

RETORIKA KAO VEŠTINA LIČNOG PREZENTOVANJA

RHETORIC AS A SKILL OF PERSONAL PRESENTATION

Slobodan Petrović¹

DOI: <https://doi.org/10.31410/EMAN.2020.483>

Apstrakt: *Retorika kao veština koja odlikuje intelektualce od nastanka sveta jedino je i oružje i oruđe koje čovek putem izgovorene reči može da koristi kako bi sebe ili odbranio ili prezentovao. Ova drevna veština predstavljala je, a i danas predstavlja vrlinu odabranih, ukras umnih, filozofsku dubinu, misaonu širinu i esenciju izgovorene reči. Pretvoriti misli u jednostavne i širokom auditorijumu umno razumljive reči, svakako je sposobnost veštih govornika, koji kao cilj i motiv imaju isključivo lično prezentovanje i profesionalno profilisanje, kroz niz manipulativnih, retorički spretno izgovorenih, misaono i praktično opravdanih teza koje se teško ili lako opovrgavaju, što determiniše govornika kao dobrog ili lošeg. Suština je da je retorika način ličnog prezentovanja sopstvene ličnosti, kroz koju individua ispoljava sopstveni ili stav lica koje ju je angažovalo, a da pri tom uspe svojim govorom da zaintrigira i uslovno rečeno povede auditorijum. Kroz istoriju civilizacije ova drevna, možda i najstarija veština imala je svoje promotere, to su bili najveći umovi sveta, svetske religijske istorije, filozofske tradicije, kulturološke tekovine, političke borbe, pohlepe velikana i odbrane lagodnosti monarhističkih predstavnika. Sve do današnjih dana ova tehnika izgovorene reči predstavlja izazov koji se vežba, sa kojim se čovek ne mora roditi, ukoliko je dovoljno uporan da savlada sve tajne dobrog javnog nastupa, sposobnost percepcije sebe, cilja, alata i rezultata koji se ostvaruje efektom izgovorene reči.*

Ključne reči: *Retorika, Javni nastup, Prezentovanje, Tehnika govora, Veština, Umetnički izraz.*

Abstract: *Rhetoric as a skill that distinguishes intellectuals from the beginning of the world is the only weapon and a tool that a person can use through a spoken word to either defend or present himself. This ancient skill represented, and still represents, the virtue of the chosen ones, the ornament of the intelligent, the philosophical depth, the breadth of thought and the essence of the spoken word. To turn thoughts into simple and intelligent words that can be understood by a wide audience is certainly the ability of skilled speakers, who have as their goal and motive personal presentation exclusively and professional profiling, through manipulative, rhetorically skilfully spoken, mentally and practically justified theses that are difficult or easy to refute, which determines the speaker as good or bad. The essence is that rhetoric is a way of personal presentation of one's own personality, through which an individual expresses his own or the attitude of the person who hired him, and at the same time manages to intrigue with his speech and conditionally lead the audience. Throughout the history of civilization, this ancient, perhaps the oldest skill has had its promoters, they were the greatest minds of the world, world religious history, philosophical traditions, cultural heritage, political struggles, greed of the greats and defense of the comforts of monarchist representatives. To this day, this technique of a spoken word represent a challenge that is practiced, with which a person does not have to be born, if he is persistent enough to master all the secrets of good public appearance, the ability to perceive himself, goal, tools and results achieved by the effect of the spoken word.*

Keywords: *Rhetoric, Public Speaking, Presentation, Speech technique, Skill, Artistic expression.*

¹ Fakultet društvenih nauka, Univerzitet Privredna akademija Novi Sad, Srbija

1. UVOD

Svrha i potreba izučavanja retorike kao veštine koja nam omogućava da ispoljimo svoju unutrašnjost, metafizički deo ličnosti, zasniva se na samoidentifikaciji i prezentovanju. Čovek se prvo prezentuje sam sebi, to je auto sublimacija. Mi prvo prihvatamo sebe, a tek potom smo u mogućnosti da prenesemo drugima deo svoje unutrašnje, misaone strane bića. Ili, pak, ne prihvatimo sebe, što je tema psihološkog istraživanja. U procesu prihvatanja otelotvorenog Id-a ljudi stiču samouverenje i sposobnost za lično perceptovanje, a to je nužno prilikom iznošenja stavova, argumenata, kontraargumenata, odbrane ili retoričkog napada. U svim navedenim, kao i u mnogim drugim sličnim situacijama, čoveka indentifikuje i čini imenicom, a ne brojem način na koji iznosi odnosno kolektivno oživljava svoje misli, a to je retorika. Retorika je osnova razumevanja sebe, te je ona isto onoliko sociološka koliko je i psihološka, ali i filozofska disciplina, posmatrana sa aspekta metoda i osnova na kojima počiva. Govornik postaje svestan snage svojih misli onog trenu kada ih izgovori, odnosno kada vlastite misli kanališe kroz reči auditorijumu.

