

Charisma

Gave of construct?

Vak: Verdieping 2
Student: Jos Moesman
Datum: 1 juni 2011

Inhoudsopgave

Inleiding	p. 3
Definities	p. 4
Studies naar charisma als verschijning of construct	p. 7
- <i>Meetinstrumenten voor charisma</i>	<i>p. 7</i>
- <i>Charisma als multidimensionaal begrip</i>	<i>p. 8</i>
- <i>Charisma als sociaal construct</i>	<i>p. 11</i>
- <i>De sociale constructie van charismatisch leiderschap</i>	<i>p. 13</i>
Conclusie	p. 18
Literatuurlijst	p. 17

Inleiding

Het woord *charisma* is een veelvuldig gebruikt woordⁱ. Het wordt voornamelijk gebruikt bij een persoonsbeschrijving of een karakterduiding. Politici, musici, atleten, acteurs en actrices, kunstenaars, schrijvers, televisiepresentatoren of -persoonlijkheden en historische figuren worden door volgers, fans, deskundigen, critici en/of media betiteld als charismatisch – of niet.

Er zijn genoeg voorbeelden te noemen van mensen die als charismatisch zijn omschreven. Bijvoorbeeld een scala aan Amerikaanse presidenten, waaronder Franklin Delano Roosevelt, John F. Kennedy, Ronald Reagan (Encyclopedia of Leadership, 2004) en zeer recentelijk, Barack Obama (Bowden, 2010).

In Europa zijn onder andere Winston Churchill, Tony Blair en Vaira Vīķe-Freiberga (oud-president van Letland) als voorbeeld te noemen. Oud-president van Zuid-Afrika Nelson Mandela mag ook niet onvermeld blijven.

Ook diverse historische figuren zijn, al dan niet met terugwerkende kracht, als charismatisch bestempeld. Zoals de profeten Jesus, Buddha en Mohammed en protestleiders als Mohandasⁱⁱ Gandhi en Moeder Theresa.

Maar ook Adolf Hitler, Mao Zedong en Osama bin Laden worden doorgaans als charismatisch gezien (Encyclopedia of Leadership, 2004).

Hollywood levert erg veel beroemdheden met een uitstraling of aantrekkingskracht die het beste omschreven worden als charisma. Enkele willekeurig gekozen voorbeelden: Meryl Streep, Al Pacino, Jack Nicholson, George Clooney en Angelina Jolieⁱⁱⁱ.

Het hoofddoel van deze paper is om te bestuderen wat het begrip charisma nu precies inhoudt. Worden mensen er mee geboren, wordt het aan iemand toegeschreven, of is het een combinatie? Verder kan worden onderzocht of iemand aan bepaalde voorwaarden moet voldoen, en wie bepaalt wat deze voorwaarden zijn.

Vandaar de titel van deze paper. Is charisma een gave, iets wat aangeboren of gegroeid is in een persoon? Of is het een construct, een projectie van verwachtingen van anderen op een persoon met een bepaalde uitstraling, agenda of positie?

In deze paper zullen eerst diverse definities, gegeven door woordenboeken en encyclopedieën, uiteen worden gezet. Dit om een beeld te krijgen wat in brede zin wordt verstaan onder charisma, en waar het vandaan komt. Daarna zal met een open, maar kritische houding ingegaan worden op de beschrijving van het ‘concept’ vanuit encyclopedieën en artikelen. Afsluitend zal worden ingegaan op hoe de diverse omschrijvingen uit de woordenboeken, encyclopedieën en artikelen hebben geholpen bij het beter leren begrijpen van het begrip charisma.

ⁱ Een algemene aanname.

ⁱⁱ Beter bekend onder de naam Mahatma Gandhi, wat eigenlijk een bijnaam was. *Mohandas Gandhi (1869 – 1948). Known as ‘Mahatma’ (great soul)*. Gevonden via BBC History:

http://www.bbc.co.uk/history/historic_figures/gandhi_mohandas.shtml, geraadpleegd op 25 mei 2011.

ⁱⁱⁱ Bij een aantal personen heb ik geen relevante bron kunnen vinden. Wel heb ik de toevoeging van de personen aan de opsomming gebaseerd op diverse toeschrijvingen, zoals vanuit media of boekrecensies. Om deze allemaal te noemen is niet relevant, de personen worden namelijk alleen ter voorbeeld genoemd onder het kopje ‘mogelijk charismatisch’.

Definities

Hoe is een begrip als charisma nu te omschrijven? De lijst van voorbeelden in de inleiding was, ondanks de beknoptheid, al redelijk lang en divers. Om wat meer inzicht te krijgen in het begrip en een basis te leggen voor het interpreteren van de studies naar het onderwerp, is het relevant om een algemene weergave te bestuderen. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van woordenboeken en encyclopedieën^{iv}. Engelse begrippen worden, in dit hoofdstuk, zoveel mogelijk in het Nederlands uitgelegd. Daarnaast zullen de diverse begrippen kritisch bekeken worden.

Het Prisma Handwoordenboek Nederlands (1994) geeft een korte en een lang niet bevredigende definitie:

“Een bijzondere uitstraling van iemand met een krachtige persoonlijkheid” (1994:99).

Daarin liggen al enkele aannames verscholen die nadere studie bijna noodzakelijk maken. Wat valt onder de noemer ‘bijzonder’, en wanneer heeft iemand een ‘krachtige persoonlijkheid’?

The new shorter Oxford English Dictionary (1993) blijft ook beknopt in de omschrijving:

“A capacity to inspire devotion and enthusiasm; aura” (1993:375).

Dat zou inhouden dat iemand met charisma anderen zou kunnen inspireren. Vooral de toewijding (*devotion*) zou nader bestudeerd kunnen worden. Het aura waarover wordt gesproken lijkt op de *bijzondere uitstraling* waar het Prisma Handwoordenboek over spreekt.

De Grote Winkler Prins Encyclopedie (1991) biedt een ruimere begripsbepaling. Het gaat uit van een tweevoudige oorsprong, namelijk vanuit religieus en sociologisch oogpunt.

Over charisma als religieus begrip zegt de encyclopedie het volgende:

“De term voor de buitengewone gaven die God door de Heilige Geest aan de gelovigen verleent (...). Genoemd worden onder andere het profeteren, het spreken in tongen en de gave van genezing.” (1991:?)

