

Eva Kihlström

Eva Kihlström har en fil mag i retorik, pedagogik och journalistik från Södertörns högskola och driver eget företag med kurser och föreläsningar kring karisma.
www.karismakoden.se
eva.kihlstrom@bredband.net



Den magiska x-faktorn

Karisma och utstrålning. Varför gör vissa människor starkare intryck än andra och hur gör karismatiska personer för att få stark utstrålning? Konsten att överföra sitt eget engagemang till publiken är en väsentlig faktor i stark personlig utstrålning

Av Eva Kihlström

Medborgarrättsledaren Martin Luther King Jr och amerikanske presidenten John F Kennedy ägde förmågan att beröra sin omvärld. När man detaljstuderar deras röst och ansiktsuttryck finner man att de var ovanligt uttrycksfulla med kroppsspråket och röstens innehåll. De förmedlade en mängd känslor och formade på så sätt en levande bild av sig själva.

Utstrålning och ethos

Vad är då karisma och vem är karismatisk? Karisma ligger alltid i betraktarens öga och alla har sin egen uppfattning om vem som har stark utstrålning. Slår man upp ordet i svenska och anglosaxiska uppslagsverk återkommer dock vissa namn såsom prinsessan Diana, Eva Peron, John F Kennedy, Martin Luther King Jr, Adolf Hitler och massmördaren Charles Manson. Karisma i sig är ju varken gott eller ont, det handlar om hur man använder denna kraft. Svensk nationalencyklopedi definierar karisma som ”stark personlig utstrålning med förmåga att leda andra”. Till det kan också läggas förmågan att beröra andra.

Aristoteles skrev redan för mer än två tusen år sedan, att talarens ethos – karaktären – är ett av de starkaste övertygande medlen. Ethos förmedlas inte bara av vad en person säger

utan också i stor utsträckning på hur.

Det är inte bara inom idrotten detaljer som hundradelar spelar roll. Kroppens uttryckssätt inverkar mer än vi tror på en talares framtoning. Under arbetet med min D-uppsats blev jag både häpen och fascinerad över hur många icke-verbala signaler som sänds ut och uppfattas utan att vi är medvetna om det. På Statens Ljud och bildarkiv i Stockholm finns teknisk utrustning som gör det möjligt att i detalj studera mimik och övrigt kroppsspråk. Kameran ser det som inte ögat hinner registrera och allt som tas in, medvetet eller omedvetet, ligger till grund för bedömningen av en person.

I forskningsantologin *The New Unconscious* beskrivs den mänskliga hjärnans kapacitet att registrera stora mängder av information. Vissa kognitionsforskare hävdar att hjärnans visuella system är så otroligt sofistikerat att det hanterar hela tio miljoner enheter information per sekund! En svindlande summa, särskilt som man i jämförelse räknat ut att en människa som läser några ord tyst för sig själv använder 45 enheter per sekund. Och för att multiplicera två tal krävs endast tolv enheter per sekund.

Hjärnans kapacitet att registrera detaljer vi inte är medvetna om att vi sett, kan vara en förklaring till intuitionens kraft. En del forskare uttrycker det som att vi hela tiden ”scannar” vår omgivning men är inte medvetna om vad vi gör, för vi är så bra på det. När vi ibland känner på oss någonting, kan

beslutet alltså vara helt rationellt, baserad på en mängd information som undermedvetet tagits in.

Frys ögonblicket

Svensk teve har en frekvens 25 bilder/sek. Det innebär att det blir en ny bildruta tjugofem gånger på en sekund och ingen är den andra exakt lik. När man, med hjälp av ljud- och bildarkivets specialutrustade videobandspelare "fryser" enskilda bildrutor, synliggörs en mängd uttryck, som inte uppfattas vid normal hastighet. En av de studerade sekvenserna i uppsatsen är hämtad från ett tal av Martin Luther King Jr:

We have a power. Power that can not be found in molotovcocktails, but we do have a power. Power that can not be found in bullets and in guns, but we have a power. It is a power as old as the insights of Jesus of Nazareth and as modern as the technics of Mohandas K Gandhi.

Det tar Dr King drygt tjugo sekunder att säga dessa fyra meningar. Under denna korta tidsrymd drar en mängd olika känslouttryck över hans ansikte, som molnkyrar på himlen en blåsig dag. De flesta så snabbt att ögat inte hinner med, men när bandet körs i slowmotion blir uttrycken tydliga.

