

## PRÁCE S PŘÍBĚHEM A JEHO VYPRÁVĚNÍ JAKO REFLEXE - ANEB - JAK EFEKTIVNĚ KOMUNIKOVAT FIREMNÍ TÉMATA

MARTIN HAK

### Anotace

*Příspěvek se týká konkrétního případu, jenž spadá do kategorie vzd. dospělých – individuální poradenství a trénink. Práce s příběhem je dobrým nástrojem ke komunikaci firemních témat. Aby mělo použití tohoto nástroje žádaný efekt (tedy porozumění zúčastněných vybraným tématům), je třeba, aby došlo k propojení mezi individuálními zážitky jednotlivců a vybraným tématem. Prostřednictvím reflexe. V příspěvku jde o fázi přípravy příběhu a mluvčího k živému vyprávění před skupinou právě za tímto účelem.*

### Klíčová slova

*Dorozumívání, firemní prostředí, komunikovaná zkušenost, příběh, příčinná vazba, reflexe, storytelling, téma, umění popisu, vyprávění, zážitky.*

### Úvod

V textu příspěvku se ve spojení s jednou konkrétní zakázkou, kterou jsem přijal a řešil v roce 2013, snažím nastínit, jak může práce s příběhem a jeho živé vyprávění mít své místo v interní komunikaci firemních témat, tedy v pracovním prostředí. Přes vysvětlení základních pojmů jako příběh, práce s příběhem, storytelling a živé vyprávění příběhů, se dostaneme přes krátkou úvahu o spojení živého vyprávění příběhů s pojmem reflexe ke krátkému popisu vybraného firemního případu, abychom se zorientovali v zadání zakázky. V takto otevřeném poli se pak pokusím zodpovědět následující otázky. Jak může vypadat hledání a příprava příběhu k vyprávění ve firemním prostředí? Jak vypravěč pracuje, aby mu bylo rozuměno? Jak může vypadat individuální práce s klientem (zadavatelem zakázky)? Proč se ke komunikaci firemních témat hodí právě příběhy a proč právě ve formě živého vyprávění? Jaké schopnosti, dovednosti a znalosti by měl vypravěč hledat a rozvíjet?

## 1. O práci s příběhem

### 1.1. Co je příběh

Na tomto místě si vystačíme s několika tvrzeními, která ať trochu provokují mysl k další práci.

- Příběh je sled událostí, mezi nimiž spatřujeme kromě chronologické, také kauzální vazbu.
- Příběh je přehledný a srozumitelný celek, složený z informací, názorů, hodnot, postojů, zkušeností, pochybností, prověřených modelů jednání, ...
- Příběhy plynou v obrazech.

- Příběh má svůj začátek, střed a konec.
- Každý příběh má svého autora.
- Příběhy potřebujeme pro život stejně jako vodu.
- Příběh je výsledkem lidské touhy po smyslu.
- Dobré příběhy nikdo nezapomíná.

## 1. 2. Co je práce s příběhem

Vyděme z toho, že se jedná o cíle-vědomou (zacílenou) činnost. Ten, kdo pracuje s příběhem, usiluje o nějakou změnu oproti současnému stavu a činí tak s využitím potenciálu, který v sobě má právě příběhový materiál. Ve spojitosti s příběhem můžeme naplňovat nejrůznější cíle, například kolem témat jako motivace, estetický zážitek, výchova či vzdělávání. A můžeme tak činit s různými skupinami i jednotlivci, různě dlouhou dobu, různým způsobem, bezprostředně i s využitím médií, ...

Pro tento příspěvek je však cesta jednoznačná. Jde o práci individuální, tedy v relaci konzultant – klient. Jde o práci krátkodobou, v rozmezí přibližně tří hodin živého setkání + předchozí práci konzultanta na přípravě příběhového materiálu a následnou samostatnou práci klienta podle domluveného plánu. Cíle budeme formulovat kolem tématu výchova a vzdělávání (formativní složkou bude nahlížení vybraných hodnot a uvědomění si některých vlastních postojů, informativní složkou bude předání vybraných nových informací), blízko bude i téma motivace.