De tweede definitie, vanuit sociologisch perspectief, omschrijft charisma als volgt:

“Een term sedert Max Weber gebruikt ter aanduiding van het vermogen om anderen te leiden en te inspireren, uitsluitend door de overtuigingskracht van de eigen persoonlijkheid. Charismatisch leiderschap staat tegenover het leiderschap dat men ontleent aan zijn plaats in de organisatie, en dat dus steunt op vaste institutionele procedures. In zuivere vorm komt charismatisch leiderschap alleen voor bij kleine groepen (Jezus was een zuiver charismatisch leider), omdat bij toeneming van het aantal volgelingen enigerlei vorm van organisatie onontbeerlijk wordt. Het charisma wordt dan geleidelijk vervangen of aangevuld door institutionele maatregelen (de organisatie van de kerk na Jezus' dood), een proces dat Weber ‘de veralledaagsing van het charisma’ heeft genoemd.” (1991:?)

Opvallend hierbij is dat het lijkt alsof charisma en charismatisch leiderschap als inwisselbare begrippen worden gepresenteerd. In ieder geval wordt de suggestie gewekt dat de twee (sterk)

^{iv} De artikelen die voor deze paper zijn gebruikt, hanteren ook elk hun eigen omschrijvingen van het begrip. Die komen, indien relevant, aan bod zodra de artikelen worden besproken.

Charisma: Gave of Construct?

samenhangen. Daarnaast lijkt charismatisch leiderschap – losstaand van charisma - een tijdelijk fenomeen, omdat het over tijd geïnstitutionaliseerd zou worden. Verder wordt Max Weber aangehaald, een socioloog die charismatisch leiderschap omschreef als ‘een van drie bronnen van gezag of autoriteit’ (Hague en Harrop, 2001:11). De theorie van Weber zal nog een aantal keer ter sprake komen, zowel in dit hoofdstuk als bij het bespreken van de artikelen.

De verschillende omschrijvingen uit de Oxford Dictionary en de Grote Winkler Prins Encyclopedie lijken samen te komen in de definitie van charisma, gegeven door The Browser’s Dictionary of Foreign Words and Phrases (2006):

“A spiritual gift or talent, as the ability to heal. A personal quality or presence that allows an individual to influence others and to inspire devotion: magnetism” (2006:50).

Hier wordt gesteld dat iemand met charisma invloed kan uitoefenen op anderen. Met nadruk op *kán*, vanwege de term *allow*, wat toestaan betekent. De beïnvloeding lijkt dus niet automatisch of noodzakelijk. Dankzij deze omschrijving is er nog een woord dat geassocieerd kan worden met charisma, naast uitstraling, aura, leidend en inspirerend: aantrekkingskracht (*magnetism*).

De International Encyclopedia of Propaganda (1998) geeft via het begrip *charismatic leadership* een omschrijving van wat charisma zou inhouden:

“A political, social, religious, or ideological leader who has the ability to capture the imagination of followers and inspire their absolute allegiance and unswerving devotion, is said to possess charisma. Charisma is not based upon logic or the content of the leader’s ideas or policies, but rather upon individual style and presence, the effect of which is to remove all doubt regarding the validity of either the leader or the doctrines involved” (1998:106).

Een charismatisch leider is een leider of leidersfiguur, die de mogelijkheid heeft om de verbeelding van zijn volgers te vatten en hun weet te binden aan zijn boodschap. Zijn manier van presenteren moet ervoor zorgen dat de geldigheid van zijn leiderschap en/of boodschap boven twijfel verheven zijn. Deze uitleg van het fenomeen zal verderop in de paper worden besproken.

Een vrij oude definitie komt uit de International Encyclopedia of the Social Sciences (1968):

“Where (...) persons^v are perceived or believed to be connected or infused with (...) transcendent powers, we say that they are perceived as charismatic. Charisma then, is the quality which is imputed to persons (...)^{vi}, because of their presumed connection with “ultimate”, “fundamental”, “vital”, order-determining powers” (1968:386).

Net als bij The Browser’s Dictionary komt er door het woordgebruik nadruk te liggen op bepaalde termen. Ten eerste wordt charisma waargenomen (*perceived*). Vanuit die waarneming zou het worden toegeschreven aan een persoon (*imputed*). Toeschrijven gebeurt, per definitie, door *anderen*. Hetzelfde geldt voor de veronderstelde (*presumed*) connectie met bepaalde krachten. Charisma zou dus, naast een kwaliteit die iemand bezit, ook kunnen worden toegeschreven aan iemand.

^v ... institutions, roles, persons, norms or symbols are ... De toevoeging van andere begrippen, naast personen, is voor deze paper niet relevant. Toch worden ze hier voor de volledigheid genoemd.

^{vi} ... to persons, actions, rols, institutions symbols and material objects. Zie voetnoot iii.

Charisma: Gave of Construct?

De omschrijving in de Encyclopedia of Leadership (2004) komt grotendeels overeen met de definitie in het Oxford Dictionary:

“Charisma is the special quality some people possess that allows them to relate to and inspire others at a deep emotional level” (2004:158).

De inleidende paragraaf die er op volgt biedt een bredere kijk op onder andere de discussie rondom het fenomeen:

“Persons possessing charisma tend to be attractive to others, to be influential and inspirational and to be characterized as brilliant and effective communicators. Although charisma has been widely studied in sociology, psychology, political science, communication and other disciplines, it is an very elusive^{vii} construct, and has been defined in a number of ways. Currently, there is no generally agreed upon definition of charisma” (2004:158).

Hier wordt er van uitgegaan dat charisma een kwaliteit is die iemand bezit. Mensen met charisma zijn, over het algemeen, inspirerend en hebben een bepaalde invloed op mensen. Daarnaast worden ze gekarakteriseerd als bekwaam in communicatie. Buiten het feit dat karakteriseren, net als toeschrijven of waarnemen door *anderen* gebeurd, is daarmee een eerste aanzet gegeven tot het vinden of stellen van randvoorwaarden, naast de andere termen die de andere begripsomschrijvingen hebben aangedragen.

De laatste zin springt het meest in het oog. Ondanks uitgebreide studie naar het onderwerp door diverse disciplines is er nog geen algemeen geaccepteerde definitie. Gezien de publicatiedatum van de encyclopedie is dit een vrij recente bewering.

Buiten het feit dat er (blijkbaar) geen algemeen geaccepteerde definitie is, is er wel een standaard die wordt gehanteerd^{viii}. Dat is de definitie van Max Weber. Deze luidt als volgt:

“(Charisma is) a certain quality of an individual personality, by virtue of which he is set apart from ordinary men and treated as endowed with supernatural, superhuman, of at least specifically exceptional powers or qualities. There are such as are not accessible to the ordinary person, but are regarded as of divine origin or as exemplary, and on the basis of them the individual concerned is treated as a leader” (Bowden, 2010:174)^{ix}.

