte de en gumma med en säck på ryggen, och redan på långt håll var det uppenbart för dem att den innehöll nybakta råglimpor. Det vattnades i munnen på dem, det skrek i magarna. ”Vad har du där?” frågade Sankte Per när de möttes. Gumman ville inte dela med sig, så hon svarade: ”Sten”. ”Säger du sten så är det sten”, sa Vår Herre och med ens blev gummans säck så tung att hon dråsade omkull och tappade den...



Berättelsen om Korven här nedan är en gammal svensk folksaga med rötter i antiken.

Det var en gång en gumma som gick hemma i stugan en kväll. Bäst som det var steg det in en fin och grann kvinna. Ja, hon var så fin så gumman neg för henne. "Jag skulle be att få låna stora grytan av er, för jag håller bröllop för dottern min och väntar många gäster." Den fick hon så gärna låna. Efter några dagar var hon tillbaka. Gumman var ensam den gången med. "Tack för lånet", sa frun, "nu får ni tre önskningar i stället". Så gick hon.

Oj oj, tre önskningar! Gumman funderade på vad hon skulle önska. Hon måste nog be gubben om råd när han kom hem. Men en stor fin gård åtminstone och en kista med pengar kanske, tänkte gumman. Tänk så lyckliga de skulle bli!

Men när de nu var så rika var det bra snällt att bara bjuda gubben på en skål mjölk och några torra brödbitar. "Håhåjaja

om jag hade en stor korb ändå", sa hon. Och vad låg i det ögonblicket på bordet? En korb så ljuvlig och svällande, ångande och nykokt och hade den inte en kerans med rotmos till och med, gult och doftande! Bättre mat finns inte på jordens rund.

Just då kom gubben. Han blev mäktat förvånad över den goda middagen. Han satte sig och grep lystet gaffel och kniv. "Var i friden har du fått denna goda spis?" frågade han gumman. Röd om kinderna berättade hon de härliga nybeterna. Och tänk, två önskningar hade de kvar!

Men nu blev gubben alldeles rasande. En önskning redan bortslösad på en futtig korb! Han skrek: "Du kunde ha fått all jordens rikedomar och mer därtill! Du är den dummaste gumman i världen! Jag önskar korven satt på näsan din!"

Gumman skrek till, för hur såg hennes näsa ut? Där satt korven som om den alltid suttit där och de kunde inte få den därifrån. Gubben ryckte så skallen nästan för av den stackars gumman. Han försökte med både sax och kniv, men korven var alldeles som en riktig näsa. Gumman tjöt och gubben gormade. Ja, vad skulle de göra? Om de så önskade det bästa i världen så skulle korven sitta där den satt. "Önska du", sa gumman och lipade. "Nej, önska du", sa gubben och grinade. Men till slut sade han: "Jag önskar mor vore av med den usla korven". I detsamma flög korven ner på fatet igen och där stod gumman med den fina lilla röda näsan tillbaka.

Så satte de sig vid bordet med det ljuvliga fatet mellan sig. Det ångade ännu och doften kunde så när göra en hungrig stackare tokig. Så de högg in från varsitt håll. Och hur det än var med all världens önskningar – en godare middag hade de aldrig ätit!

SJU FAT GRÖT, SJU FAT MJÖLK – DJURSAGOR

En särskild genre av berättelser vida spridd jorden över är djursagorna. Kalle Anka och hans sentida gelikar har djupa rötter i folkfantasin. Många vet nog att björnen har kort svans för att räven lurade henne att fiska i en



isvak och inte ge upp, även om det sved i svansen. Och jätten som äter sju fat gröt och sju fat mjölk vill bara ha mer mat och äter upp alla han möter, tills ekorren lurar honom att se in i solen istället - och då spricker ju jättar, som bekant. I en annan spridd historia lurar räven av björnen all hans honung genom att påstå att han ska gå på barndop - men varje gång går han istället till honungskrukan och tar sig en slurk. Det första barnet döptes till Början, säger räven, det andra till Mittpå och det tredje till Slut. Och när han springer ifrån björnen slickar han sig om munnen...

DJÄVULENS LINGON - FÖRKLARINGSSAGOR

I den folkliga traditionen finns mängder av historier som förklarar än det ena, än det andra i naturen. Det är underhållande berättelser som ofta blir mycket uppskattade. Ett exempel:

Vår Herre hade ett sjå att skapa alla bär. Han gjorde smult-ronet, han gjorde blåbäret, bjortronet... Djävulen kom förbi. Han ville också göra bär! Så han tog i allt han orkade och - tjoff! - hade han lagt all sin kraft i det hela och skapat - lingonet. Ett sådant magiskt bär! Det bevaras av sig självt friskt hela året, bara man lägger det i vatten. Vår Herre insåg genast hur farligt detta bär kunde bli så han skyndade sig att göra ett litet kors på vart och ett. Nu omvandlades dess styrka till helbrägdagörande kraft. Åtskilliga är de människor som klarat sig undan vinternsvälten med livet i behåll, tack vare lingonet!

VILL DU ÄTA, SÅ ÄT! – UNDERSAGOR

Undersagorna är den sagotyp vi brukar tänka på när vi hör ordet folksaga. Här är all förvandling möjlig, djur och växter talar, jättar och häxor stjälpel eller hjälper, hjälten sätter sin lit till magiska föremål och till tretalet. Vi vet att de brukar sluta lyckligt och att den som hånas kommer att upprättas. Folksagan har en slags ut- och in-koder, som de välkända ”det var en gång” och ”så levde de lyckliga”, men det finns många fantasifulle varianter.

I *Pojken som åt i kapp med jätten* vinner den finurlige lille hjälten en ärtävling över en rik och elak jätte. Pojken skaffar sig makt över jätten genom att krama en ost så det stänker - jätten tror det är en sten. När de sedan ska kappäta gröt, sätter han sin ränsel under tröjan och tar en sked i munnen och nio i säcken. När jätten inte orkar äta mer skär pojken hål på sin ”mage” så gröten väller ut. Jätten tycker det är en god idé och gör likadant...

I *Pojken som gick till Nordanvinden* blir pojken så arg när vinden tar hans mjöl att han ger sig av för att kräva det tillbaka. Istället får han en duk. När man brer ut den





dukar den upp alla läckerheter man önskar sig... I *Skrienen*, en askunge-saga, blir hjältinnan kastad i brunnen av sin styvmor. På brunnen botten finns en äng och hon börjar vandra därnere. Hon kommer till en ugn full med varmt, vitt bröd och den ber henne så enträget att äta så mycket hon orkar. Sedan en ko: "Mjölka mig!" och ett äppelträd: "Plocka så mycket du vill!" – men alla ber de henne att inte ta mer än hon behöver. När hon kommer tillbaka med ett magiskt skrin vill förstås styvsystern ha ett likadant. Men den styvsystern är inte den som behandlar en brödugn väl för att den ber om det...