## 2. O živém vyprávění

### 2. 1. „A není to náhodou ten Storytelling?“

Není. Přesněji možná ano, možná ne. Přidržím-li se pouze překladu, může jít o jakékoliv vyprávění příběhu, v jakékoliv podobě. S pojmem storytelling můžeme tak spojovat rozhlasové vyprávění pohádky na dobrou noc nebo i produkci filmového díla. I to je způsobem vyprávění, jen zase s využitím jiné technologie. To není vše. Výraz storytelling můžeme směle spojovat s televizním pořadem „Na stojáka“, stejně jako s vystoupením baviče na hasičském plese, který sype z rukávu žertovné historky z posledních akcí sboru. I když opustím tupý překlad slovního spojení dvou pojmů a budeme hledat příklady užívání pojmu jinde ve světě, nezískáme nijak jednoznačnou představu. Za storytelling je považováno umění pouličních nebo kavárenských vypravěčů. Je jím také označován výkon učitele při barevném líčení látky dějepisu, nebo výkon autora románu, který při večerní besedě v knihovně vypráví části svého textu. Dokonce storytelling je označení pro vyučovací metodu, již může studovat připravující se pedagog na některých školách (např. v Norsku). Slovo storytelling je také k nalezení v pojmu digitální storytelling. S využitím digitálních technologií je totiž možné pod vedením odborníka vytvářet, sdílet a šířit obrazový materiál, který má představovat autorské pojetí vybraných životních událostí. Otázka co je storytelling ať v tomto příspěvku zůstane nezodpovězena. Úplná definice pojmu by v sobě musela zahrnout všechny možnosti užití a pro potřeby tohoto textu (nejen) by mohla být spíše

matoucí. Namísto pojmu storytelling nabízím významuplný a jasný tříslavný pojem **živé vyprávění příběhů**.

## **2. 2. Co je to živé vyprávění příběhů**

Slovo "živé" nám dává najevo, že se jedná o "živé setkání lidí", o autentický neopakovatelný proces, v němž příběh "ožívá" mezi přítomnými do tvaru, ve kterém jej jiní lidé jindy již spatřit nemohou. Ti, kdo jsou přítomni spolu s vypravěčem, v pravém smyslu stvoří (znovu narodí, nově a jen pro tuto chvíli uvedou v život) příběh, a sledu jednotlivých událostí vetknou smysl podle svého aktuálního porozumění. V sousloví "živé vyprávění příběhů" je pojmenováno obousměrné dorozumívání mnoha komunikačními kanály a bezmediální přenos informací. Je to svébytný způsob setkání s příběhem, kdy vypravěč i jeho diváci-posluchači jsou si blízko, způsob vyjevení příběhu a jeho podoba jsou výsledkem společného úsilí.

Ten tříslavný termín signalizuje také snahu vymezit se vůči jiným známým způsobům setkání s příběhem, jako například "vyprávění příběhů" posluchačům rozhlasu, divákům televize, návštěvníkům kamenného divadla, čtenářům knih, atp. V těchto případech se téměř vždy jedná o jednosměrné dorozumívání, o proud informací skrze vybrané médium, které má vždy oproti živému lidskému setkání jen úzké spektrum komunikačních kanálů pro informační tok. Příběh je v takovém případě již "hotov", zaznamenán (nebo přenášen), "konzervován" do tvaru, na který příjemce (konzument) nemá vliv a zároveň tvůrce jej již na základě reflexe přítomné chvíle nemůže „dotvarovávat“ do podoby nejsrozumitelnější konkrétním lidem. Setkání s příběhem skrze médium je aktem obvykle velmi individuálním (tak trochu stranou tohoto vymezení stojí některé druhy divadla).