Hier wordt er van uitgegaan dat iemand met charisma diverse kwaliteiten heeft om boven anderen uit te stijgen. Echter, omdat het volgens Weber een van drie bronnen van gezag is, worden deze kwaliteiten gekoppeld aan leiderschap:

“Weber applies the term charisma to leaders whose authority is derived from the recognition in him by his followers. (...) It is in this recognition in the part of those subject to authority which is decisive for the validity of charisma” (Wallis, 1982:26).

Iemand met charisma krijgt pas autoriteit als volgelingen of degenen die onder de autoriteit staan, het leiderschap erkennen. Deze erkenning wekt de suggestie van een construct.

^{vii} Elusive: *An elusive idea or quality is difficult to describe or understand.* Gevonden op 24 april 2011 via Longman Dictionary online: <http://www.ldoceonline.com/dictionary/elusive>.

^{viii} Ingegeven door de gebruikte literatuur, waarin zonder uitzondering wordt verwezen naar de begripsduiding van Max Weber. Zie daarvoor de literatuurlijst.

^{ix} Oorspronkelijk afkomstig uit: Weber, M. (1947) *Theory of Social and Economic Organisation*. Dit boek was niet beschikbaar, vandaar het citaat uit het artikel van Bowden.

Studies naar charisma als verschijning of construct

In het vorige hoofdstuk is ingegaan op verschillende definities over het begrip charisma. Daarin kwam de suggestie naar voren, dat charisma een multidimensionaal concept is. Charisma zou bestaan uit meerdere kwaliteiten of karakteristieken. Deze zijn aanwezig in een persoon, en/of worden aan iemand toegewezen door anderen. Aangezien de gevonden literatuur elk een eigen interpretatie geeft van (het meten van) de multidimensionaliteit van charisma, zullen de artikelen vanuit dit oogpunt^x worden benaderd. Daarnaast zal er aandacht worden besteed aan charismatisch leiderschap, waar dit vandaan komt, hoe het tot stand komt en de mogelijke gevaren.

Meetinstrumenten voor charisma

In het artikel *Capturing Charisma: Notes on an Elusive Concept*, uit de *Journal for the Scientific Study of Religion*, proberen Burke en Brinkerhoff (1981) een methode te ontwikkelen om charisma te meten. Na een uitgebreide analyse komen de auteurs met een *Proposed Index*, bestaande uit tien tegengestelde begrippen. Deze begrippen vertonen een bepaalde samenhang, die charisma meetbaar zou maken^{xi}. In hun eigen conclusie geven de auteurs aan dat deze *Proposed Index* gebruikt kan worden voor studies naar de mate waarin iemand charisma bezit, afgezet tegen iemand die dat niet heeft.

De *Proposed Index* van Burke en Brinkerhoff samengevat^{xii}:

Leader – Follower	Exciting – Dull
Creative – Unimaginative	Respected – Unrespected
Intelligent – Unintelligent	Energetic – Unenergetic
Magnetic – Repulsive	Powerful – Weak
Confident – Unconfident	Impressive – Unimpressive

De voorgestelde index van Burke en Brinkerhoff is interessant. Er wordt een methode aangereikt om meer grip te krijgen op het concept. Belangrijk om op te merken is dat de index de *perceptie* van de respondenten meet^{xiii}. Nadeel is dat de test uitgaat van het afzetten van een charismatisch persoon tegenover een niet-charismatisch persoon. Bijzonder is, dat de auteurs al in 1981 beweerden dat charisma moeilijk te vatten is. De *Encyclopedia of Leadership* uit 2004 beweert hetzelfde (zie *Definities*). In de tussenliggende twintig jaar is er dus nog geen eenduidige omschrijving van charisma gevonden.

In het artikel *Generic charisma – Conceptualization and measurement* proberen de auteurs Verčič en Verčič (2010), twintig jaar na hun collega's, eveneens een meetinstrument te maken. Ze nemen echter een ander vertrekpunt dan Burke en Brinkerhoff. Verčič en Verčič spreken in hun artikel over de opkomst van *human brands*, oftewel de mens als merk. Dan is het, volgens de auteurs, relevant om het bereik en de dimensies van iemands charisma te kunnen meten. Daarbij merken ze op dat er wel diverse indexen of testen zijn ontwikkeld om

^x Multidimensionaliteit.

^{xi} De auteurs maken wel de opmerking dat, omdat de tien begrippen samenhangen, de index in ieder geval een bepaalde kwaliteit meet. Uit een geldigheidstest bleek dat de kwaliteit die gemeten werd, het best omschreven kan worden als charisma.

^{xii} Er is voor een tabel gekozen voor de weergave, omdat overzichtelijker en compacter is. Het linkerwoord in elke tegenstelling is de charismatische karakteristiek.

^{xiii} Het gaat dus om het bevestigen of toewijzen van kwaliteiten aan een persoon.

Charisma: Gave of Construct?

charisma te meten, maar dat het aantal en aanbod beperkt is en dat die zich voornamelijk toeleggen op (charismatisch) leiderschap.

Via een uitgebreide test komen de auteurs met zes dimensies voor charisma. Hiermee zou hun aanname, dat charisma een multidimensionaal concept is, worden onderschreven. Deze dimensies zijn:

Communicative	Attracts admiration and inspires
Honest and reliable	Attractive
Calm and visionary	Powerful and dominant

Omdat de dimensies in een vragenlijst worden voorgelegd aan een testgroep, gaat het bij deze test, net zoals bij de *Proposed Index* van Burke en Brinkerhoff, om de *perceived ability* van een individu. Met andere woorden, de kwaliteiten die in een persoon aanwezig zijn worden erkend of toegeschreven door ‘de omgeving’. De gebruikte termen komen in grote lijn overeen met de *bipolar descriptives* van Burke en Brinkerhoff.

De termen die zijn gebruikt om charisma mee te meten zijn interessant, en lijken via diverse testen een bepaalde basis te hebben. Bepaalde opmerkingen of aannames zijn voor discussie vatbaar. Bijvoorbeeld dat, volgens Verčič en Verčič, iedereen (*all people*) beschouwd kan worden als *potentially charismatic* – oftewel, iedereen kan charismatisch zijn of worden. Dit is wellicht iets té algemeen gesteld. Iedereen is bijzonder, iedereen heeft een bepaalde uitstraling. Maar bijzonder zijn of iets uitstralen, gezien de definities en dimensies, niet genoeg om als *charismatisch* omschreven te worden.

Charisma als multidimensionaal begrip

Bij de zojuist besproken meetinstrumenten werd gezocht naar termen die samen het begrip charisma zouden vormen. In de andere gebruikte artikelen komen ook diverse interpretaties op de invulling van de dimensies van charisma naar voren. Deze zullen hier worden besproken.