GAPA ÖVER MYCKET – FABLER

Fabler är enkla, ofta en-episodiska historier, vida spridda och med ursprung i österlandet och det antika Grekland. De är symboliska, moraliserande och har ofta djur i huvudrollerna. De har gett upphov till många uttryck vi använder: Surt sa räven, Gräva en grop åt andra, En svala gör ingen sommar. Att de varit vanliga i Norden under långa tider vet vi, inte minst genom medeltida kyrkomålningar. Här är ett exempel, *Vingården*, lätt förändrad för att passa nordiska förhållanden:

En man hade tre döttrar. Han slet och släpade med en stor äppelodling och försörjde dem alla. Flickorna ville helst bara

*Ur inledningen till Völvans spådom i Den poetiska eddan.

svassa runt eller sitta still. Till sist gick det som det brukar; gubben blev gammal och liggande på sin dödsbädd. En dag ville han berätta något för döttrarna. De flockades och lussnade och han stötte fram sina sista ord: "I trädgården... ligger... en skatt." Genast ville de veta mer – men för sent! Han var borta.

Efter begravningen satt de och fantiserade om vad det kunde vara. En kista med guld, kanske? En kruka med silver? Så fort tjälen gått ur jorden satte de i gång att leta. De arbetade som de aldrig gjort förr. De grävde upp varenda bit av äppelträdgården. Men inte hittade de något inte. Den hösten fick de så oskapligt mycket äpplen att de var tvungna att starta ett musteri. De sålde äppelmust i mängder och om vintern satt de och räknade pengar. Nästa vår fortsatte de att gräva. Äppelskörden bara ökade. Men skatten - det var ett elände! - den hittade de aldrig, hur de än letade och letade...

DU VILL ATT VÄL JAG TÄLJER... - EDDAN*

Myter är berättelser som en gång varit inordnade i ett religiöst system, ett fundament för människors världsbild. Vår nordiska gudasaga föregick kristendomen, blandades med sägner och folktro och levde kvar ända in i sen tid. Ännu är våra veckodagar uppkallade efter den. Hade inte isländska upptecknare under medeltiden

präntat Eddan på pergament hade den gått till spillo. Den nordiska mytologin har ett oerhört rikt myller av gestalter och händelser, också i internationell jämförelse.

Gudarnas liv är välordnat: de äter fläsk av galten Särimer, dagligen kokt i grytan Eldrimner - men varje kväll är grisen hel och levande igen. Med mjödet står det lika lyckosamt till: Geten Heidrun, som betar löv på världens tak, har ett juver med ständigt flödande mjöd. Gudarna behöver heller inte dö: Idun, en nordisk Persefone (antikens växtlighetsgudinna), vakar över de äpplen som ger evigt liv. Men gudarnas värld hotas ständigt av angrepp från jättarna.

En berömd dryck är skaldemjödet, som bryggs av blodet från den vise Kvaser. Han i sin tur skapades av fiendernas samlade spottloskor, som ett fredstecken. Det magiska mjödet kom i jättarnas händer, men Oden lyckades efter många äventyrligheter röva det tillbaka. Var och en som får en klunk av skaldemjödet får sin tungas band lösta och kan dikta och berätta.

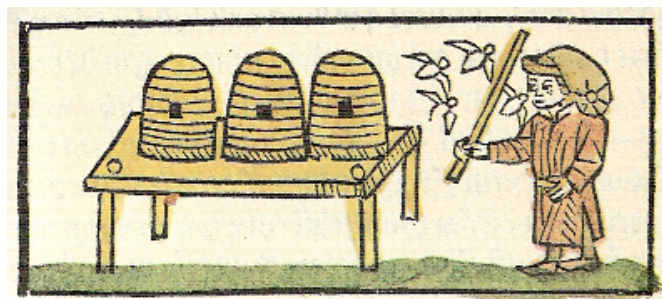
Det finns några gästbudsberättelser som går att brodera ut efter behov, som när åskguden Tor blir bestulen på sin livsviktiga hammare. För att lura tillbaka den måste

han besöka jättarna klädd som brud. De förfasar sig över brudens våldsamma aptit på helstekt ox, lax och mjöd... I en annan historia tjänar Tors bockar som outtömligt matförråd. Vid ett besök hos bondfolk slaktar och tillreder han dem och alla låter sig väl smaka. Tor ber alla vara försiktiga när de äter och inte bryta sönder något ben. På morgonen när han helar bockarna igen upptäcker han att en är halt. Någon har velat komma åt mårgen. Tor blir rasande - som vanligt.

GRAVID MED ETT LINGON - KALEVALA

Kalevala är en samling uråldriga finska berättelser, folksånger och sagor som nedtecknades på 1800-talet och sammanfogades till en versbunden helhet. Det är läsning det sjunger om, en Nordens Odysseus! Till skillnad från Eddan är Kalevala fylld av referenser till nordisk natur - gäddan slår, björken grönskar, göken gal. Även här finns underbara matberättelser att ta till vara och föra vidare.

Luftens dotter Ilmatar blir gravid med havet, flyter runt i nio år utan att kunna föda. Då flyger en knipa förbi, ser hennes knä och bygger ett bo. Hon lägger sju ägg. Men när flickan rör sig faller de i havet och av bitarna





skapas världen. Övre delen blir himlavalvet, den undre jorden, gulan blir solen.

När hjälten Leminkäinen dödats, huggits i stycken och kastats i floden räddar hans mor honom genom att skicka biet efter honung. Hon sätter ihop sonen och smörjer honom med honungen - och han får livet åter. Den första kantelen, en slags cittra, skapades av skrovet av en nyss uppäten jättegädda. Musiken får alla varelser att stanna upp och lyssna. Allas tårar trillar av rörelse. Men spelmannen Väinämöinsens tårar trillar i havet, där de förvandlas till pärlor.

Den största mathändelsen i Kalevala är ändå det stora bröllopet i Pohjola.

*Pohjagårdens höga busmor ger nu gästerna att äta;
munnen får de full med skårsmör, handen full med färskostkaka;
alla bjudna bröllopsgäster, främst bland alla hennes svärson.
Man har lagt upp lax på brickor, där bredvid finns fläsk till fyllest;
där är varje bunke bräddad, varje fat är fyllt till råga...*

Och till sist: Den lilla Mariatta går en dag ensam i skogen, ser ett lingon som ropar till henne: "Ingen människa vill ha mig! Plocka mig, min flicka!" Av lingonet blir

hon gravid och föder en pojke, som vida överglänser självaste Väinemöinen i vishet... En ny tid är inne.

