

Når en club-sandwich myldrer af liv

Først når du forbinder dig med et ganske bestemt sted i dit indre, kommer dine ord til live i andres bevidsthed. Derfor er mange taler så kedelige – men der skal forbavsende lidt til, før dine ord bliver bevægende for andet end folks gabe-muskler.

Af Esben Kjær

Den bedste historie blev fortalt cirka halvvejs inde i kursets anden dag.

Den tog cirka et minut og handlede om en club-sandwich. Ikke nogen bestemt club-sandwich - men om hvordan club-sandwiches nu engang ser ud, uanset hvilket internationalt hotels roomservice-menu, man møder dem på.

Læserne kan tilgives for at tro, at den hemmelige undertitel på Roxana Kias "Brug dig selv"-formidlerkursus er "...til at kede dine omgivelser ihjel i en fart". Men pointen er faktisk den modsatte: Selv noget så uinteressant som en club-sandwich kan tale intenst, endda til hjertet. Hvis formidleren altså er i kontakt med sit eget.

Med indadvendte tæer

Sandwich-historien blev serveret af en fyr, der ved kursets begyndelse var venlig og givetvis god mod dyr – men der var intet ved hans selvundskyldende væsen, der fik tilhørerne til at tabe bukserne.

Indtil dag to, altså – dagen, hvor vi alle ti kursusdeltagere skulle op på en scene og fortælle en selvvalgt historie. Den havde vi alle tænkt vældig meget over, for nu gjaldt det jo om at imponere de andre med alle de dybsindige og vittige ting, vi havde at sige.

Føromtalte fyr gik i gang med en følsom historie om hans liv med kunst. Han nåede sådan cirka halvvejs gennem indledningen, før Roxana med kirurgisk præcision huggede skalpellen ned i hans første ligtorn – hans manglende evne til at indtage sit eget rum: Hun stillede sig simpelt hen op foran ham og meddelte, at hun ikke havde tænkt sig at flytte sig, før ham havde overbevist hende om, at hun skulle skride.

Det ville være som at afsløre morderen i en god krimi på forhånd at beskrive Roxanas arbejdsmetoder nærmere. Pointen er, at en halv time, et par - for ham fuldstændig grænseoverskridende - vredeseksplosioner og andet godt fra fyrværkerikassen senere, sad vor ven på hug foran os og tryllebandt hele selskabet - med en faktuel beskrivelse af en club-sandwich så saftig, at vi bagefter blev nødt til at gå til frokost.

Dårligt forberedt

Det var vist NLP-folkene, der først fortalte os alle sammen, hvordan kun syv procent af vores kommunikation rent faktisk handler om de ord, der kommer ud af munden på os. Resten handler om stemmeføring, kropssprog og endnu mere uhåndgribelige ting fra den ydre stratosfære. Skal man tale for andre mennesker om et eller andet, bør man følgelig logisk set bruge syv procent af sin tid på at forbedre indholdet – og 93 procent af tiden på at forberede alt det andet. Desværre glemte NLP-folkene – og de fleste andre i formidlingsbranchen – at give os overbevisende værktøjer til at arbejde seriøst med de resterende 93 procent.

Så de fleste af os koncentrerer os 100 procent om indholdet. De 93 procents nonverbal kommunikation har vi udliciteret til standardiserede råd fra "formidlingsspecialister" om at bevæge kroppen og variere stemmen. Derfor lirer vi powerpoint-præsentationen af, mens vi med en sprællemands rutine lader både arme, ben og stemme gå op og ned i symmetriske cirkler på stewardesse-måden: "Der findes nødudgange foran, over vingen og bagest i flyet. Vær opmærksom på, at den nærmeste nødudgang kan være placeret bag Dem....". Prøv at iagttage de andre passagerer i flyet og se, hvor meget de lytter...

Find dig selv

Men stewardessen har faktisk en pointe: Nødudgangen væk fra dræbende formidling findes faktisk, om ikke bag os, så i hvert fald et sted, de fleste af os ikke er vant til at kigge – nemlig det sted inde i os selv, hvor autenciteten og følsomheden bor. Det er ikke teknikkerne og de store ord, der er hovedingrediensen i fængslende fortællinger – det er talerens evne til nærvær og til at tale om det, der optager hende, fra et autentisk sted.

Man (okay: jeg) kan mene, at sådan et udsagn har en fims af Tazo-the og speltkiks fra Urtekram over sig. Jeg er relativt velbevandret i selvudviklingsbranchen. Og har følgelig udviklet en uundgåelig overfølsomhed overfor urte-the og speltkiks – al denne uforpligtende, "åndelige" feel-good snik-snak i en selvudviklingsbranche, der alt for ofte er ude af stand til at bakke al stjernetågesnakken op af håndgribelige resultater. Og som mangeårig journalist og formidler har jeg ingen sceneskræk, og har til hver en tid kunnet fyre en interessant fortælling af på min glatte rutine.

Men trods spelt-allergi og journalistens fordærvede no-bullshit-attitude, oplevede jeg igen og igen hos mig selv og de andre kursusedtagere, at skal man tale sig fra "interessant" til "medrivende" og "åndeløs", skal man trække sin kraft fra et helt andet sted end de gennemprøvede fortælle teknikker. Stor formidling opstår, når du "connecter" med et sted indeni dig selv, der *betyder* noget – hvor tingene er vigtige. Og tillader dig selv at være sårbar nok til at vise andre, hvad der betyder noget for *dig*. Taler du derfra, kan folk slet ikke lade være med at lytte. Prøv at forestille dig stewardessen levere den samme tale om nødudgangenes placering – dagen efter at hun selv havde overlevet et flystyrt.

Mindre kan selvfølgelig gøre det. Men for at opdage og mærke dette sted – og lære at tale fra det – har de fleste brug for hjælp. Ikke hjælp fra kommunikationsbranchens standardiserede foredragsråd. Men hjælp fra nogle, der kan se ret igennem dig og trykke dig lige på dét individuelle sted, der udløser *dit* gennembrud.

Som tidligere antydet ville det være hærværk at afsløre, præcis hvordan Roxana arbejder – og det ville heller ikke give nogen mening, eftersom ikke to kursister får samme tur i den åndelige tørretumbler . Lad mig bare sige, at Roxanas næsten overjordiske evne til at se lige igennem alle de parader og blændværk, vi kalder personligheden, gør, at hun formentlig er en af ganske få kvinder udover min kone, der kan beskrive, hvordan jeg ser ud uden tøj på – uden mit kommunikerende overjegs fjerprydede garderobe, i hvert fald.

Jeg har med glæde smidt *den* garderobe i genbrugscontaineren - den stil er *so last year*. Og jeg tror ikke, den kommer på mode igen.