In de *Encyclopedia of Leadership* komt charisma, en de daarbij behorende verschijningsvormen, uitgebreid aan bod. Zo wordt onderschreven dat charisma gezien kan worden als multidimensionaal begrip:

“Personal charisma (...) is a constellation of a number of highly developed communication- and interpersonal skills” (2004:159).

De omschrijving in dit standaardwerk gaat in op zeven karakteristieken die vaak worden geassocieerd met charisma:

“(...) a review of the empirical research on charisma (...) suggests that there are seven characteristics that are most often associated with charismatic persons” (2004:159).

Voor het gemak zijn deze termen, net als bij de vorige twee artikelen, in een tabel gevat:

Emotionally expressive	Visionary
Enthusiastic	Self-confident
Driven	Responsive to others
Eloquent	

Charisma: Gave of Construct?

Daarnaast wordt gesteld dat charisma te trainen is:

“Theoretically it should be possible to train a person to be more charismatic, given that many components of charisma, such as communication skills, self-confidence and appearance, can be developed, (...) due to the fact that training emphasizes developing communication and interactional skills” (Encyclopedia of Leadership, 2004:161-162).

De karakteristieken komen in zekere zin overeen met de omschrijvingen die eerder aan bod zijn gekomen, maar een totale overlap is er zeker niet. Zo zijn welbespraaktheid (*eloquent*) en zelfvertrouwen (*self-confident*) nieuwe toevoegingen, en ontbreekt een begrip als krachtig of sterk (*powerful* of *powerful and dominant*) die in de vorige twee studies wel voorkomen. De basis van de termen ligt in een uitgebreide beschouwing van empirische studies naar charisma.

De stelling dat charisma getraind kan worden, wordt onderschreven door Verčič en Verčič:

“So far as charisma is expressed in behavior, to that extent it is also susceptible to training” (Verčič en Verčič, 2010:13).

Gesteld kan worden dat het ontwikkelen van communicatieve vaardigheden en andere gedragscomponenten kan bijdragen aan iemands charisma. Maar of *personal charisma* alleen een samenhang is van communicatieve en inter-persoonlijke vaardigheden, zoals de *Encyclopedia of Leadership* (2004) stelt, kan worden betwist.

In *Obama, Palin and Weber: Charisma and Social Change in the 2008 U.S. Election* uit de *Canadian Review of Sociology* legt auteur Bowden (2010) de hoofdrolspelers van de Amerikaanse presidentsverkiezingen van 2008 langs de Weberiaanse definitie van charisma en charismatisch leiderschap. Bij een onderzoek, waarbij geregistreerde kiezers werd gevraagd hun indruk van de kandidaten te beschrijven (*describe your impression*^{xiv}), worden een aantal *descriptors* genoemd:

“(...) a substantial number of respondents offered words associated with the personal characteristics of charismatic leaders (dynamic, energetic, enthusiastic, leader), the nature of their message (idealistic, visionary), or the type of response that charismatic messages engender in the public (inspirational, hopeful)” (2010:181).

Ter verduidelijking zijn de termen wederom in een tabel gevat:

Dynamic	(personal characteristics)	Idealistic	(message)
Energetic		Visionary	
Enthusiastic		Inspirational	(response)
Leader		Hopeful	

Bowden presenteert charisma, en het daaraan verwante leiderschap, zodoende als een multidimensionaal concept. Hierbij ligt de nadruk wel bij charismatisch leiderschap, maar de eerste vier begrippen (genoemd bij *personal characteristics*) worden vooral gebruikt om de charismatische persoon te omschrijven. Als kritiek kan worden aangevoerd dat niet

^{xiv} Het spreekt bijna voor zich dat deze indruk, net als bij de tests van Burke en Brinkerhoff en Verčič en Verčič, subjectief is. Hierdoor worden eventueel aanwezige charismatische kwaliteiten erkend dan wel toegeschreven aan de kandidaten.

Charisma: Gave of Construct?

gemotiveerd is *wie* heeft bepaald wat de *descriptors* zijn die met charismatische leiders worden geassocieerd.

De *International Encyclopedia of the Social Studies* (1968) spreekt niet van een aantal karakteristieken die tezamen het concept charisma zouden vormen, wel over tekenen of eigenschappen:

“A culture can foster the discernment of charismatic signs and properties by focusing attention, providing canons of interpretation, and recommending the appreciation of the possession of these signs and properties” (1968:386).

Hierbij zou het gebruik van meervoud (*signs, properties*) gelden als indicatie voor de multidimensionaliteit. Het is een fragiele basis, maar het komt overeen met het idee van charisma als multidimensionaal begrip. Daarnaast wordt gesteld dat een maatschappij (*culture*) de opkomst van charisma (of charismatisch leiderschap) zelf in de hand heeft door open te staan voor signalen. Dat lijkt op de subjectiviteit van het erkennen. Het idee dat een maatschappij zelf kan bepalen of er behoefte is aan charisma of charismatisch leiderschap is prikkelend. Dat zou een duidelijke verwijzing zijn naar een *social construct*. Deze constructie komt in het volgende onderdeel van dit hoofdstuk aan bod.

In het artikel *The Riddle of Charisma* geeft Peters (2010) een andere kijk op charisma. Hij spreekt over drie bronnen of vormen:

“Rather than a singular attribute, charisma is complex, manifesting itself in at least three non-exclusive forms: innate charisma, achieved charisma and the charisma of position” (2010:516).

De eerste bron, *innate charisma*, zou volgens Peters aangeboren zijn, en is *inexplicable* (niet in één woord te vangen). Het zou ook de meeste impact teweeg brengen:

“Of all the varieties of charismatic leaders, the man or woman born with such a gift may have the greatest impact for the good, but also for evil” (2010:518).

De tweede bron voor charisma komt voort uit prestaties en kent twee subonderdelen. Het eerste onderdeel komt voort uit *acquired charisma*, oftewel verwerving op basis van bepaalde daden. Het tweede is *consciously manufactured charisma* of *created charisma*. Hierbij zorgt de persoon voornamelijk zelf voor een basis om zijn gezag op te baseren. Deze vorm brengt, in beide subcategorieën, wel risico's met zich mee:

“The charisma of achievement fades with failure. (...) Created charisma may disappear in an environment where the achievements are irrelevant” (2010:519).

De derde bron is de uitstraling van de positie die iemand bekleedt:

“The artificial magnetism of those who have charisma thrust upon them” (2010:519).

Het zou volgens Peters een leider net dat beetje extra gezag geven:

“Properly exploited, the charisma of office may enable a capable, if not charismatic, man to function effectively as a leader” (2010:519).

De bronnen van charisma zijn bijzondere kwalificaties. Het nadeel is dat Peters deze koppelt aan leiderschap, in plaats van in te gaan op het fenomeen charisma op zich.