LANDET FLÖDAR AV MJÖLK OCH HONUNG - BIBELN

Är Bibelns berättelser verkligen nordiska? De skapades inte här, men de har traggats i husförhör, traderats och diktats vidare på, målats på kyrkväggar och bonader. Det är rörande att se hur man där förlagt dem till nordisk bondemiljö. Välkända historier med anknytning till mat är till exempel när Jakob köper förstfödslovet av sin äldre bror Esau för en skål röd linsoppa, i tidiga bibelöversättningar kallad grynvälling.

En annan historia är nya testamentets dilemma-berättelse om den förlorade sonen. Om man har fått ut arvet i förskott, stuckit ifrån sina föräldrar och allt arbete, slösat bort pengarna på nöjen och till slut återvänder som en tiggare – ska man då ändå firas med en stor fest där den gödda kalven slaktas?

ANVÄND BERÄTTELSENA!

Den nordiska berättarskatten är rik och mångsidig, användbar i många sammanhang. Detta är avsett som ett smakprov, kanske kan det locka till mer utforskande och berättande. Nedan finns en lista på författare. Deras tolkningar av folkliga berättelser är lättillgängliga därför att de själva är berättare, upptecknare eller på andra sätt förstår sig på muntlighet. Några länkar underlättar också sökandet. Att besök evenemang som berättar-kaféer och berättarfestivaler ger ytterligare inspiration. Använd de gamla berättelserna! Som ett praktfullt gästbud står de uppdukade. Alla är bjudna.

FÖRFATTARE:

Benedicte Hambro	Jan-Öjvind Swahn
Bengt af Klintberg	Lena Stiessel
Ebbe Schön	Mats Rehnman
Harriette Söderblom	Per Gustavsson
Hilde Eskild	Ulf Palmefeldt
Janne Lundström	Åke Ohlmarks

LÄNKAR:

www.storytelling.se
www.timsheppard.co.uk/story/
<http://www.snopes.com/food/> rykten och urban legends

NORDISKA FESTIVALER:

Fabula Storytelling Festival www.fabulafestival.se
Ljungby Berättarfestival www.sagobygden.se
Fortellerfestivalen i Oslo www.fortellerfestivalen.no/
Fortaellfestivalen i Lejre www.fortaellfestival.dk/



I alla tider har eld, mat och berättande hört ihop. Måltider i den vilda nordiska naturen är en fin utgångspunkt för framtida berättelser.

RICHARD TELLSTRÖM: MÅLTIDSKULTUR

NATUR OCH KULTUR I MÅLTIDSKULTUREN

Måltidskulturen är det ätbara resultatet av våra värderingar. Med maten och måltiden berättar vi att vi tillhör avgränsade gemenskaper som familj, släkt, arbetskollegiet eller samhället. Just variationen av våra tillhörigheter skapar måltidskulturens dynamik och behov av förändring för oss själva. Detta tar sig till exempel i uttryck i den ständiga produktionen av nya matrecept som publiceras i tidningar, böcker och på Internets hemsidor.

Vid närmare eftertanke är detta receptkonstruerande strängt taget helt onödigt, om man skulle värdera mat som ett bränsle för att hålla kroppen som maskin i gång, eller om vi valde maten för att vi tyckte den var god. Då skulle vi kunna hålla oss till den maten och aldrig behöva förändra våra matval.

Men ser man istället på mat och måltid som något som uttrycker våra ideal, alltså mat som en konkretiserad berättelse om våra värderingar om tillhörighet, ja då blir det uppenbart att vi måste ha nya recept. Ständigt. Tusentals nya varje år. Precis som vi behöver nya böcker, filmer, kläder, skor osv. Därför att vi inte kan uttrycka vilka vi är genom att uttrycka oss på exakt samma sätt om och om igen, dag efter dag. Men vi kan upprepa våra ställningstaganden genom att placera dem i nya uttrycksformer. Det gör vi med våra nya maträtter,



kryddningar och berättelser om måltidernas ursprung.

I denna artikel tar jag upp några aspekter av hur vi uttrycker värden när vi berättar om matens och måltidens ursprung. Berättelsernas innehåll blir synligare när man ställer frågor om vem som får vara med och vem som exkluderas och vilka öppna och dolda budskap som förekommer. Det är dessa berättelser som skapar vår måltidskultur.

VÄRDERINGAR SOM MÅLTIDSBERÄTTELSE

Måltidsberättelsen är ett sätt att ge mat och måltider en uttrycksform genom ord, text och bild. Maträtter har primärt inte med livsmedel att göra utan uttrycker framförallt olika slags berättelser om våra ideal och värderingar. Man kan se livsmedel som lika väsentliga för måltidsproduktionen som bomull eller djurhudar är för klädmodets produktion; en grundförutsättning men inte det som vi primärt kommunicerar med.

Vi kommunicerar t ex inte med det värde som djuret lax har när vi äter det, utan det värde som laxen har som maträtt. Det kan också uttryckas som positiva festvärden i en berättelsefylld laxrätt som t ex *"kall inkokt lax med dillmajonnäs serverad på mormors blå tallrikar en påskaftonsmiddag med familjen, som vi alltid gjort"*. Råvaror är byggstenar för våra tankar och ideal men det är med berättelsen som råvarorna blir till måltider.

Berättelsen om en maträtts smak kan vid ett första

påseende uppfattas ha med odlingen och naturen att göra. Det är dock inte säkert att så är fallet. Ett exempel på det är sökandet efter den smak som beskrivs i det franska smakbegreppet *terroir* (som kan förstås som det smakmässiga resultatet som ett livsmedel får av odlingsjordens sammansättning, nederbörden, klimatet osv).

Men *terroir*-begreppet är inte sökandet efter en naturell smak utan efter en kulturell idé om att de här förutsättningarna skapar smakskillnader som är värda att uppmärksamma och reflektera över. Maträttens smak uppstår därmed av samtalet, alltså av kulturen, när vi uttrycker och definierar vad vi tycker om en viss slags smak, konsistens och ursprung. *Terroir* är därför berättelsen om en utvald egenskap och inte om en naturlig smak.

Våra värderingar om mat och måltid förtydligas av en värdebärande berättelse som vi kan ta till oss i form av en längre eller kortare text, i bilder eller annan konkret beskrivning. Begreppet berättelse behöver här inte förstås som en lång skildring i flera led. Det kan lika gärna vara ett enstaka ordval eller några värderande ord i kombination, till exempel ”oh, vad gott det var!” Med berättelsen förädlas livsmedlet till en maträtt och till en njutningsfylld måltid. Språk och berättande är därför nyckeln till de råvaror som förädlas till maträtter och måltider och som bildar vår måltidskultur.