U nás nemá vypravěčství (bezmediální) nijak valnou tradici ani pověst. Vypravěč významově nešťastně mnohým splývá s pojmy "bavič", "šoumen" a vypravěčství je "něco jako one-man-show" nebo "talk-show" a s medií je v těsném spojení. Zmiňované tříslavné pojmenování se snaží tyto významové nánosy často odrážející jen různé formy televizních pořadů od "živého vyprávění příběhů" prostě oddělit. V povědomí široké veřejnosti také zůstává z minulosti slovní spojení „lidový vypravěč“. Bohužel, s významem nejčastěji degradovaným do podoby „jakýsi strýc-kecal-komik, co baví okolí legračními historkami ze života“. Tato podoba vypravěčství má samozřejmě své místo na slunci, dnes však splývá se zmíněným bavičstvím a proto je třeba zdůraznit, že celá instituce vypravěčství je mnohem košatější.

Vypravěčské řemeslo má blízko k divadlu, kulturně-historicky je divadlu dědečkem. V divadelním umění se můžeme potkat s pojmem „divadlo jednoho herce“. To se však od živého vyprávění příběhů liší často v obsahu, zejména však ve formě. Vypravěč je stále aktuálně přítomen v „ted“ a tady“, vypráví příběh „sám za sebe“, reaguje naprosto svobodně na podněty z okolí a někdy, je-li třeba, vstupuje do role a jedná za postavu. Zatímco herec zpravidla hraje většinu času roli a vyjevuje jednáním i slovem předem stanovený dramatický text divadelního díla.

**Zásadními aspekty živého vyprávění příběhů** jsou autentický pobyt „na scéně“, obousměrné mnohvrstevnaté dorozumívání, „přenos“ obrazů obrazivým jednáním, vyprávění jistého (velkou měrou svého) vidění světa jiným k nahlédnutí a posouzení,

rozvinuté umění popisu, využívání představivosti, obrazotvornosti i fantazie, improvizace, kreativita, ... a činnost vypravěče jako pečlivého průvodce krajinou příběhu.

### 3. O vyprávění jako o reflexi

Když někdo pokládá otázku „co se děje při živém vyprávění příběhu“, snadno odpovídám: „Děje se reflexe“. Jak to? Jestliže reflexe v sobě zahrnuje zachycení obrazů minulých událostí, jejich analýzu, nalezení nových výkladů a souvislostí, pojmenovávání, poznávání, uvědomování, úpravy v osobním aktuálním náhledu vybrané problematiky, formování nových či upevňování prověřených názorů, postojů, hodnot, ... jde při živém vyprávění příběhů jednoznačně o proces reflexe. Účastníky jsou všichni, celá skupina, průvodcem v procesu je pak vypravěč. Ten má plán, cíl, ke kterému v celém procesu míří. Jeho cíle se vůbec nemusí týkat tématu reflexe a cílem může být něco zcela jiného.

I tak je svou povahou živé vyprávění příběhů vždy reflektivní činností (podobně jako návštěva divadelního představení). Chceme-li ale mluvit o skupinové reflexi, kde je pečováno o prostor pro zpětnou vazbu mezi účastníky, kde probíhá sdílení názorů a myšlenek a závěry reflexe jsou také sdílené celou skupinou, ... musíme si již představit specifický výkon vypravěče. Je to právě on, kdo svým jednáním, a použitými technikami dává nebo nedává k takovéto podobě reflexe prostor.

## 4. Firemní případ

### 4. 1. O komunikačních možnostech v hierarchickém uspořádání

Vše, co již víme o živém vyprávění příběhů i možnostech záměrné práce s příběhovým materiálem, nyní spojíme s jedním konkrétním případem, který jsem realizoval jako zakázku v roce 2013. Jak vypadala situace?

„Byla jednou jedna ...“ v celku velká obchodní společnost. Hlavou nejodpovědnější je jednatel a ten je v častém osobním kontaktu s pěti svými řediteli (odd. marketingu, odd. obchodu, personální odd., apod.). Dorozumívání mezi těmito šesti hlavami probíhá často ústně, nejčastěji v osobním kontaktu, méně často telefonicky, podklady a výstupy z jednání jsou komunikovány skrze e-mail. Tato skupina lidí si dobře rozumí, mají velmi podobné vzdělání a hluboký vhled nejen do svého oboru, ale nutně i do oborů ostatních kolegů, samozřejmostí je skvělá orientace v oblasti, v níž působí jejich obchodní společnost. Předmětem komunikace je nejen operativa, ale velkou měrou také péče o směřování společnosti, etiku, hodnoty.