Charisma: Gave of Construct?

Zowel *innate* als *achieved* charisma lijken in zekere zin op de *exceptional qualities* die Weber omschreef. Als kritiek op de aangeboren variant kan een opmerking uit de *Encyclopedia of Leadership* (2004) worden aangehaald:

“...the majority of researchers of charisma do not believe that it is an inherited or inborn quality” (2004:158).

De meeste wetenschappers vinden dat charisma in ieder geval niet aangeboren is. Dit sluit aan bij de bewering dat eigenschappen die samenhangen met charisma getraind kunnen worden. Echter, de omschrijving van Peters geeft een verwijzing naar juist die ongrijpbaarheid van charisma, en doet vermoeden dat er meer is dan de te trainen kenmerken.

Bij *acquired charisma* gaat het, vanwege iemands daden, om de erkenning van iemands uitstraling of gezag. Dit is in lijn met de erkenning van, toewijzen aan of omschrijven van kwaliteiten van een persoon, zoals ook bij Burke en Brinkerhoff en Verčič en Verčič is besproken, en in het hoofdstuk Definities te vinden is bij de *International Encyclopedia of the Social Sciences* en *The Browser's Dictionary*.

Created charisma sluit op zijn beurt weer aan op de notie van zowel Verčič en Verčič als de passage uit de *Encyclopedia of Leadership* dat iedereen charismatisch kan worden, al dan niet door training.

De derde bron, charisma op basis van positie, hangt voornamelijk samen met leiderschap. Dit is in zekere zin ook toegewezen, omdat leiderschap dan wel autoriteit, ook erkend moet worden:

“Authority is the right to act, rather than the power to do so. However, authority creates its own power so long as people accept that the authority figure has the right to make decisions” (Hague en Harrop, 2001:11).

Het ligt bijna in de lijn der verwachting dat, omdat er al discussie is over de definitie van het begrip charisma, er net zoveel discussie is over charisma als multidimensionaal concept. Men is het er over eens dat er meerdere dimensies zijn, maar over de manier waarop er invulling aan moet worden gegeven, en met welke kwaliteiten, bestaat nog discussie. Belangrijke factoren zijn echter persoonlijke uitstraling (zoals *driven, impressive, magnetic*) en communicatieve vaardigheden (*eloquence, responsive to others*).

Charisma als sociale constructie

In de diverse artikelen die hierboven besproken zijn, wordt gesteld dat perceptie een grote rol speelt in het vaststellen van charisma. Zowel Burke en Brinkerhoff als Verčič en Verčič merken op dat het toeschrijven van charisma voornamelijk voortkomt uit de perceptie van de respondenten. Bij Bowden draait het ook om de mening van respondenten. En bij *acquired charisma*, volgens Peters de tweede bron van charisma, moeten iemands daden erkend worden.

Bij een sociaal construct draait het om een fenomeen dat ontstaan is vanuit een maatschappij. De perceptie van het onderwerp is geconstrueerd door sociaal gebruik^{xv}. Deze constructie

^{xv} Social construct: “A social mechanism, phenomenon, or category created and developed by society; a perception of an individual, group, or idea that is 'constructed' through cultural or social practice.” Gevonden op 25 mei 2011 via Dictionary.com: <http://dictionary.reference.com/browse/social+construct>.

Charisma: Gave of Construct?

wordt, net als de multidimensionaliteit, vooral gesuggereerd in de *International Encyclopedia of the Social Studies*:

“Whatever the sources of the propensity to impute charisma, (...) it results in a subjective experience of possession of charismatic quality” (1968:386).

Het toewijzen van charisma (wat al voortkomt uit perceptie) zou leiden tot een (subjectieve) beleving van het bezit van charisma. Dus als iemand charisma krijgt toegewezen, wordt het beleefd alsof die persoon charisma heeft. Dit wordt bij de *Romance of Leadership*-theorie verder besproken.

Dat perceptie, of waarneming, een rol speelt bij charisma komt ook naar voren in het boek *The Connectors*^{xvi} van Kusmeski (2009):

“The most important thing about charisma is that it is largely based on perception. For example, perceived charisma can be created in another person by speaking in very positive terms about that person to a third party. (...) So, charisma – for the most part – begins largely in the mind of the beholder.” (Kusmeski, 2009: ?)

Bijzonder is de stelling dat charisma gecreëerd kan worden door bijvoorbeeld positief te spreken over iemand die mogelijk charisma heeft. Dit lijkt weer op de subjectieve beleving waar de *International Encyclopedia of the Social Studies* over spreekt.

Deze creatie of beleving lijkt erg op de *social contagion view of charismatic leadership*, uit de *Romance of Leadership*-theorie:

“ROL theory proposes that charismatic leadership can be modelled as a social contagion process. (...) Social contagion is a type of influence process whereby contagious emotions and behaviours can be transmitted from one person to the next. (It is) analogous to people catching a cold: by coming in contact with others who have it” (*Encyclopedia of Leadership*, 2004:1349).

Dat zou inhouden dat het bij het erkennen of toewijzen van charisma niet alleen gaat om de relatie tussen de charismatische persoon en de omgeving, maar ook om de relatie in de omgeving onderling. Dit wijst weer op de sociale samenhang, of constructie.

Dit wordt ondersteund door bevindingen van Roy Wallis (1982). In zijn artikel *The social construction of charisma* bestudeert hij de opkomst van David ‘Moses’ Berg, de grondlegger van de Children of God, een religieuze groepering in de Verenigde Staten.

“Charisma is constructed in the process of social interaction. It emerges out of (...) social relationships in which an exchange takes place of mutual attribution of status and worth” (Wallis, 1982:38).

Hier draait het om de relatie tussen leider en gevolg. En gezien het gebruik van het woord *exchange* werkt deze relatie twee kanten op.

Wallis bespreekt ook een constructie die lijkt op *social contagion*. De directe volgelingen krijgen door speciale aandacht van hun leider (door middel van erkenning of affectie) een eigen status, waardoor ze zelf een bepaalde uitstraling^{xvii} krijgen. Op basis van dit ‘gezag’

^{xvi} *The Connectors: How the World’s most succesfull businesspeople build relationships and win clients for life*. Het boek gaat in op zakelijk leiderschap en andere aan ‘business’ gerelateerde onderwerpen.

^{xvii} Dit fenomeen staat in de gebruikte literatuur bekend als *annuated* of *dispersed* charisma. Hier zal verder niet op in worden gegaan.

Charisma: Gave of Construct?

verkondigen ze aan anderen over hun wonderbaarlijke leider, waarmee ze niet alleen zijn status als bijzonder persoon bevestigen, maar ook hun eigen rol in zijn beweging. Met het verspreiden van het gedachtegoed 'steken ze andere mensen aan'.

