

## Ny avhandling om storytelling: Organisationer som berättar framstår som vänner

**Att använda berättelser för att nå ut med olika budskap har blivit allt mer populärt bland organisationer på senare år. Nu kommer Sveriges första doktorsavhandling om corporate storytelling ur ett språkvetenskapligt perspektiv. I avhandlingen undersöks material hämtat från två företag, en kommun och en församling.**

Berättelserna som undersöks i avhandlingen används inte bara i den utåtriktade kommunikationen utan även internt för att stärka organisationernas varumärke. I en tid när ledarskap inte längre utövas genom att chefer pekar med hela handen är det fortfarande väsentligt att alla i organisationen drar åt samma håll. En förutsättning är då att de anställdas värderingar stämmer överens med organisationens.

– I det sammanhanget är berättelser ett redskap som används för att påverka och skapa engagemang, säger Hanna Sofia Rehnberg, doktorand i nordiska språk vid Södertörns högskola.

Den 12 december 2014 disputerar hon med avhandlingen "Organisationer berättar. Narrativitet som resurs i strategisk kommunikation". Avhandlingen bygger på analyser av strategiska berättelser men också på observationer och intervjuer från ett storskaligt kommunalt projekt där över tusen chefer i Malmö stad involverades i storytelling och från ett mindre projekt i en församling i Svenska kyrkan.

I den utåtriktade kommunikationen används berättande och berättelser för att framställa organisationer som "personer" som det går att skapa relationer till. Berättelsen som kommunikationsform framstår som ett redskap som ligger i tiden just på grund av att berättelsen präglas av många särdrag som uppskattas i dagens samhälle, där vi hyllar individen och det informella och är upptagna av identitetsfrågor.

– Inte bara berättelserna innehåll spelar roll utan också det faktum att organisationer över huvud taget ägnar sig åt att berätta, säger Hanna Sofia Rehnberg.

Vardagligt berättande är något som vi brukar ägna oss åt i goda vänners lag. När ett företag framträder som berättare snarare än som en vinstdrivande organisation erbjuds kunderna en ny roll – som lyssnare eller ibland som medberättare, som skapar en berättelse tillsammans med organisationen. Relationen mellan företag och konsument närmar sig därmed en vänskapsrelation.

Avhandlingen visar också att berättandet fyller delvis olika funktioner – samtidigt som det skapar olika dilemman – i skilda organisationer. Exempelvis kan en kommun i vissa sammanhang vilja framstå som en organisation som använder moderna managementmetoder som corporate storytelling, medan ett företag kanske hellre vill att berättandet ska framstå som ett naturligt och spontant fenomen. Medan företag

kan använda berättande för att skapa förtroende visar det sig att förtroendet i stället sätts på spel när församlingen i studien börjar berätta om sin verksamhet för att öka intäkterna.

## **Disputationen**

Hanna Sofia Rehnberg har genomfört sina doktorandstudier i nordiska språk vid Institutionen för kultur och lärande på Södertörns högskola. Hon examineras av Uppsala universitet.

Disputationen äger rum den 12 december 2014 klockan 13.00 på Södertörns högskola i sal MA 636, Alfred Nobels allé 7, Flemingsberg, Huddinge.

Avhandlingen heter ”Organisationer berättar. Narrativitet som resurs i strategisk kommunikation”.

## **För mer information, kontakta**

Hanna Sofia Rehnberg, [hanna.sofia.rehnberg@sh.se](mailto:hanna.sofia.rehnberg@sh.se), 0739-55 51 62.