Då King står i begrepp att yttra ordet "molotovcocktails" rynkas hans näsrot, ögonen sluts och ett drag av smärta flyger över ansiktet. Vid "in bullets and in guns" syns ett uttryck av förakt och ogillande i hans ansikte. Vid "Jesus of Nazareth" flyger blicken visionärt mot skyn.

En del av ansiktsmimiken synes nästan överdriven och karikerad när filmupptagningen körs i extrem slowmotion. Som då King säger "power" – munnen gapar som om han skulle svälja en vattenmelon och det normalt runda ansiktet blir äggformat. Blickens skärpa förstärker det emotionella engagemanget. King bryter inte ögonkontakten med sin publik förrän mot slutet då han profetiskt skådar mot fjärran. Ju mer ögonkontakt en talare har med sin publik, desto starkare intryck gör han. En talare som ingav sin publik förtroende hade i genomsnitt tre gånger så mycket ögonkontakt, jämfört med en talare som uppfattas som icke förtroendegivande.

Martin Luther King Jr är känd för att använda många retoriska figurer. I detta tal var det inte bara stilfigurerna - upprepning (we have a power), anafor (power that can not...), epifor (...but we have a power) och kontrast (old-modern) - som tilltalade örat. Även röstens innehåll skapade lockande "sound bites". Kings ord böljade som mjuka kullar och djupa dalar med hjälp av betoning och variationer i tonhöjd och volym (markerade ord starkt accentuerade):

We have a power. Power that can not be found in molotovcocktails, but we do have a power. Power that can not be found in bullets and in guns, but we have a power.



"Jag är en berliner!". John F. Kennedy i Berlin 1963.



Personer som uppfattas ha starkt utstrålning är "emotionellt smittsamma" bl a genom uttrycksfull mimik. Allt är inte synbart för blotta ögat men tydliggörs med hjälp av modern teknik på Statens ljud och bildarkiv i Stockholm.
Foto: Katarina Sandblom-Laamanen

I min analys var det inte bara var det som kunde noteras, utan också det som inte kunde noteras som fick betydelse för talarens ethos. Avsaknad av biljud, klangen i röstens och småord som öh, ahum, alltså, liksom och va' påverkar åhörarnas intryck väl så starkt. Övertygelse övertygar, eller "passionen är den enda talare som alltid övertalar" som den franske författaren François de la Rochefoucauld, uttryckt det. Även de talsekvenser av Kennedy och Clinton som jag har analyserat visade att talarna kommunicerade på flera nivåer – med röstens innehåll, med snabbt förbi ilande ansiktsuttryck, med små, nästan omärkbara nickanden/huvudskakningar och så vidare.

Känslor ökar inläringen

Vad har vi då för nytta av den här typen av detaljerade studier kring en talares actio och pronuntiatio invänder kanske den kritiske läsaren? Ja, ett konkret skäl att synliggöra karismatiska talares strategier är pedagogiskt. Starka känslor ökar inläringen, mottagarna kommer ihåg mer av det de hör eller ser. Men expressiv emotionell kommunikation gör inte bara att vi minns mer. Det finns också en smittande effekt som kan användas i farliga syften. Genom att studera välkända personer - politiker, ledare, mediaprofiler m fl - kan vi lära oss att genomskåda knep och trick som passionerade talare använder sig av för att påverka sin omgivning. Genom att med hjälp av modern teknik medvetandegöra detaljer på mikronivå i kroppsspråk och röst användning kan vi lättare förstå varför somliga påverkar oss så starkt. Kanske kan vi i framtiden undgå att ryckas med av talare med grumliga avsikter. En ny Hitler vill världen aldrig uppleva igen.

Karisma kan läras

Karismatisk kommunikationsteknik är något som kan övas upp, visar den amerikanska forskaren Annette Towler i sin studie *The language of charisma: The effects of training on attitudes, behavior and performance*, publicerad 2001. 48 försökspersoner delades i tre grupper, sexton stycken fick öva sig i

Men expressiv emotionell kommunikation gör inte bara att vi minns mer. Det finns också en smittande effekt som kan användas i farliga syften.

karismatisk kommunikationsstrategi, en tredjedel skolades i traditionell presentationsteknik medan övriga utgjorde kontrollgrupp. Samtliga fick förbereda och framföra ett tal som videofilmades.

