

Bogen er fra Gyldendal, 2018. Den er på 192 illustrerede sider med litteraturliste. Lene Kobbernagel oplyser lidt om sig selv på bogens første sider. Hun har en baggrund inden for teatervidenskab. Hun har været optaget af fx "hvordan den bølgende magtbalance mellem to personer i et skuespil af Strindberg kunne portrætteres på en scene gennem kropssprog, stemmeføring og anvendelsen af lys, lyd og rekvisitter". Hun har, som hun siger, brugt somre på skuespilkurser i Rusland og USA for at lære, hvordan relationer kan udtrykkes gennem og mellem mennesker. Hendes erfaringer medfører, at hun tør benævne sig selv som ekspert i relationskompetence.

Fra Lene Kobbernagels internetblog kan man tilføje mere til hendes CV. Hun var gymnasielærer, inden hun blev cand. mag. i teatervidenskab og dansk ved Københavns Universitet. I tiden derefter var Kobbernagel freelance dramaturg og teaterunderviser, proceskonsulent, ekstern lektor ved Teatervidenskab ved det samme universitet, siden underviser på Statens Teaterskole, inden hun fra 2011 og frem har rådgivet og trænet ledere og specialister som selvstændig kommunikationsrådgiver.

Jeg tror, at titlen *Op på ølkassen* (...) og omslaget på bogen med et billede af en lille dreng, som står med en megafon på en skammel ikke lige præcis henvender sig til et akademisk publikum; men til ledere og praktikere i erhvervslivet og i offentlig administration. Fra et kræsent akademisk synspunkt kan man, efter min mening, både ud fra omslaget og det let læselige indhold, tage fejl af bogen. Metoderne er med stor sandsynlighed særdeles effektive. Jeg vil kort beskrive metoderne. Der er etiske implikationer, som jeg kommer tilbage til.

Kobbernagel påpeger, at effektiv adgang til en tilhørers opmærksomhed bedst sker via "priming" af den del af det metale apparat, som benævnes "system 1". Jeg opfatter det sådan, at "priming" betyder at præge eller aktivere. Hvad angår "system 1," er det den del af det mentale apparat, som er hurtigt fungerende og aldrig inaktivt, ifølge Kobbernagel. Hun kommer ikke ind på biologi, hvad dette angår, men jeg forstår det på den måde, at system 1 beror på de laveste dele af hjernen, som fungerer hurtigt og ubevidst. System 1 er i modsætning til "system 2," som er langsomt og aktiveres af bevidstheden. I min oversigt svarer system 2 til de højere beliggende områder i hjernen, som er sæde for langsommere kognitive funktioner, analyse og tænkning. Efter min mening er der dermed god biologisk basis for opdelingen i system 1 og 2. Kobbernagel henviser ellers til psykologen Daniel Kahneman's bog *Thinking Fast and Slow* (dansk udgave *At tænke hurtigt og langsomt*, Lindhardt og Ringhof, 2013).

Primingens metoder forklares detaljeret: Budbringeren skal bevidstgøre og udvikle sit kropssprog, fx giver en skæv stående stilling et forkert budskab, mens lige linje i kroppen vendt mod tilhørerne medfører troværdighed. Kropssproget er vigtigt, fordi det giver visuelle signaler. Det visuelle "primer" bedre end det auditive. Taleren skal bruge øjenkontakt med udvalgte tilhørere. Hun skal finde en helt kort kernesætning med en essens. Hun skal bruge metaforer, dvs. hente noget alment indlysende og føre det ind i budskabet. Hun skal flette en personlig fortælling ind i en fremføring med en tydelig sammenhæng mellem fortællingens pointe og den adfærdsændring, hun vil have frem hos tilhøreren. Et eksempel, jeg selv kommer på, er en tale, som Michelle Obama holdt nogle uger før primærvalget 2018, hvor hun flettede den personlige historie ind om sin far, der altid stemte ved valgene. Michelle Obamas hensigt var at få demokratiske vælgere til at gå i stemmeboksene.

Kobbernagel gennemgår, hvordan retoriske formater er effektive, fx at bruge "the rule of three", som er den rytmiske pointering af tre ting efter hinanden "frihed, lighed og broderskab" som eksempel. Tegninger er vigtige i en fremføring. Rumlige virkemidler skal bruges, dvs. den, som har noget at fremføre, skal vælge, hvorfra i rummet eller fra hvilken plads ved et bord forskellige typer opgaver skal gøres. Hvis jeg skal forstå Kobbernagel rigtigt, kan en politiker, som vil fremstå som magtfuld, eventuelt vælge at snakke med en helikopterlandingsplads som baggrund etc.

Metoderne er effektive til at opnå ændret adfærd hos tilhørere. Men de vil også virke den anden vej rundt. Budbringerens adfærd vil formodentlig ændres, og dermed kan selvbilledet følge med. Kobbernagels råd til forelæseren handler netop om den bevidstgørelse og ændring af kroppens holdninger, hænderne, talerens positionering i rummet, sekvenseringen af ord og rytmik, pausering, at bruge "den personlige historie" med videre, som virker støttende tilbage på hende selv. Den taler, som føler sig usikker, kan derfor finde håb i Kobbernagels bog. Det vil dog ikke være tilstrækkeligt at læse om dette. Coaching og feedback vil være et must. Hvilket igen betyder, at vejen til at beherske avanceret påvirkningsstrategi i realiteten er kostbar og kun for de få.

Der er en vigtig etisk vinkel på Kobbernagels tema. Hensigten med metoderne er først og fremmest at ændre tilhørernes adfærd. Metoderne kan påvirke hvilke som helst mål, der måtte være. Og disse kan i etisk forstand være både gode og dårlige. I den forbindelse er det efter min mening tankevækkende, at effektiviteten beror på at henvende sig til modtagerens forprogrammerede, forudfattede og intuitive system 1; mens det langsomme, forstandige og kognitivt orienterede system 2 hos tilhøreren skal gives en sekundær rolle. Når det gælder salg af sæbe, er det mere eller mindre ligegyldigt. Men når effektiv påvirkningsstrategi fx bruges af mennesker med stor magt til at "ændre" virkeligheden, er det skadeligt. Det er min opfattelse, at det vil være let at finde eksempler i vore dages populistiske klima, hvor bogens strategier bruges. Man kan da lægge mærke til, hvor effektivt følelseslignende udtryk og simple gentagelser virker sammenlignet med meningsfulde ord.

Kobbernagel giver ikke udtryk for etiske overvejelser i sin bog. Hun beskriver alene påvirkningsstrategierne som redskaber. Det er en brugsbog i påvirkningsstrategi. Nogen vil måske mene, at en sådan bog også bør forholde sig til den etiske dimension. Bogen er dog skrevet så godt, så man kan lære at genkende strategierne, når man er vidne til dem.

Bogen kan tjene det formål at kyniske sælgere såvel som politikere og administrative ledere med gode hensigter kan lære at påvirke med øvelse og feedback. De pågældende kan styrke selvbilledet. Men bogen kan også tjene som et vækkeur i en tid, hvor overfladiske budskaber hersker, og hvor nogle af os har behov for at gennemskue, hvad der er påvirkningsstrategi, hvad der eventuelt er brugbart indhold og hvilken adfærdsændring hos modtageren, som budbringeren vil opnå.

Hvis man vil forstå hvordan kraftfulde kommunikative virkemidler bruges og misbruges, må man sætte sig ind i metoderne. Bogen kan være et godt og letlæst udgangspunkt for det.

Af Jan Rimau, psykolog, pensioneret cand.psych.