Každý z pěti šéfů má ve svém oddělení cca čtyři odborné zaměstnance. Je s nimi v denním kontaktu, dobře se znají, dorozumívání probíhá nejčastěji ústně z očí v oči, méně často telefonem. Všichni si velmi dobře rozumí, znají jazyk svého oboru. Cokoliv přijde „shora“, dovede jim jejich šéf snadno „přeložit“, vždyť byl u toho, když se ta věc řešila. Ale musí to udělat, protože „jazyk šesti hlav“ je trochu jiný, než jejich. Předmětem komunikace je zejména operativa.

Poměrně dramaticky však začíná vypadat náhled úrovně dorozumívání o další patro níže v hierarchii společnosti. Jde o to, že s každým z pěti oddělení komunikuje zhruba 100 lidí

středního managementu. Dvacet je ze severu, dvacet z jihu, dvacet z východu, atp. Zhruba pětina má k centrále blízko a s některými již pojmenovanými je příležitostně v osobním kontaktu. Většina však informace získává a dostává prostřednictvím telefonních hovorů, v největší míře ovšem jednoznačně skrze psané slovo skrze e-mail. Vzájemně se většinou neznají, pokud ano, tak zejména v rámci svého segmentu (jih, sever, ...) z nečetných pracovních setkání. Těchto zhruba sto lidí ze všech koutů země má různé vzdělání, různé životní zkušenosti, věkem se nacházejí v rozmezí od 26 do 60 let a pracují ve firmě různě dlouhou dobu. Někteří jsou odborníci v oboru marketing, jiní v IT a další technické podpoře, jiní jsou obchodníci, ... Spojuje je kromě společné značky hlavně téma vedení lidí. Předmětem komunikace je zejména operativa.

Každý z právě popsaných má na starost část nižšího managementu, která spolu s dalšími jejich podřízenými (zaměstnanci nejnižší hierarchické úrovně) činí zhruba dvě stovky lidí v každém geografickém segmentu. Jde přibližně o 1000 lidí. Každý nižší manager je v pravidelném osobním kontaktu se svým šéfem a zároveň v denním osobním kontaktu se svými podřízenými. Každý nižší manager je dobrým „překladačem“ mezi jazyky vyšší i nižší hierarchické úrovně společnosti.

#### 4. 2. Zakázka

Během klíčové schůzky „šesti hlav“ bylo rozhodnuto, že:

- Víme, co potřebujeme/chceme říci. Našli jsme pro to jasná slova. Jde nyní o to, jakým způsobem bude zpráva komunikována.
- Společnost uspořádá výroční setkání „všech“ do úrovně nižšího managementu. Jedním z důvodů je znalost krizového „mostu“ pro dorozumívání. Osobní setkání je nutné. Jednodenní akce se bude skládat z části zacílené na podporu vzájemného poznávání s akcentem na téma důvěra v sebe a druhé (subdodávka), z krátkého setkání nad firemními záležitostmi v podobě vystoupení „šesti hlav“ s krátkými vlastními příspěvky na domluvené téma před plným sálem. Den bude uzavřen večerním kulturním programem a volnou zábavou (subdodávka).
- Jednatel představí krátce celý koncept plánované transformace společnosti. Vybraným tématům se pak vyjádří v pětiminutových příspěvcích jednotliví šéfové za svá oddělení.
- Nejde o to, říci a vysvětlit vše. Jde o to (naším cílem je) sdělit v tuto chvíli to podstatné s jistotou v porozumění na úrovni hodnot (osobních/firemních). Další podrobné informace projdou později obvyklými cestami.