Charisma, ook al kan het voortkomen vanuit een persoon, is (deels) afhankelijk van de erkenning of toewijzing van de omgeving. Hierbij speelt perceptie een rol, en de relatie tussen degene met charisma en diens volgelingen.

De sociale constructie van charismatisch leiderschap

Een andere vorm van sociale constructie die hoort bij charisma is (de vraag naar) charismatisch leiderschap. Aangezien diverse bronnen in de behandelde literatuur er naar verwijzen, wordt er hier beperkt aandacht aan besteed^{xviii}.

Hague en Harrop (2001) stellen dat charismatisch leiderschap niet alleen sociaal geconstrueerd is, maar speciale omstandigheden nodig heeft om tot bloei te komen.

“Charisma refers to how followers perceive such figures: as inspirational, heroic and unique. There is little point in searching for personal qualities that distinguish charismatic from ordinary leaders. The issue is the political conditions which bring forth a demand for charismatic leadership” (Hague en Harrop, 2001:12).

Weber heeft ook een interpretatie van charismatisch leiderschap als sociaal construct:

“Charismatisch authority (is) being based on people’s collective perception that a given individual is extraordinary and therefore worthy of leading” (Encyclopedia of Leadership, 2004: 163).

Hierbij komt de erkenning of toewijzing van charismatisch leiderschap vanuit de achterban. Daarnaast wordt de indruk gewekt dat een maatschappij zelf bepaalt of het toe is aan een charismatisch leider^{xix}.

In het vorige onderdeel legde Wallis de nadruk op de relatie tussen leider en volgelingen, die twee kanten op werkt. Smith (1998) lijkt het in zijn boek *Faith, Reason and Charisma* met Wallis eens te zijn:

“As such, (the relation) consists of two parts – the projective practice of the following, which is charismatically oriented, and the magnified powers of the leader, who is charismatically endowed as the result of public projection” (Smith, 1998:52).

Leider en volgers hebben zodoende een speciale band. De volgers zoeken een leider met charismatische kwaliteiten, en de leider met (potentieel) charisma wordt charismatisch door de projectie van de volgelingen. Oftewel:

“You get what you see (implying that followers’ interpretation are the most important aspect)” (Encyclopedia of Leadership, 2004:1349).

Dit laatste citaat lijkt een van de meest bondige bewijsvoeringen voor het sociaal construct van charisma en charismatisch leiderschap.

^{xviii} Wellicht een idee voor een andere student om over dit onderwerp een paper te schrijven.

^{xix} Zie ook de omschrijving van de *International Encyclopedia of the Social Studies* op pagina 9.

Charisma: Gave of Construct?

Dat deze projectie belangrijk is, blijkt uit een opmerking van Bowden:

“(It is) the result of popular faith rather than its cause”(2010:175).

Dit lijkt op de opmerking van Hague en Harrop, dat het niet zo zeer gaat om de kwaliteiten die een charismatisch leider onderscheiden van een gewone leider, maar om de omstandigheden en de behoefte aan leiderschap vanuit een maatschappij.

Deze omstandigheden zijn volgens de *International Encyclopedia of the Social Sciences* te omschrijven als een crisis.

“These crises (...) reveal (...) the inadequacy of the (...) institutional systems and discredits the elite who (...) dominated them” (1968:389).

De relatie tussen leider en volgers komt eveneens ter sprake:

“Those in whom the charismatic propensity is strongest (...) will be the promulgators of the new vision of a better order. Those (...) whom (...) are strong enough to respond to such a vision, are the most likely followers” (1968:389).

De charismatische leider wordt dankzij zijn visie bekrachtigd door degenen die bereid in zijn boodschap geloven. De volgelingen lijken een belangrijke schakel in het mogelijke succes van een potentieel charismatisch leider:

“It is important to note, that personal charisma does not guarantee that one will be capable of charismatic leadership. (...) To be successful, the charismatic leader needs to have loyal and devoted followers, but certain situational characteristics such as a time of crisis or situational stagnation (a situation that is ripe for change) tend to be more conducive to charismatic leadership” (*Encyclopedia of Leadership*, 2004:161).

Volgens deze stelling zouden naast de volgelingen ook omstandigheden een rol te spelen bij de vraag naar of opkomst van charismatisch leiderschap. Maar de charismatische leider zou wel de bron van het verzet zijn, zelfs noodzakelijk, om verandering aan te brengen in een gestagneerde maatschappij:

“The charismatic person is a creator of a new order as the breaker of routine order. (...) Charismatic authority is of necessity revolutionary” (*International Encyclopedia of the Social Studies*, 1968: 387).

Over de betekenis van revolutionair en noodzaak kan discussie bestaan. Geconcludeerd mag worden dat de charismatische leider een hoofdrol speelt wanneer een maatschappij door diverse omstandigheden aan verandering toe is. Dit wordt ondersteund door Bowden:

“Over time, any social system becomes rigid, stagnant and faces crisis. (...) System change is the product of an exceptional person, the charismatic leader, whose ideas and actions redefine the way society approaches its fundamental problems” (Bowden, 2010:173).

In het hoofdstuk ‘Begrippen’ werd echter gesteld dat charismatisch leiderschap een tijdelijk fenomeen is^{xx}.

“It is the fate of charisma”, wrote Weber (1957, p.129), ‘to recede with the development of permanent institutional structures” (Hague en Harrop, 2001:12).

^{xx} ‘Het charisma wordt dan geleidelijk vervangen of aangevuld door institutionele een proces dat Weber ‘de veralledaagsing van het charisma’ heeft genoemd.’ - Grote Winkler Prins Encyclopedie.

Charisma: Gave of Construct?

Stel, de charismatisch leider krijgt het gezag van zijn volgers om leiding te geven aan een al dan niet noodzakelijke verandering binnen een maatschappij. Wat gebeurt er dan met zijn leiderschap als de crisis is opgelost?

“Once the crisis is somehow resolved – often as a result of the intervention of the charismatic inspiration – routine actions return (and) the need for protective charisma (...) is reduced”
(*International Encyclopedia of the Social Sciences*, 1968: 389).

Dit houdt in dat de nieuwe orde, uiteengezet door de visie van de charismatische leider, uiteindelijk, via institutionalisering, de nieuwe norm wordt voor een maatschappij^{xxi}. Totdat dit systeem zijn grenzen bereikt en er een nieuwe leider opstaat^{xxii} die een nieuwe orde voorstelt.

Dit is samen te vatten in een schema, gepresenteerd door Bowden bij het bespreken van Weber's theorie over *social change*.