U antičkoj Grčkoj ili Rimskom carstvu izgovorena reč uticala je samo na auditorijum, odnosno na slušaoce, koji su čuli, razumeli i shvatili poruku misli koje su iskazane. Dok 21. vek sa svim medijima koji su dostupni omogućava govorniku da bude viđen, da njegov govor čuje i misaono apsorbuje cela kugla zemaljska. Putujući kroz vreme menjali su se samo načini prenošenja informacije, ali ono što ovaj rad kvalifikuje naučnim istraživačkim radom jeste upravo činjenica da je suština govora kroz vreme ostala na govorniku. Na onome ko rečima vlada. U tom smislu retorika je od ustanovljavanja, od prihvatanja kao veštine, postala i ostala jedini manir iznošenja misli, u trenutku, emotivno, ali i racionalno, ona jeste jedinstven način prezentovanja individualnosti. S toga se bez osporavanja može konstatovati da je retorika veština ličnog prezentovanja.

2. SKLOP UNUTRAŠNJIH ČINILACA KOJI OBRAZUJU LIČNOST

Identitet jednog bića determinišu tri faktora: genetski, socijalni i pedagoški. Genetski činilac determinante ličnosti predstavlja sveukupan genetski materijal koji biće dobija rođenjem, socijalni faktor su dominantni oblici ponašanja jedinke u procesu odrastanja, od ranog detinjstva, pa sve do formirane ličnosti, te na posletku pedagoški faktor koji je jednako zastupljen kao i prethodna dva pomenuta, on počinje da ostvaruje interakciju sa jedinkom u procesu obrazovanja, sve u zavisnosti od kad do kad taj proces traje, kao i način na koji se obrazovanje sprovodi. Međutim, istorija retorike kao veštine govori da su najveći govornici sveta to zapravo postajali, a ne da su se kao takvi rađali. Često se za primer uzima Demosten, koji je imao govornu manu. Da bi je savladao, on je svoju dugu kosu šišao tako što bi ošišao samo jednu polovinu kose na samo jednoj strani, a onda je do beskonačnosti vežbao govor i zapravo vežbanjem gradio svoju besedničku ličnost. Ovakva istorijska činjenica demantuje tvrdnju da su u formiranju ličnih kvalifikacija bitni genetski, socijalni i pedagoški faktor. Praksa govori da i situacija, kao i motivacija, kao i stečene ili urođene osobine grade stil govornika, koji često postaje prepoznatljiv, dominantan, pa vremenom i deo identiteta ličnosti. U ovom smislu najbolji primer su politički govornici, jer ih istorija, a u novije vreme i video snimci najbolje opisuju. Pojedini govornici su stekli govornički identitet upravo jer nisu želeli da poput Demostena vežbaju i prevaziđu svoju govornu manu, već su govornu manu upotrebljavali kao sastavni deo svog natalnog govora, te na taj način i postali široj masi poznati, što je svakako doprinelo njihovoj besedničkoj afirmaciji na području govorništva.

3. VEŠTINA UBEĐIVANJA KAO ORUĐE I ORUŽJE U RETORICI

Ubeđivanje podrazumeva motivisanje auditorijuma i uveravanje auditorijuma da je neophodno sprovesti baš onu akciju koja je predmet, a i cilj procesa ubeđivanja. Ubedljive osobe su one osobe koje uspevaju da ideje pretvore u akcije. Smatra se da ubeđivanje nije sredstvo manipulacije. Mada, to se može potvrditi tek onda kada se jasno utvrdi cilj koji se procesom ubeđivanja želi postići. Teoretičari retorike i psiholozi se slažu da je „U svakoj situaciji potrebna moć ubeđivanja da bismo dobili rezultat kakav želimo.“ Iz tog razloga možemo konstatovati da je ubeđivanje spoj umetnosti i nauke. Da bi individua stekla sposobnost ubeđivanja nužno je da savlada pojedine veštine, ali i određene manifestne karakteristike ličnosti: izgradnja kredibiliteta u društvu, retoričko inficiranje publike na racionalnom i na emotivnom planu, uspostavljanje kvalitetne veze između onoga što se izgovara i misli auditorijuma tzv. prevazilazak otpora prema besednikovim idejama i sl.