POÄNGEN MED BERÄTTELSEN

Initialt är ett livsmedel värderat endast som ”ätbart råstoff”. För att kunna serveras i en måltid måste det knytas exempelvis till en berättelse om dess ursprungskälla, sammanhang eller andra processer som förvandlar råstoffet till en eftersökt maträtt. Den nutida konsumenten försöker på olika sätt bli medveten om vilket ursprung den mat hon äter har. Ett sätt att nå den informationen är genom berättelsen, som kan handla om

traditioner, om historiska relationer och geografi som vi tycker är värda att uppmärksamma (Bell & Valentine, 1997).

Men vad är det för slags berättelse? Är den producerad i ett marknadsföringssyfte eller är det en historisk utsaga med innehåll av genuinitet? Oavsett vilket så bygger den på ett urval av sådant som upplevs vara angeläget för berättelsens mottagare. Berättelsens syfte är att skapa mening åt nutidens människor och att lyfta fram ett urval av aspekter som är viktiga för oss idag. Den verkliga berättelsens alla olika vinklingar, aspekter och faktainnehåll är alltför komplicerade för att kunna kommuniceras.

Symboliskt så representerar matberättelsen olika föreställda kvaliteter och egenskaper hos råvaran. Berättelsen kan hjälpa till att kompensera avståndet mellan fysiskt ursprung och tillfället när livsmedlet konsumeras. Berättelsen kan uttrycka ursprung från en namngiven producent eller också ett fingerat ursprung, som exempelvis den vara som är märkt med det ursprungs- och äkthetsskapande begreppet gammaldags.

Den berättelse som bäst kommunicerar ursprung och äkthet skapar hos konsumenten en känsla av garanti för produktens historia, identitet och natur (Bessièr 1998:25), dock under förutsättning att konsumentens idé om märket överensstämmer med de värden producenten tänkt att det ska bära. Men man ska vara observant på att den framförda berättelsen eller märkningen lyfter fram selektivt utvalda erfarenheter, kunskaper och sammanhang (Montanari, 2004:77). Berättelsen talar om den goda maten, om det fina mathantverket eller om den speciellt läckra smakaspekten. När berättelsen skapades togs oönskade delar bort, exempelvis sådana

som associerar till utanförskap eller kanske till sociala svårigheter. Den positiva berättelsen är oftast den som är mest kommersiellt gångbar.

Den måltidskultur som finns inom en viss kulturgrupp (till exempel en nation, ett land, en etnisk eller religiös grupp) är generellt sett ett uttryck för tre samexisterande tankekomplex. Det första tankekomplexet uttrycker idén om oss själva och vad som förenar oss. Det andra vilka som är 'de andra', de som vi behöver både dra en rågång och spegla oss mot. Det tredje slutligen idén om den mat och de måltidsformer som manifesterar såväl rågången som vår egen högre betydelse över 'den andre'.

'Den mat som vi väljer att äta är därför sammantaget den mat som berättar om dessa värderingar eller, om man så vill, ett system för kommunikation mellan människor i ett samhälle (Barthes, 1975:50 m fl). Låt oss titta på ett exempel på berättelsen om mat som förenar, där måltidskulturen berättas utifrån det som produceras nära här hos oss i nutid. På Ny Nordisk Mats hemsida återfinns följande definition av vad det nya nordiska köket är:

Det handlar om att gå på opdagelse, att utforska och lade sig inspirera. – Ikke af mad fra fjerne egne, men af de råvarer, specialiteter og andre fødevarer, der er lige foran os og omkring os, lige her i Norden (nynordiskmad.org, 2008).

Berättelsen om "vårt eget" skapas alltså mot bakgrund av den andre och det som är fjärran, "ikke af mad fra fjerne egne". För att inte göra Ny Nordisk Mat till en isolerad företeelse så öppnar man upp: det kan vara både traditionellt och modernt, det mesta passar in. Så här definieras vad det är som gör en maträtt till just ett uttryck för Ny Nordisk Mat:

At retten har rødder i Norden, dvs at den rummer et traditionelt element, at retten desuden repræsenterer fornyelse, gerne evt en "impuls udefra". At den udtrykker en tydelig sæsondimension, en vis enkelhed, at den repræsenterer brobygning mellem velsmag og sundhed. At råvarerne er hentet indenfor en snævert geografisk område i Norden, at råvarerne udtrykker landskabets kvaliteter optimalt (nynordiskmad.org, 2008).

Berättelsen om Ny Nordisk Mat kan alltså innehålla en impuls utifrån men inte handla om mat som kommer långt bortifrån. Råvarorna ska hämtas från det geografiska området Norden. Berättelser av detta slag understryker distansen till det främmande och att vi har en måltidskultur som är annorlunda jämfört med andras.

Denna uppfattning kan vi även följa tillbaka i historien. Det har framförts en kritik mot att kokböcker, inte sällan förfranskade kokböcker, tränger undan och utesluter äkta nationella och regionala maträtter som har sin grund i folkets idévärld eller som kommer ur landets natur. Ett tidigt exempel på detta är Joseph König som redan 1836 skriver att de då aktuella kokböckerna innehåller "planlösa sammelsurier av allehanda högst orimliga föreskrifter, och att dessa görs i syfte att undantränga de nationella och provinsiella rätterna som har sin grund i folkets och landets natur". Han skriver att "de nya kokböckerna endast är franska efterapningar vilket bevisas av deras barbariska och franska nomenklatur" (König 1836:9f). De maträtter som inte tillhör vår svenska kultursfär identifierades också tidigt, som i denna introduktion till ett recept på stekt kalvfilé med buljong och citron:

"Den här rätten är italiensk, fast jag har sett att franska kockar också har tillagat den. Den italienska smaken är rätt så långt skild från den franska, precis som den tyska.

Italienarna är mycket måna om att saften behålls i köttet och följa därför den engelska smaken. Det myckna olja, lök och peppar varmed italienarna uppbetta sin mat, gör deras smak ovanlig och obehaglig för oss.”

Denna skepsis mot det italienska köket är hämtad från Johan Winbergs kokbok, publicerad redan 1803 (sid 74). Den självklarhet som vi idag känner för det italienska kökets rätter och smaker är alltså ingalunda lika självklar i ett historiskt kulturellt perspektiv. Winbergs ordval, eller berättelse om man så vill, uttrycker både en intresserad exotism och ett lika tydligt avståndstagande.