Zakázka konzultantovi pro práci s příběhem v komunikaci firemních témat zněla: Jsem vedoucí personálního oddělení, v pětiminutovém živém vystoupení potřebuji 250 lidem sdělit svou osobní představu o porozumění vybranému firemnímu tématu a také o tom, jak v souvislosti s ním bude pracovat mé personální oddělení. Velmi ráda bych pro tuto příležitost použila nějaký vhodný příběh. Obsahem sdělení by mělo být:

- Bud'te odvážní
- Bud'te aktivní



- Dělejte chyby, ale komunikujte to
- Chyby neopakujte

## 5. Hledání a příprava příběhového materiálu

Začal jsem hledat příběhový materiál, který by uvedené body ideálního sdělení v sobě spojoval. Vše začalo kladením otázek, k jejichž zodpovězení jsem musel reflektovat některé své životní zážitky, začal jsem si znovu vybavovat torza příběhů či jen drobné události z vlastního života. Hledal jsem totiž příběh skutečný. Těch hlavních otázek, jež mě v celku jednoduše zavedly skrze tvůrčí oblak volných asociací k finálnímu příběhu, nebylo moc. Zde jsou:

- Jak to vypadá, když je někdo aktivní a odvážný?
- Co někoho přiměje k tomu, aby takový byl?
- Co se stane, když někdo dělá chyby, ale nekomunikuje je?
- Co se musí stát, aby chybující byl ochoten o svých chybách mluvit a řešit je s druhými?

S každou otázkou se při hledání možných odpovědí objevilo množství obrazových asociací. Otázky k tomu samy vybízí („Jak to vypadá, když ...“ nebo „Co se musí stát, aby ...“). Objevil jsem záhy ve svém životě velmi krátký příběh, který se odehrál asi před deseti lety v místě mého bydliště a já byl jen přihlížejícím. Po krátké rekonstrukci jsem jej upravil přidáním několika motivů a mikrosituací tak, abych byl schopen obhájit jeho celistvost a vyznění, když jsem uvažoval o jeho živém vyprávění dospělým divákům – zaměstnancům obchodní společnosti, v určité situaci s určitým záměrem/cílem.

### 5. 1. Petruščin příběh – poznámky k procesu přípravy materiálu pro klienta

Bylo by hezké, kdybych na tomto místě začal vybraný příběh vyprávět, aby měl každý čtenář jasnou představu. Neudělám to. Namísto toho předkládám k nahlédnutí další výčet otázek. Jsou to otázky, které si pokládá vypravěč během vyprávění. Jsou to zároveň otázky, na které dostává posluchač při živém vyprávění příběhu odpověď většinou v čase těsně před tím, než by je byl býval sám položil – vypravěč je ovšem rychlejší. Zároveň jsou to otázky, které drží pohromadě smysluplnost celku kolem vybraných témat, jimž má být porozuměno, a jsou vypravěčovým nástrojem k tomu, aby posluchače k porozumění dovedl. Na cestě se nelze ztratit, otázky totiž směřují ke kauzalitě ve sledu událostí a to je pevná červená nit.

Tedy: Kdo je Petruška? Co se jí stalo? Z jakého důvodu? Jak se při tom cítila? Jak a kdo to vyřešil? Co jistou konkrétní kvalitou svého zásahu způsobil za další vývoj v Petruščině budoucnosti? Kolik takový zásah stojí sil? Jaké musí mít k tomu člověk předchozí životní zkušenosti, aby v pravý čas osvědčil dovednost empatie, nadhledu a sebereflexe? Jak mohlo vše dopadnout jinak?

Přece jen je třeba tu o Petruščině příběhu něco říci. Petruška udělala něco, co mohlo mít velmi nepříjemné následky, zejména pro ni samotnou. Mohla přijít ošklivým způsobem o prst na ruce. Díky expertnímu zásahu jejího tatínka se tak nestalo. Její čin byla chyba. Selhání

v úsudku z neznalosti světa. Zároveň ovšem šlo o chybu v procesu aktivity hledání řešení problému a tato aktivita byla vedena/motivována touhou. A to je velmi krásné.

