

Hva gjør en fagbok

Å skrive en bok om kommunikasjon som ikke kommuniserer godt med leseren er som å skyte seg selv i foten. Det blir både ulogisk og misforstått når kommunikasjon direkte oversatt fra latin betyr samhandling.

Jeg vil ha dialog med leseren gjennom engasjement og refleksjon i forhold til eget liv, både privat og på jobb. Ja, jeg vil ha med begge deler fordi hovedverktøyet for kommunikasjonen er personen selv. Det er fullt mulig å skille på hvordan man kommuniserer i ulike situasjoner og rammer, men bevisstheten om hvordan man selv virker på andre gjelder overalt.

Boken er fortsatt relevant

Begrepet kommunikasjon favner dypt og bredt, og det utgis mange bøker om dette emnet. Det kan virke merkelig at vi trenger enda flere bøker om dette. Likevel ble jeg oppfordret av Hegnar forlag til å skrive en fagbok om kommunikasjon med fokus på hvilke resultater man kan oppnå i samhandling med andre.

Det er et stort potensial i å få mennesker til å kommunisere og samarbeide bedre. I 2022 kom boken min ut med tittelen «Kommunikasjon – ditt mektigste verktøy». Overraskende nok sett fra mitt akademiske ego – ble den en bestselger som benyttes på Handelshøyskolen BI, OsloMet med flere på blant annet bachelor-nivå.

Lyttet til forlaget

Jeg må innrømme at jeg slet med å finne formen og nerven i boken. Forlaget var klar

i sin tale. Leserne har dårlig tid og sliter med å få konsentrert seg over lengre tid. Det gjelder å fange interessen deres så tidlig som mulig og overbevise dem om at innholdet er faglig oppdatert, relevant og nyttig. Sist, men ikke minst, skal det være enkelt å tilegne seg stoffet, helst også i små mengder av gangen.

Jeg ble nødt til å gå litt bort fra den tradisjonelle fagbok-sjangeren som gjerne er formell og objektiv. Det akademiske språket ble byttet ut med en mer vanlig, uformell form som er nærmere leserens hverdag. Helt fritt for fremmed-ord og fokus på at det bare finnes en fasit.

Jeg bruker derfor tips og forslag til løsninger i større grad enn bare fakta. Jeg forteller historier fra det norske næringsliv som nødvendigvis ikke samsvarer med teoriene. Jeg ønsker ikke bare å formidle kunnskap og praktisk bruk, men ville at boken skulle ha en sosialiserende og identitetsskapende funksjon.

Finne realistiske grenser

For meg er noe av det aller viktigste å formidle at man kommuniserer godt så lenge man har en god intensjon og plan. Videre vise at man er i stand til å håndtere tilbakemeldinger og korrigerer seg selv og andre på en god måte.



I praktisk yrkesutøvelse er man avhengig av at mange forskjellige elementer må på plass for å oppnå en perfekt eller ønsket løsning. Elementer man verken har tid eller ressurser til å få til. Da gjelder det å vite at man har gjort en god jobb og bli i stand til være fornøyd med det.

Vi har alle begrenset makt over enhver situasjon. Når vi vet det, kan vi stole mer på at vi gjør en god jobb. Vi har gjort det som er mulig og samtidig satt realistiske grenser.

Teorier og virkelighet om hverandre

Jeg må innrømme at rebellen i meg ønsket å utfordre eksisterende kunnskap og generere nye hypoteser i forhold til praktisk bruk. Jeg vil at leserne skal bli stimulert til læring gjennom å stille kritiske spørsmål relatert til sin egen hverdag.

Kommunikasjon, altså samhandling med andre, påvirkes i stor grad av kultur, strategier, mål, rammer, systemer og roller. Det gjelder å tilpasse de ulike kommunikasjonsstrategiene til virkelighetens verden hvor

Fakta >

«Kommunikasjon – ditt mektigste verktøy»

Forfatter: Grethe Holtan

Forlag: Hegnar Media (2022)

Består av følgende kapitler:

- Kommunikasjon
- Kroppsspråk
- Triggere og emosjonell modenhet
- Grensesetting
- Tilbakemelding
- Gjennomslagskraft
- Indre dialog – kommunikasjon med deg selv



< faglig god nok?



Illustrasjon: Colourbox

flere runder før jeg ble fornøyd. Det ble en krevende kreativ prosess, men vi kom i mål til slutt.