Exemplet kan kanske tyckas gammalt. För att hitta nutida tveksamheter inför det främmande så kan vi jämföra med mångas önskan att finna svenskt kaffe på charterresan eller den svenska kinakrogens mycket svenska kryddning i sina maträtter. Vår måltidskulturs föreställningar om oss själva uttrycks i berättelser, där ”de andras” smakideal inte sällan är något som är dåligt och inte hör ihop med oss.

MÅLTIDSKULTURENS INSTRUMENTALISERING

Behovet av berättelser om måltiden är också ett resultat av ett politiskt arbete för landsbygdsutveckling. Det kan också vara ett uttryck för medborgarnas tillhörighet till nationen, till exempel genom en betoning av att maträtter och livsmedel kan användas för individens identitetsuttryck. Inte minst har Europeiska Unionen, i sitt stöd för regionala matprojekt, understrukit att det finns en regional mångfald värd att värna om (Salomonsson 2001:24).

Ett svenskt exempel på detta är utredningen *”En livsmedelstrategi för Sverige”* (SOU 1997), som arbetade efter direktiv som slog fast att livsmedelssektorn har

en avgörande betydelse för landsbygdsutvecklingen. Utredningen argumenterade för att *”regional- och livsmedelspolitiken bör samverka för att stimulera lokalt och regionalt nyföretagande inom livsmedelsektorn”* (SOU 1997:57). I och med det politiska intresset för en regional eller på annat sätt platsmarkerad livsmedelsproduktion förflyttas berättandet om mat och måltid från sin kulturella plats till det politiska centrat. Berättelserna om ursprunget blir ett politiskt maktinstrument när berättaren inte är odlare eller tillagare utan en politiker. En måltidsberättelse kan ibland vara en politisk berättelse.

Att mångfalden av livsmedel är stor och varierad i landet och kommer från smakerika ursprung betonas genom att det som är särpräglat och avvikande från angränsande geografiska områden lyfts fram. Men just denna idé om en unik måltidskultur, i betydelsen tydligt avgränsad från näraliggande områden, är en samtidskonstruktion.

Historiskt sett var måltidskulturen i Norden ganska ensidigt lika över stora geografiska områden. Den riktigt varierade mångfalden fann man istället mellan olika samhällsklasser. Det måltidskulturella avståndet mellan backstugusittare, torpare, bönder, borgare, adelsmän och hov var mycket större i en stad än skillnaden mellan olika regioner. Och mycket större än vad skillnaden i dag är mellan en miljonprogramsmåltid och den måltid kungen äter.

Idag är mat som är rik på berättelser om ett attraktivt ursprung eller smak mycket kostbarare än de anonymiserade och industriproducerade livsmedlen. På så sätt bär den geografiskt sammankopplade maten åter en social indelningsfunktion. Vår samtids ursprungsberättelser kring smaker och landskap upplevs minska klassmässiga och sociala skillnader, men kanske understryker dem istället.

TRADITION OCH TILLVÄNJNING

Ursprungsberättelser handlar mycket om den smak som man menar kommer från naturen eller från begreppet terroir. Men varför intar kulturen i måltidsproduktionen så liten roll för berättelsen om livsmedlens och maträtternas smak? Varför så liten fokus på odlarens kunskaper eller den som lagar maten till en måltid?

Bondens förmåga att känna sin jord och skörda i rätt tid torde vara helt avgörande för skördeutfallet och smaken på råvaran. Kanske till och med viktigare än jordmånen, precis som en vinmakare är viktigare för vinet än jorden där vinstocken växer. Bra terroir kan aldrig rädda en jordbrukande klåpare. Idag betonas i kokböcker och media betydelsen av råvarornas kvalitet som den viktigaste förutsättningen för ett framgångsrikt smakresultat. Ofta är också kockarna eniga om att detta är avgörande. Men skickligheten mellan olika kockar är välkänd, inte minst i samband med kocktävlingar där just frågan om skicklighet avgörs. Om alla kockar i en kocktävling har samma högklassiga råvara att arbeta med och en enda kock vinner tävlingen så borde det rimligen bero på att de andra kockarna misslyckades med att ta tillvara råvarans kvaliteter. Därför betyder inte råvaran något alls för vinnaren eftersom det är kockens skicklighet som premieras eller helt enkelt förmågan att dra fördel av de förutsättningar som är lika för alla tävlande. Terroir och naturens smaker framstår återigen som mindre avgörande för kulinarisk succé medan kulturella kunskaper verkar vara desto betydelsefullare.

Man kan låta frågan om kulturella kunskapers betydelse för maten också gälla hemmets måltidskultur. Vilken betydelse

har de (vanliga kvinnorna) för det som vi kallar lokal, regional, svensk, skandinavisk eller nordisk måltidskultur? Och vad kallas det kosthåll i ett svenskt hem som är helt baserat på globalt tillgängliga och importerade råvaror? Den personens eller de familjernas kosthåll borde också kunna förstås som en berättelse om det svenska, låt vara en annan berättelse än den som handlar om råvaror som odlats eller fångats på plats i Sverige (jmf Kullgren 2000:21). Det ofta ensidiga betonandet av en geografiskt anknuten odling eller fångst i måltidsberättelsen utestänger dem som bygger sin måltidskulturella identitet på livsmedlens egenskaper. Etniska och religiösa minoriteters måltidskulturer blir därmed exkluderade från den måltidskultur som definieras med hjälp av naturbegrepp, platsbundenhet eller med annan geografisk anknytning. Allas geografi är inte lika bra. Eller som VD:n för livsmedelshandlareförbundet uttryckte det när han svarade på en journalists fråga om det inte är så att konsumenterna faktiskt uppskattar att få reda på varifrån varorna kommer:

”Vi är inte betjänta av en ursprungsmärkning. Särskilt inte om varorna kommer från länder med låg kulturell status. Kunderna har fördomar som får dem att fatta fel beslut.” (Aftonbladet, 2008).

En viktig aspekt av den svenska måltidskulturens uttryck är den påverkan som utövas mot inflyttade människors ideal. Men invandrare och flyktingar begränsas omedelbart vid ankomsten av det utbud som finns i livsmedelsbutikerna, ett utbud som är helt och hållet knutet till den normativa måltidskulturen. Råvaror som invandraren saknar måste då ersättas med de råvaror som finns på plats här. Redan då sker en tillpassning av invandrarens måltidskultur och en gradvis förskjutning till en svensk dito påbörjas. Invandrare och flyktingar har dessutom ofta en stark önskan om att få

börja äta som man gör i det nya hemlandet, det som man valt att komma till. Inte sällan vill man sluta att vara en medborgare i det land man lämnat. Att ta till sig uttrycken för den nya måltidskulturen förstärker upplevelsen av att resan till det nya hemlandet var ett riktigt beslut.