Jedna z nutných reflektivních otázek, která musí padnout před publikem v tomto případě je: Co se stane, když jako dítě chybujete v procesu objevování, experimentování, nacházení nových řešení, ... když tento proces je samozřejmě motivován touhou osvědčit své schopnosti a dokázat ...? Co se stane, když chybujete a vaše okolí vás nepodpoří? Když namísto podpory dostanete „sodu“ v podobě kritizujících, ponižujících a zesměšňujících výroků, jako např.: „No, tos to zase vyved, chytráku! Přemejšliš ty vůbec, kluku pitomá? Copak nevíš, co by se mohlo stát, všechno? Takovou kravinu, to sem neviděl, todleto! Počkej, to si vypiješ!“

## 6. Jak vypravěč pracuje, aby mu bylo rozuměno

Použil jsem výše sousloví „reflektivní otázka“. Je to v pořádku. Jak jsme si již vysvětlili, vypravěč je průvodcem v procesu reflexe. Někdy klade otázky a nečeká na verbální odpovědi, jen vnímá neverbální odezvu. Zpětnovazebné informace komunikované neverbálním způsobem jsou čitelné nejen jemu, ale jsou k dispozici také všem ostatním zúčastněným. Nezřídka jejich výklad sám vypravěč komentuje slovy. Jindy se zeptá a počká na jasnou verbální odpověď, aby s ní dále pracoval. Příběh je vyjevován prací vypravěče ve srozumitelných obrazech, které se skládají z životních zážitků a zkušeností všech zúčastněných. Vypravěč předpokládá jisté pole podobného zkušenostního základu s vybranými klíčovými pojmy, s klíčovými událostmi příběhu, s obrazy jistých základních situací příběhu, s obmyšlenými tématy, ... a s tímto materiálem začíná postupně vyjevovat děj skrze rozvinuté umění popisu mnoha komunikačními kanály zároveň. Mimo verbální sdělení je ve hře najisto také gestika, haptika, proxemika, mimika. Vypravěč komunikuje prostřednictvím zvuků ruchů, někdy zpěvu, někdy poezie, někdy hrou na hudební nástroj, ... Každý volí prostředky podle možností svých i publika, příběhu, prostředí, v němž se nachází a dalších okolností.

## 7. Jak probíhala vlastní individuální práce s klientem

Tady si dovolím být velmi stručný a použiji k tomu číslovaný odrážkový výčet. Dá nám přehledně nahlédnout posloupnost jednotlivých kroků.

1. Klient se seznámil s textem navrženého příběhu v psané podobě.
2. V rozhovoru s konzultantem byl prověřován obrazový materiál, který byl při čtení textu klientovi v představách k dispozici.
3. Proběhlo vyjasňování jednotlivých obrazů příběhu, co do spojitosti s vybranými tématy a hledání jejich variant tak, aby odpovídaly klientovým osobním zkušenostem.
4. Vznikal mírně upravený text příběhu.
5. Byl učiněn první klientův pokus o vyprávění bez použití textové předlohy. Konzultant generoval specifický schematický grafický záznam sledu událostí, témat a osobitého způsobu vyprávění klienta.

6. Proběhl rozbor pořízeného grafického záznamu, jeho drobné doplnění klientem a nový pokus o vyprávění včetně vypravěčských reflektivních otázek.
7. Po jeho skončení následovala analýza budoucí situace vyprávění, aktuální formulování zásadních částí sdělení a nakonec poslední (měřený) pokus o vypravěčský výkon klienta.
8. Proběhla domluva na jednoduchém tréninkovém plánu pro několik dní zbývajících do „premiéry“.

K tomuto výčtu dodávám jen poznámku, že jde o pět o blízké setkání, jehož obsahem je dorozumívání se o hodnotách, názorech, postojích, ... Je realizováno formou reflektivního rozhovoru a dochází při něm k verbalizaci životních zkušeností a aktuálních myšlenek jak klienta, tak konzultanta. Oba, pokud se práce daří, odcházejí bohatší o nová uvědomění, nové vhledy do tématu.