Gruppen som övats i karismatiska beteenden lärde sig att bli mer expressiva genom att i större utsträckning använda sig av kroppsspråket och röstens alla möjligheter. De tränade också på att framföra sitt budskap med hjälp av berättelser, liknelser och metaforer, att ha en visionär framtoning och att tala till känslan, patos. Resultaten visade att den karismatiskt skolade gruppen fick allra mest uppskattning av mottagarna. De var också effektivast ur inläringssynpunkt – mätningar av kunskapsinnehåll visade att lyssnarna kom ihåg mest av vad denna grupp sa.

När allting talar "samma språk" - mimik, gester, röstens innehåll med mera - upplevs en talare som äkta och trovärdig. Den talare som vill upprätta god kontakt med sin publik har

stor nytta av att bli medveten om sina egna ickeverbala signaler. Om kroppens tysta budskap och röstens innehåll motsäger orden tror vi mer på det vi ser och hör än på de ord som munnen yttrar.

De flesta av oss har ingen aning om hur vi låter eller vilket grunduttryck vi har i ansiktet. Omedvetna uttryck kan ställa till det för oss. Hur många vet att ögonbrynens position vanligtvis är det första som avläses i ett ansikte? Eller att hoprynkade bryn undermedvetet avläses som hot eller fara.

Krydda talet

Mänsklig mimik är till stor del genetiskt nedärvd. Ett varmt leende är världens mest universella språk. Ansiktsuttryck för glädje och sorg tolkas likadant jorden runt hos både män och kvinnor, oavsett skillnader i kultur och språk. Mer forskning på området behövs, av enskilda studier kan inte allt för långt gående slutsatser dras. Men fler studier kring ickeverbal kommunikation och dess betydelse för ethos, pistis och i förläng-

Karismatiskt språkbruk är inte något som bör användas överallt och i alla lägen, (vem skulle stå ut med en chef som varje morgon klev in på jobbet och sa "I have dream...")

ningen personlig utstrålning är på gång. Richard Wiseman, verksam vid The Public Understanding of Psychology vid University of Hertfordshire i England arbetar med en vetenskaplig studie där blivande programledare på teve får sin karisma-faktor värderad. Resultaten visar att starkast utstrål-

Statens ljud- och bildarkiv

Statens ljud och bildarkiv är en guldgruva för forskning i retorik och mediekommunikation. Förvånansvärt få använder sig av denna möjlighet.

Med hjälp av pliktexemplars-lagen bevaras allt som sänds i svensk etermedia. Samlingarna består för närvarande av ca fem miljoner timmar inspelat material och det gör arkivet till ett av de största i världen.

Specialutrustad teknik gör det t ex möjligt att detaljstudera ansiktsuttryck och övrigt kroppsspråk. Tyvärr är upphovsrätten en stöttesten. Den som vill visa bilder från olika tevesekvenser måste betala för det – till aktuell kanal eller produktionsbolag.

Hemsida: www.slba.se

Läs mer

Kihlström, Eva *Karismakoden*, Månocket, 2007.

Cherulnik, Paul D et al, "Charisma is contagious: The effect of leaders' charisma on observers' affect." *Journal of Applied Social Psychology*. Vol 31(10) Oct 2001, 2149-2159.

Evas D-uppsats finns tillgänglig för nedladdning på nätet från <http://www.uppsatser.se/>

ning hade de som var "emotionellt smittsamma" via mimik och röstens innehåll.

Traditionen inom västerländsk sedvänja bjuder att man bör vara saklig, rationell och förnuftig. Att förmedla känsla, inlevelse och engagemang med ansikte, röst och kropp är dock en viktig faktor i karismatisk kommunikation. Att uttrycka känslor ickeverbalt är inte samma sak som att tala om dem, karismatiska talare förmedlar istället passion, lidelse och övertygelse för sitt ämne. Att känslor smittar, visar både forskning och historiska exempel. Hitler beskrivs ofta som hysteriskt känslös i sina tal.

Karismatiskt språkbruk är inte något som bör användas överallt och i alla lägen, (vem skulle stå ut med en chef som varje morgon klev in på jobbet och sa "I have dream..."), men för talare som vill övertyga sin publik är karismatisk kommunikationsteknik en genväg till övertygande presentationer. För att bli mer karismatisk bör talaren därför använda sig av expressivt kroppsspråk, mycket ögonkontakt, uttrycksfull mimik och röst samt krydda sin framställning med metaforer, liknelser och berättelser. Lägg till ett visionärt förhållnings-sätt och en stor mängd pathos och man får en oslagbar kombination. 