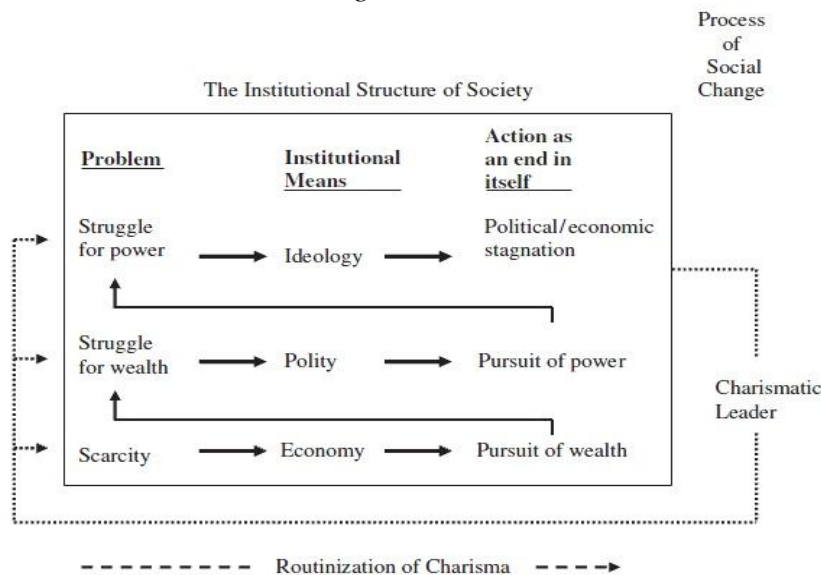


Figure 1: A diagrammatic representation of Weber's theoretical framework. (Bowden, 2010:173)

Het blok in het schema stelt de maatschappij voor. Daarbinnen zijn de uitdagingen en de manieren om daarmee om te gaan weergegeven. In de linkerkolom staan de basisprincipes. Er is een strijd om macht, rijkdom en schaarste. Deze worden aangepakt via ideologie, staatsinrichting en economie. De crisissituatie of stagnatie staat in de derde kolom. Vanuit die crisis komt een charismatisch leider voort, die op het gebied van macht, rijkdom of schaarste een nieuwe visie voorstelt. Dat wordt, bij succesvol leiderschap, de nieuwe 'orde' en wordt via de institutionalisering van charisma, routine.

Zowel bij het onderdeel 'charisma als sociaal construct' als bij 'de sociale constructie van charismatisch leiderschap' wordt gesproken over het geloof van volgelingen in (potentieel) charismatische personen.

^{xxi} In theorie, uiteraard.

^{xxii} Of wordt aangewezen, aangezien de achterban door middel van het toewijzen van kwaliteiten aan de charismatische leider autoriteit verleent aan zijn persoon en boodschap.

Charisma: Gave of Construct?

Het geloof, al dan niet door *social contagion* in het leiderschap van zo'n charismatische persoon kan verstrekkende gevolgen hebben. Althans, dat lijkt de stelling van Peters in *The Riddle of Charisma*:

"The individual to whom others turn – even unwillingly – for leadership may be the saint who leads them to the promised land, or their executioner" (2010:158).

Een andere waarschuwing komt van Costa Pinto en Larsen (2006):

"We must understand how the 'charimatisation' of politics may carry a serious challenge to democracy with it." (2006:254).

In het artikel *Fascism, Dictators and Charisma* van Costa Pinto en Larsen (2006) wordt uitgelegd hoe dictators in de twintigste eeuw gebruik hebben gemaakt van de randvoorwaarden voor charismatisch leiderschap. Om dit te illustreren maken de auteurs gebruik van het volgende schema:

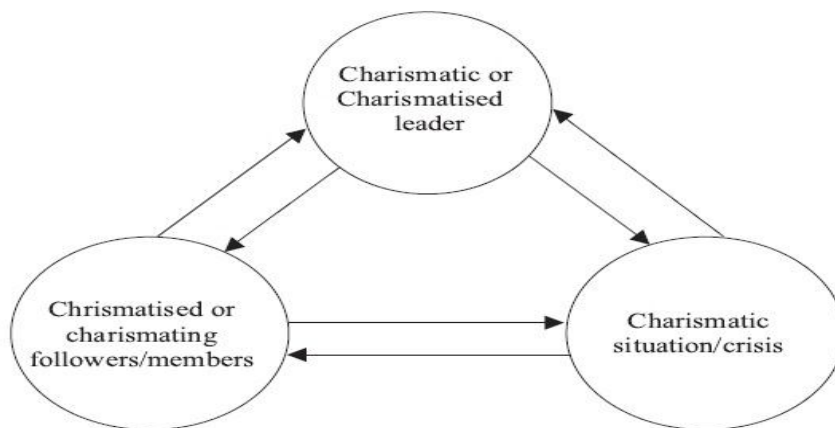


Figure 1. The Charismatic Triangle

(Costa Pinto en Larsen, 2006:253)

Om het in de woorden van de auteurs te vatten:

"The 'charismatic triangle' is a model of the interplay between charisma from above, from below, or from the 'event'"(2006:257).

Costa Pinto en Larsen omschrijven deze wisselwerking (*interplay*) als volgt:

"Every dictator had to possess some individual abilities that made them 'extraordinary'. He needed followers to 'understand' or 'appreciate' and connect these qualities. Finally, there must be a situation or an event that which required these unusual abilities which could call for the reconstruction of the regime" (2006:253).

Hiermee komen diverse theorieën of aannames over charisma, charismatisch leiderschap en het sociale construct samen. De leider moet bepaalde kwaliteiten bezitten (al dan niet ontwikkeld of getraind), die worden erkend door een achterban. Daarmee wordt zijn charisma gevormd. Om daarnaast een succesvol, charismatisch leider te worden, moet er een crisis zijn (of worden gevormd/gecreëerd) zodat de charismatische leider zijn gezag kan laten gelden en een nieuwe situatie creëert door de routine te doorbreken.

Charisma: Gave of Construct?

Ter illustratie een voorbeeld uit het artikel, over hoe Adolf Hitler de omstandigheden voor zijn opkomend leiderschap hielp:

“The burning of the Reichstag (1933) is evidence of how Adolf Hitler ‘charismatised’ a situation of internal threat from the Communists/Jews by deliberately falsifying the news of how events happened. (...) It was orchestrated to make the Germans believe in the need to have a ‘great’ leader who would be capable of protecting them” (2006:254).

De auteurs lijken hun waarschuwing over de *charismatisation of politics* extra kracht te willen geven:

“Those who demand ‘strong leadership’ would do well to remember that (...) there is no limit to (...) what personalised rule may lead to” (2006:254).

Dit klinkt wellicht iets te belerend, maar vanuit de geschetste voorbeelden in het artikel – waar naast Hitler ook Mussolini, Franco en Salazar worden aangehaald – wel begrijpelijk.