## **8. Závěrem shrnutí o komunikaci firemních témat ve spojení s živým vyprávěním**

### ***8.1. Několik důvodů, proč k efektivní komunikaci firemních témat použít živé vyprávění příběhů***

**Proč právě příběhy?** Příběhy jsou formou uspořádání výpovědi o světě, která svou podobu dostává od počátku lidského dorozumívání. Dobrý příběh se dotýká osobních zážitků i zkušeností všech zúčastněných a je proto obecně srozumitelným materiálem. Pro náš případ dodávám, že obecně srozumitelným materiálem znamená především srozumitelným napříč věkovými skupinami, napříč historickými obdobími, napříč pohlavími, napříč hierarchiemi všeho druhu, napříč úrovněmi vzdělání, napříč obory činností, ... atp. Příběh je prostor pro sdílenou lidskou zkušenost.

**Proč právě ve formě živého vyprávění?** Jde o živé osobní blízké setkání. Přítomen je důkaz, že za tím, co říkám, také stojím. Každá z vyřčených myšlenek má tvář a jako vypravěč nesu svou kůži na trh. To vše podporuje rozvoj důvěryplného vztahu mezi vypravěčem a diváky. Pro náš případ zvýrazním, že pokud je ve firemním prostředí vypravěčem předkladatel vize a diváky jsou firemní zaměstnanci, je tento aspekt vypravěčského výkonu obzvláště žádaným výsledkem celého procesu.

### ***8.2. Co se to vlastně při živém vyprávění příběhu ve firemním prostředí děje?***

Vypravěč řemeslně skvěle vypráví připravený příběh. Je průvodcem v obrazech příběhu a zároveň je facilitátorem reflektivního procesu, při němž jde o propojování (nalézání, pojmenovávání, uvědomování si, ...) osobních zážitků a témat s vybranými tématy firemními. To vše se děje v jednom toku času. Plyne příběh a probíhá reflexe a propojování.



### 8. 3. O Schopnostech, znalostech a dovednostech, zejména vypravěčových.

Co se týká aktu **živého vyprávění**, je třeba, aby vypravěč byl zejména **schopen** sebereflexe a reflexe vlastních životních témat. Měl by mít **znalosti** z oblasti efektivního dorozumívání a také znalosti vlastního firemního prostředí a oboru činnosti mateřské společnosti. Rozhodně by také měl oplývat rozvinutými **dovednostmi** průvodce v procesu reflexe, měl by být mistrem v umění popisu a obrazivého jednání, měl by dobře ovládat práci s tělem i hlasem ... prostě své nástroje k dílu.

Co se týká **práce s příběhem**, je třeba, aby vypravěč byl zejména **schopen** orientace v kauzálním modelu sledu událostí, včetně schopnosti kauzalitu mezi jednotlivostmi celku příležitostně argumentovat. Měl by mít alespoň elementární **znalosti** z oblasti konstrukce a provádění dramatického jevištního díla. Rozhodně by také měl ovládat **dovednost** objevovat a pojmenovávat v příběhu obsažená témata, včetně dovednosti upozadění jedněch a podpory druhých v procesu výsledného tvarování příběhového materiálu.

Tolik tedy v závěru k našemu tématu efektivní komunikace firemních témat za pomoci živého vyprávění příběhů. Rozloučím se zvoláním s leskem kategoričského imperativu: „Vyprávějte příběhy, je to dobré!“ Ať jste třeba učitelem, terapeutem, knihovnicí, mámou, dědečkem, ... a s firemním prostředím nemáte nic společného. Ve všech oblastech lidského počínání mají příběhy a jejich vyprávění od pradávna své nezastupitelné místo.

#### Autor

MgA. Martin Hak  
Vypravěč příběhů, lektor - na volné noze  
Kmochova 129/54  
614 00, Brno  
[martin.hak@seznam.cz](mailto:martin.hak@seznam.cz)