I de nordiska länderna som Sverige och Finland utövar staten också en stark påverkan på invandrarfamiljers måltidskultur genom att dagis- och skolbarn äter en offentligt tillagad mat som skapats utifrån en bestämd prisnivå, utifrån de råvaror som storköksgrossisterna tillhandahåller och utifrån de statliga bestämmelserna om vad som är en näringsriktig och sund kost. Detta gör att barnen tillväxer till det nya hemlandets smaker och ideal och kommer att tycka om den mat som de förknippar med sin egen sociala framgång i dagis- och skolmiljön. Den är också så positiv att de gärna vill äta den maten hemma (jfr Jonsson 2004). I barnens berättelse om sig själva ges den nya maten oftast ett högre värde än det gamla hemlandets måltidskultur som man lämnat eller flytt ifrån. Invandrades och flyktingars måltidskulturella värderingar påverkar därför i mycket liten grad den normativa måltidskulturen.

AVSLUTANDE DISKUSSION

Berättelsen om mat och måltider är resultatet av ett urval av berättelsedelar. Det finns därför också alternativa berättelser som kan vara svåra att finna. Anledningen till att vi inte märker av dem är att de antingen inte är tillräckligt starka för att åstadkomma en alternativ syn eller att de är parallella till den normativa berättelsen. När vi möter begrepp som ”svensk husmanskost”, ”närproducerat på Bondens egen marknad” eller mer oprecisa uttryck som ”god regionalmat” så är de alla uttryck för en pågående ideologisk berättelseproduktion

om vad som placeras innanför respektive utanför den normativa måltidskulturen. Måltidskulturen, idag som i alla tider, är berättelsen om ideal och värderingar, om vilka vi vill tillhöra, om vilka som innesluts och vilka som blir kvar utanför.

REFERENSER

- Aftonbladet, (2008). Därför mörkas matens ursprung. Kolumn av Karin Ahlberg. Stockholm: Aftonbladet.
- Barthes, R., (1975). Towards a psychosociology of contemporary food consumption. I: Forster, E och R Forster (eds), *European Diet from Pre-industrial to Modern times*. New York: Harper Row.
- Bell, D. & G., Valentine, (1997). *Consuming Geographies – We are where we eat*. Routledge: London.
- Bessière, J., (1998). Local development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, Vol. 38, No. 1, sid 21-34.
- Jonsson, I. M., (2004). Family Meal Experience: Perspectives on Practical Knowledge, Learning and Culture. *Örebro Studies in Culinary Arts and Meal Science 2*. Örebro: Örebro university (diss.).
- Kullgren, C., (2000). *Äck Värmland; Regionalitet i diskurs och praktik* (diss.). Göteborg: Etnologiska institutionen.
- König, J., (1836). *Kokkonstens filosofi*. Upsala: Palmblad, Sebell & Co.
- Montanari, M., (2004). *Food is culture*. New York: Columbia University Press.
- Ny Nordisk Mad, (2008). Hemsida för Ny Nordisk Mat, undersökt 1 september 2008. URL: <http://nynordiskmad.org/en/new-nordic-food/a-world-of-opportunities/>.
- Salomonsson, K., (2001). *Ekonomi och det kulinariska kulturarvet*. I: Hansen, K., & K. Salomonsson. *Fönster mot Europa; Plats och identiteter*. Lund: Studentlitteratur, sid 23-59.
- SOU 1997:167. ”En livsmedelsstrategi för Sverige”. Betänkande av Utredningen om livsmedelssektorns omställning och expansion. Stockholm: Fritzes.
- Winberg, J., (1803). *Kok-bok*. Stockholm.



Kanske kan bilden av en livlig fiskmarknad från Olaus Magnus *Historia om de nordiska folken*, utgiven i Italien år 1555, få stå som symbol för ett framgångsrikt arbete med att nå ut i världen med berättelsen om den Nordiska måltiden.

TOMAS CARLSSON: FÖRSLAG TILL FORTSÄTTNING

Projektet har genomfört åtta workshops med cirka sjuttio deltagare från femtio företag i Finland, Norge och Sverige. Resultaten har presenterats vid ett tiotal seminarier och föreläsningar samt i nyhetsbrev, blogg- och tidningsartiklar och på en egen webbsida. En artikel har publicerats i boken *Årets Svenska Måltidslitteratur 2008*. Under Måltidsgalan 2007 sändes presentationen av projektet direkt i SVT2.

Projektet har framgångsrikt uppmärksammat hur berättelser om nordisk mat och måltider kan utvecklas. Projektet har också utvecklat en metod för att tillämpa berättandet, som kan vara mycket användbar i satsningar för att stärka bilden av nordisk mat och dess måltidsentreprenörer.

METODEN KAN UTVECKLAS OCH SPRIDAS YTTRELLIGARE GENOM ATT:

1. Utveckla en återkommande nordisk berättarworkshop för entreprenörer och andra nyckelpersoner, ledd av professionella berättare.
2. Utveckla workshopkonceptet och skapa en bas av gemensamma berättelser, till exempel genom att göra en skriftserie med ”Nordiska Måltidsberättelser”, riktad också till en internationell publik.
3. Utveckla kontakter och projekt med Svenska Riksställningar och motsvarande nordiska organisationer.
4. Under en längre tid fördjupa arbetet med en grupp företag/platser för att utveckla deras berättande.
5. Utveckla berättelser kopplade till andra nordiska projekt inom Ny Nordisk Mat, för att stärka de koncept och idéer som utvecklas där

FÖRFATTARE:

TOMAS CARLSSON

Idégivare och projektledare för Nordiska Måltidsberättelser. Under 2000-talet projektledare för Upplevelsemötesplats Hällefors och 2008-09 vice VD för AB Måltidsupplevelser i Grythyttan. Från hösten 2009 projektledare på Riksställningar i Visby. Har en bakgrund som mediepedagog, folkbildare, interpretatör och projektledare. Utbildning i mediepedagogik och IT, skogsbruk, folkbildning och ekonomisk historia.

E-POST: tomas.carlsson@riksutställningar.se

HEIDI DAHLSVEEN

Heidi Dahlsveen är berättare från Oslo och assisterande professor i storytelling vid universitetet i Oslo. Hon har berättat professionellt sedan 1996. Utbildad i teater, drama, litteratur och storytelling i Norge, Frankrike och England. Heidi har också arbetat med många spännande projekt i Norden, bland annat flera mat- och berättarprojekt i Norge. Heidi deltar i ett europeiskt samarbete 2009, *"Ecco with variations, norse mythology - not a romance"*, en episk berättarföreställning som vill skapa reflektion runt nordiska myters aktualitet i nutiden.