Charismatisch leiderschap is net zo’n intrigerend fenomeen als charisma zelf. Het kan beide via een sociaal construct worden gecreëerd, hoewel het vermoeden bestaat dat dit construct vooral bij charismatisch leiderschap een belangrijke rol speelt.

Conclusie

In de inleiding werden een aantal vragen gesteld over het begrip ‘charisma’. Na bestudering van diverse begripsomschrijvingen, theorieën en artikelen die geschreven zijn over het onderwerp zal worden geprobeerd de vragen te beantwoorden.

Charisma is een moeilijk te vangen begrip, en de experts die het fenomeen onderzoeken zijn het op veel fronten niet met elkaar eens. Al komen ze vaak apart van elkaar tot een algemeen concept. Alle gegevens wijzen er op dat charisma een multidimensionaal concept is, bestaande uit diverse aspecten. Over de invulling van deze aspecten bestaat discussie. Er is niet echt een checklist om te zien of iemand charisma bezit, al zijn er pogingen ondernomen om meetinstrumenten te maken. Daarbij is een index of scoretabel afhankelijk van de input van de waarneming of perceptie van respondenten (Burke en Brinkerhof; Verčič en Verčič).

De bron van charisma ligt in de persoon zelf. Iemand kan bepaalde kwaliteiten bezitten (welbespraaktheid, goede communicatieve vaardigheden, een sterke aantrekkingskracht, gedreven, indrukwekkend, enzovoorts) die samen een uitstraling geven die het beste kan betiteld worden als charisma. Door middel van training zou deze uitstraling zelfs groter kunnen worden (Peters; Verčič en Verčič; Burke en Brinkerhoff; *Encyclopedia of Leadership*).

Vanwege de rol van de omgeving is charisma, buiten aangeboren talenten of getrainde kwaliteiten van een bepaald persoon, eveneens te omschrijven als een sociaal construct. De waarneming en perceptie^{xxiii} van de maatschappij spelen een belangrijke rol in het toekennen van charisma, of charismatische autoriteit / leiderschap.

Op basis van goed getrainde communicatievaardigheden, een bepaalde passie, een ontwikkelde, aansprekende en goed gearticuleerde visie en mogelijk ook diverse daden kan iemand van ‘een persoon met charisma’ uitgroeien tot een charismatisch leider. De charismatische leider dient wel rekening te houden met omgeving en omstandigheden, plus de tijdelijke aard van zijn autoriteit. Zonder achterban die gelooft in de boodschap is er alleen een charismatische persoonlijkheid. De omstandigheden waarin charismatisch leiderschap wordt gezocht zijn terug te brengen naar crisis, of sociale stagnatie. In dit soort omstandigheden is behoefte aan een aansprekend persoon met een nieuwe, of andere visie^{xxiv}. De omgeving zal oog moeten houden op de motieven van de leider, omdat die misschien niet altijd even ‘zuiver’ zijn. Meer daarover is te vinden bij de geselecteerde opmerkingen van Hague en Harrop, Bowden, de *International Encyclopedia of the Social Studies* en de *Encyclopedia of Leadership* en met betrekking tot de laatste opmerking Costa, Pinto en Larsen en Peters.

Is charisma nu een gave, of een construct? Naar aanleiding van de bestudeerde literatuur kan gesteld worden dat charisma zowel een gave is, al dan niet getraind, én een construct, namelijk een idee dat leeft onder mensen dat wordt geprojecteerd op een persoon met een bepaalde uitstraling. Deze conclusie kan er echter ook volledig naast zitten. Deze paper is voornamelijk gebaseerd op de interpretatie van de geselecteerde data, en dus een product van de perceptie van de auteur.

^{xxiii} Ook twee begrippen die het waard zijn om nader te bestuderen.

^{xxiv} Ten opzichte van de dan geldende ‘standaard’ of ‘norm’.

Charisma: Gave of Construct?

Literatuurlijst

Encyclopedieën en naslagwerken

Burns, J.M., Goethals, G., Sorensen G.J et al. (2004). *Encyclopedia of Leadership vol. 1, vol. 3*. Thousand Oakes, USA: Sage Publications / Berkshire Publishing Group LLC.

Cole, R. (editor) (1998). *International encyclopedia of propaganda*. Chicago: Fitzroy Dearborn Publishers

Grote Winkler Prins Encyclopedie in 26 delen (1991). Deel 6. Amsterdam / Antwerpen: Elsevier

Prisma Handwoordenboek Nederlands (1994). Het Spectrum: Zutphen

Moore, F.L., Varchaver, M. (2006) *The Browser's Dictionary of Foreign Words and Phrases*. Hoboken, New Jersey (USA): John Wiley and Sons Inc.

Sills, D. (chief- editor) et al. (1968). *International Encyclopedia of the Social Sciences, vol. 2*. USA: Crowell Collier and MacMillan Inc.

Literatuur en artikelen

Bowden, G. (2010, May). Obama, Palin and Weber: Charisma and Social Change in the 2008 U.S. Election. *Canadian Review of Sociology*, 47 (2). pp. 171-190.

Brinkerhoff, M.B., Burke K. (1981). Capturing Charisma: Notes on an Elusive Concept. *Journal for the Scientific Study of Religions*, 20 (3), pp. 274-284.

Costa Pinto, A., Larsen, S.U. (2006, Jun.) Conclusion: Fascism, Dictators and Charisma. *Totalitarian Movements and Political Religions*, 7 (1), pp. 251-257.

Hague, R., Harrop, M. (2001). *Comparative government and politics. An introduction*. Bristol, GB: Palgrave.

Kumeski, M. (2009). *Connectors: How the World's most succesfull businesspeople build relationships and win clients for life*. Hoboken, New Jersey (USA): John Wiley and Sons Inc. p. (-)

Moore, F.L., Varchaver, M. (2001). *The Browser's Dictionary of Foreign Words and Phrases*. New York: John Wiley & Sons Inc. p.(-)

Peters, R. (2010, Okt.). The Riddle of Charisma. *Society* 47 (6), pp. 516-520

Smith, D. (1998). Faith, Reason, and Charisma: Rudolf Sohm, Max Weber, and the Theology of Grace. *Sociological Inquiry*, 68 (1), pp. 32-60.

Sprenger, M. (2010). *The leadership brain – for dummies*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons Inc. p. (-)

Verčič, A.T., Verčič, D. (2010, Dec. 9). Generic charisma – Conceptualization and measurement. *Public Relations Review*, 37, p. 12-19.

Wallis, R. (1982). The social construction of charisma. *Social Compass*, 25 (1), pp. 25-39.