En rød åpen dør i en ørken omgitt av en blå himmel med noen få, små hvite skyer forteller at det alltid finnes muligheter i enhver situasjon, også de som er preget av tørke og lite vekst. Det ble et nytt bilde på kommunikasjon som jeg håper virker spennende og innbydende.

I det øyeblikket man tar i en ny bok, får man et førsteinntrykk som påvirker oss ganske mye. Det setter i gang mange forskjellige tanker og følelser. Dersom man oppfatter boken som innfløkt, omfattende eller tung, kan man bli sliten før man i det hele tatt begynner å lese i den. Dersom den også blir for omstendelig eller gjentakende med mange fyllord, kan leserne bli både provosert og føle seg undervurdert. Eller at det bare gulpes opp gammelt nytt.

Læring består av ulike prosesser

Å lære noe nytt eller videreutvikle noe er tidkrevende fordi man må prøve-og-feile, og prøve-og-vinne, til man til slutt finner sin måte å integrere ny kunnskap i hverdagen sin.

Det handler etter min mening like mye om bevissthet, følelser og mentalt fokus, som handling i praksis. Det må også oppleves bra, det vil si at man til en viss grad må føle at man mestrer det nye. Man kan ta seg tid til å la det man har lært synke inn og gro litt før det benyttes. Omgivelsene trenger kanskje også litt tid på å forholde seg til deg på en annen måte enn før.

Nå tenker du kanskje at jeg må være kjempefornøyd med boken siden den ble en suksess, men der tar du feil. Jeg tar meg selv i til stadighet å tenke på om jeg skulle hatt noe annet med i boken og om jeg skulle gjort det på en annen måte.

- Burde jeg hatt med flere modeller og teorier?
- Skulle jeg understreket mer at innholdet er godt faglig dokumentert?
- Burde jeg

presentert kildene mer detaljert og snakket mer om de?

- Burde jeg presentert meg selv, min kompetanse og erfaring bedre?
- Var jeg spiss og tydelig nok?
- Ble det for mye ansvar på den enkelte?
- Hvorfor presenteres den ikke som lydbok?
- Ble historiene fra virkeligheten for reelle og uten perfekte avslutninger?
- Burde jeg ta med kommunikasjon på internett og sosiale medier?
- Fokuserer jeg for mye på det mellommenneskelige?

Utviklingen går fort og to år etter utgivelsen har det skjedd mye. Nå handler kommunikasjon mer om sosiale medier, kunstig intelligens, evnen til å være kritisk til all informasjon og ikke minst om generasjon Z som kommer med ny kultur og nye krav.

Men det er ikke bare kravet til innholdet som endrer seg. Lesevanene til folk har også endret seg. Nå vil de lese på skjerm eller få en bok muntlig direkte inn i øret. Og ikke bare skal det leses opp, nei da, det skal formidles på en profesjonell måte som både er spennende og morsom.

Lange tekster og setninger er visstnok fy-fy. Det gjelder å forholde seg i korthet og spytte ut det viktigste. Og ikke snakke direkte til leserne slik at de blir invadert eller føle på at det blir kleint.

Nei da, man skal snakke om fallgruver andre har gått i og helst bruke eksempler fra personer som er kjente fra media.

Jeg vil gjerne ha tilbakemelding fra deg som leser i HRmagasinet om hva du ønsker av bøker innenfor kommunikasjon for fremtiden.

ting verken er perfekt eller enkle.

Målet mitt er å formidle et komplekst innhold på en strukturert, motiverende og lett måte. Jeg ønsker å veksle mellom helheten og de ulike kapitlene slik at leserne får anledning til å forstå og reflektere over de ulike sidene av helheten.

Derfor blir en historie fra virkeligheten presentert etter hver teori og budskap. Historiene binder sammen helheten og gjør at budskapet med ulike dilemma huskes bedre. Hver utfordring eller dilemma vil gjennom sin case involvere kunnskap fra de andre kapitlene.

Kan en fagbok slukes?

Det var viktig for meg at fagboken ikke blir kjedelig, eller fungerer som en dårlig kopi av noe annet. Jeg ønsker at leserne skal ønske å lese den helt ut og ikke bare bla igjennom den. Da blir forsiden og førsteinntrykket viktig. Jeg ble livredd for at forlaget skulle komme med bilder av roperter og blikkbokser festet til tau eller ledninger. Jeg måtte gå



GRETHE HOLTAN

Kommunikasjonsekspert, coach og kursleder i Sinuis AS



KOMMUNIKASJON