E-POST: heidi@dahlsveen.no

IDA JUNKER

Ida Junker, muntlig berättare till yrket, kan hundratals berättelser från hela världen som hon framträtt med på företag, bibliotek, museer, skolor och festivaler sedan 1998. Ida är utbildad bildkonstnär, drama- och bildpedagog samt har en fil kand i konstvetenskap, arkeologi och kulturpedagogik. Hon har lett utbildningar sedan 1979, de senaste tio åren med fokus på berättande som



Berättarna smider planer på Vinkällaren Grappe i Stockholm. Heidi Dahlsveen Norge, Ida Junker Sverige och Nepe Pettersson Finland.

verktyg för pedagogik och marknadskommunikation. Ida tillhör kompaniet Fabula Storytelling och är initiativtagare till en rad berättarverksamheter i Sverige, bland annat Ung Berättarscen.

E-POST: ida.junker@storytelling.se

RICHARD TELLSTRÖM

Richard Tellström är lektor på Grythytte Akademi vid Örebro universitet (kallad Restauranghögskolan i Grythyttan). Han forskar från en etnologisk vinkel om det nutida europeiska måltidskulturarvet och hur detta formas av både marknadsutveckling och politiska utvecklingsprojekt. Han är också fristående rådgivare till företag som arbetar med olika former av livsmedelsproduktion men också med måltiden som profilskapare och upplevelse-event. 2006 disputerade han med en analys av vad som händer när måltidens kulturarv kommersialiseras och politiseras i vår tid.

E-POST: richard.tellstrom@oru.se



Den norska gruppen samlad på Oppaker gård.

DELTAGARE I PROJEKTET NORDISKA MÅLTIDSBERÄTTELSE

BERÄTTAR-WORKSHOPS I FINLAND:

Anders Lindholm, Backer's Bakers
 Dave Huldin, restaurang Knipan, Ekenäs
 Gunilla Wikström, Westerby Gård, Ingå
 Ingrid Träskman, grönsaksodlare
 Jan Westerling, restaurant Origo, Hangö
 Jeanette Bäckström, Westerby Gård, Ingå
 Leena Immonen, SaariTours, Ekenäs
 Magnus Svennblad, restaurang Knipan, Ekenäs
 Vildmarksmat, en deltagare

BERÄTTAR-WORKSHOPS I SVERIGE:

Aldona Janssen, Good Living
 Alf Wikström, Bredsjö Kulturkooperativ
 AnneMarie Petterson, Stortorp Östra, Aspabruk
 Annika Göran Rodell, Uttryck som arbete
 Aulis Syväjärvi, A Taste of Media
 Betty Ibrahim-Hult, Betty Hult i Hällefors
 Bram Janssen, Good Living

Britt Marie Josefsson, Hällefors
 Elin Sandberg, Grythyttan Vin AB
 Emelie Hilmersson, Bredsjö Kulturkooperativ
 Emma Tingvall, Hällefors folkhögskola
 Esko Thorell, Hällefors
 Gabriella Kerverfors, Hällefors folkhögskola
 Hanna Zell, Hällefors folkhögskola
 Helena Lundholm, Formens Hus
 Helena Wiklund, Mötesplats Piteå
 Kristina Henricsson, Grythyttan Gård
 Lena Hellström, Himlajorden AB
 Maria Lagergren, Mörlunda AB
 Maria Thorén, Hällefors folkhögskola
 Marina Nilsson-Werding
 Monica Äjje-Lennin, Mötesplats Piteå
 Sune Högberg, Himlajorden AB
 Susanne Nissinen, Formens Hus
 Sven Eriksson, Bredsjö Kulturkooperativ

Zandra Eriksson, Formens Hus
 Åke Granberg, Mötesplats Hällefors

BERÄTTAR-WORKSHOPS I NORGE:

Charlotte Omsted Mohn, Opaker Gård AS
 Elin Skaslien, Skaslien Gjestgiveri AS
 Hanne Lund, Skald Norge AS
 Hendrik Grendel, Grendel Meny
 Inger Torgersrud, Torgersrud Holding AS
 Ingrid Bolstad, Tradisjonsmat
 Kjell Vaagen, Hedmark fylkeskommune
 Lina Dybdal, Kulturstua i Ro
 Margit Rognerud, Ankalterud gard
 Ole Christian Tilstet, Kunnskapsparken Hedmark
 Ole Martin Kildahl, Bakken Øvre Gardsmat
 Ragnar Thorvaldsen, Innlandsbordet/Næringsrådet
 Tor Jacobsen, Kulturstua i Ro
 Vidar Marthinsen, Fine Forest Foods AS
 Vigdis Sandberg, Hoel Gård



Ur Walin&Schager: Kokbok vid Högre Lärarinne-seminariets Hushållsskola 1911. Här skolades våra farmödrar i boullion-kokning...

BILDER:

FOTON:

Sid 3: Ida Junker
 Sid 5: Ebba Junker
 Sid 6, 9, 10, 14, 19, 27, 30, 33, 39, 40, 47, 48, 50: Tomas Carlsson

ÖVRIGA BILDER:

Sid 4: Laxen är en vinjettbild ur Dr Ch Em Hagdahl: Kok-konsten, Stockholm 1896, faksimil Gastronomiska Akademin 1979
 Sid 32: Soppa på en spik, teckning av Ida Junker
 Sid 34-35: Solen berättar för månen, teckningar av Ida Junker
 Sid 36-37: Fiske och biodling ur Skapelsens sedelärande samtal, (Dialogus Creaturarum Moralizatus) 1483, Sveriges första tryckta bok
 Sid 38: Teckning av Mats Rehnman till den svenske berättaren Göran Hembergs föreställning om Herverasagan
 Sid 46 samt omslagets näst sista sida: Fiskmarknad och gästbud ur Olaus Magnus *Historia om de nordiska folken*, utgiven i Italien år 1555

Åse Gjeffe, Gaarder

INLEDANDE WORKSHOP, KUNSKAPSDAGEN I
 GRYHTYTAN 19/10-07:

Annika Göran Rodell, Uttryck som Arbete

Barbro Henning, författare

Barbro Lewin, Måltidsakademien

Björn Ylipää, Måltidsvision AB

Dorita Svens Hallberg, Stiftelsen Åke Johanssons minne

Elisabeth Michaelsen, VD Delimat

Emma Estborn, Nätverket för upplevelseindustrin

Harriet Ljung, konstgallerist

Jesper Fermgård, projektledare, KK-stiftelsen

Johan Alvé, DG- kafé

Joppe Pihlgren, programansvarig KK-stiftelsen

Karin Kax, student Restauranghögskolan

Kerstin Johansson, Stiftelsen Åke Johanssons minne

Lars Eriksson, Kring Mat

Lisbeth Lindén, författare, Lind's Kök KB

Maria Berg, författare, Lind's Kök KB

Maria Lagergren, konstnär

Marie Stridh, Stiftelsen Åke Johanssons minne

Sören Lithell, AB Måltidsupplevelser i

Grythytan

Turid Daehlin, Kunnskapsparken Hedmark

KURSLEDARE

Heidi Dahlsveen, berättare, Norge

Ida Junker, berättare Fabula Storytelling Sverige

Neppe Pettersson, berättare, Finland

Tomas Carlsson, vice VD, AB Måltidsupplevelser

i Grythytan

WORKSHOPS & SEMINARIER 2008:

Workshop 1 Finland Westerby Gård Ingå

23-24 januar

Workshop 1 Sverige, Grythyttans Gård

31 januari-1 februari

Extrainsatt workshop Formens Hus 14 februari

Workshop 2, Sverige i Formens Hus Hällefors

21-22 februari

Workshop 1 Norge, Oppaker Gård

28-29 februari

Workshop 2, Finland, Fiskars 6-7 mars

Workshop 2, Norge, Ankalterud Gård

10-11 april

DESSUTOM

hölls en berättarkväll den 14 februari i Hällefors på temat erotiska berättelser där ca 30 personer deltog. Då bjöds också på mat under samma tema, från Norden, Orienten och antiken. "Oförglömlig var den inlagda äsnepenisen..."

17 maj hölls en berättardag i det fria i Björskogs-näs naturreservat, Grythytan med 10 deltagare.



Projektet presenterades för de nordiska måltidsambassadörerna vid en middag hos Carl Jan Granqvist på Saxå Herrgård. Till höger den finska berättaren Neppe Pettersson.

VI VILL TACKA

projektets alla deltagare i Finland, Norge och Sverige *samt*

Benny Skyttman, AB Måltidsupplevelser i Grythyttan
 Carl Jan Granqvist, AB Måltidsupplevelser i Grythyttan
 Clarence Werdin, Upplevelsemötesplats Hällefors
 Ebba Junker, Krutdurken
 Erik Andersson, Upplevelsemötesplats Hällefors
 Helen Uliczka, Upplevelsemötesplats Hällefors
 Lars Eriksson, Kring Mat
 Magnus Gröntoft, Ny Nordisk Mat
 Marina Nilsson Werdin, Upplevelsemötesplats Hällefors
 Mats Rehnman, Fabula Storytelling
 Neppe Pettersson, berättare Finland
 Nina Glimvall, Glimvalls produktioner
 Peter Hagberg, Fabula Storytelling

De kursgårdar där vi genomfört workshops:

Ankalterud Gård, Norge
 Formens Hus, Hällefors
 Grythyttans Herrgård
 Oppaker Gård, Norge
 Westerby Gård, Finland

Organisationer och samordnare:

Kjell Vaagen, Hedmark fylkeskommune, Norge
 Ragnar Thorvaldsen, Innlandsbordet/Næringsrådet i Gjøvik-regionen, Norge
 Thua-Lill Eliasson med medarbetare, Raseborgs Näringslivscentral
 Ab, Ekenäs, Finland
 Leena Immonen, Saaritours Ab, Ekenäs, Finland

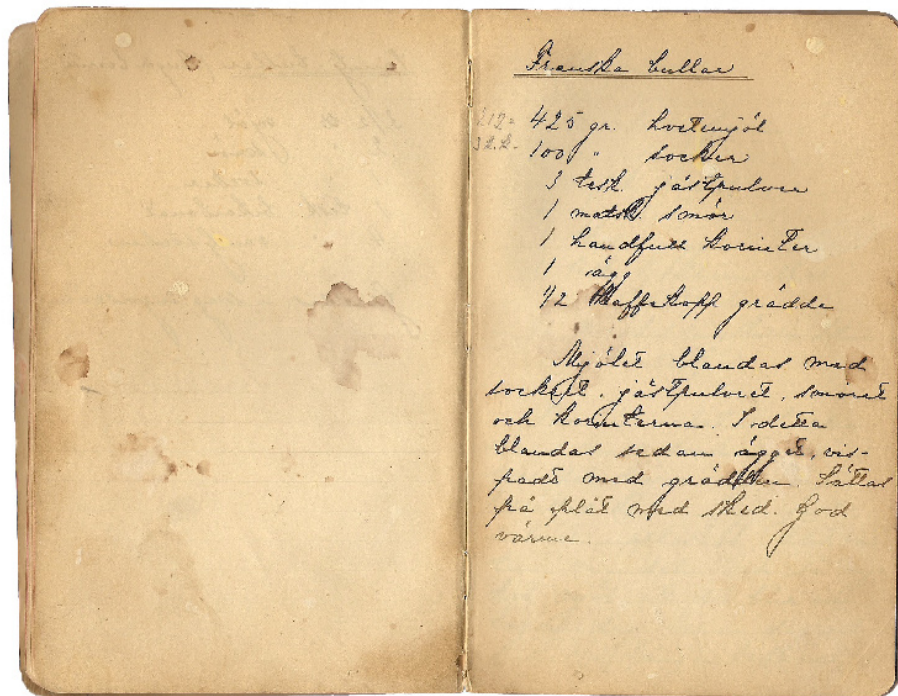
- och alla andra som bidragit till att Nordiska Måltidsberättelser blivit ett lyckat projekt!

Ölet må i floder flöda, måtte härlig honung välla
här i Pohjas stora stugor, här i Sariolas salar;
må man kväda alla kvällar, alla aftnar ha sin gamman
i vår husfars hela livstid och så länge husmor lever!

Kalevala, 21:a sången



Redaktion/produktion: Tomas Carlsson, Ida Junker 2009
Foto framsidan: Mikael Persson/Upplivelsesmötesplats Hällefors
Grafisk form: Ida Junker, Fabula Storytelling
Copyright: respektive författare
Tryck: Strands Grafiska, Lindesberg
Skriften kan beställas från AB Måltidsupplevelser i Grythyttan,
www.maltidsriket.se



”Välkommen hit, käre vän!” sa hon. ”Men varför ser du så ledsen ut? Är det något som fattas dig? Vill du äta, så ät! Vill du dricka, så drick! Vill du sitta, så sitt!” Och hon såg så vänligt på honom...

Rättan, nordisk folksaga