Retoričar može smatrati da je na pola puta do uspeha onda kada uspe korišćenjem vlastite elokvencije i jezičkog uticaja, da ubedi i pridobije misli auditorijuma. Njegovo viđenje jednog procesa ili pojave treba da postane viđenje okupljene mase, tek onda postoji mogućnost da će se reči i ideje pretočiti u dela. Zapravo kroz proces ubeđivanja retoričar menja, jača ili izgrađuje mišljenje i stavove auditorijuma.

Sam proces ubeđivanja nije puko teorijsko prezentovanje, već ono podrazumeva i pozicioniranje ideje, pristupa ili rešenja koje se objektivno najviše dopada auditorijumu i predstavlja najrealniju moguću opciju koja će pokrenuti ljude na fizičku akciju. Dakle, ubeđivanje je psihički proces dejstva misli unutar individue koji proizvodi povratnu reakciju. Ubeđivanje ima neograničenu mogućnost primene: lobiranje, prodaja, politički govori, ratni govori, nacistički govori, posmrtni govori i dr. Ključni elementi ubeđivanja su: kredibilitet, zajedničko tle (razumevanje područja i kulture na kome se govornik nalazi), pomoćne informacije (proverene i dokazane činjenice na koje se govornik u svakom trenutku može osloniti, koje mu garantuju verodostojnost u procesu ubeđivanja), duboko razumevanje emocija (retoričar mora da prati reakciju publike, te shodno reakciji da usklađuje tonalitet, način naglašavanja, način kretanja, smer pogleda, intenzitet iznošenja podataka).

Ubeđivanje kao proces ovladavanja mislima i delima auditorijuma nužno je da ima etički kodeks ponašanja koji je u skladu sa moralnim i pravnim normama. Edvard R. Marou je rekao: „Da bismo bili ubedljivi, moramo da budemo uverljivi; da bismo bili uverljivi, moramo da budemo pouzdani; da bismo bili pouzdani, moramo da budemo istinoljubivi“.

4. DETERMINISANJE SEBE U ODNOSU NA RETORIČKE AKTIVNOSTI

Najvažniji korak u procesu upravljanja retoričkim nastupom jeste samospoznaja. Upoznati sebe podrazumeva da možete bez teškoća prepoznati sve svoje mane, ali i vrline, znati u kojim segmentima ste slabi, a u kojim snažni, odnosno biti spreman u svakom trenutku dati odgovor, a ukoliko odgovor ne postoji iz opravdanih ili manje opravdanih razloga, izgovoriti retoričko pitanje umesto odgovora što će skrenuti pažnju sa postavljenog pitanja do te mere da će osoba iz auditorijuma i zaboraviti (trenutno) šta je želela da čuje.

Kako najbolje upoznati sebe? Jedan od načina objektivne samospoznaje jeste mišljenje drugih ljudi o vama, s tim da to mišljenje mora biti objektivno. Tuđe oči najbolje mogu da spoznaju vrednosti, interesovanja, sposobnosti, stepen emotivnosti, snagu motivisanosti, kao i druge relevantne odlike ličnosti koje su značajne za postupak determinisanja sebe u odnosu na

retoričke sposobnosti. Neke od mogućih metoda jesu: konsultovanje svojih kolega, razgovor sa prijateljima, čak u zapadnoj praksi dominantan je i tzv. „Odgovor putem anonimnog pisma“. Međutim, postoji još jedan bitan aspekt u procesu samospoznaje koji može pomoći da otkrijemo motivacione regulatore unutar analizirane ličnosti, a to je prepoznavanje trenutka kada je vreme da istražimo neke nove poslovne sposobnosti koje će nas motivisati da damo svoj maksimum.

Sklop psiholoških elemenata ličnosti ispoljava se kroz govor čovekovog tela, tako retorika doživljava uspon ili pad, odnosno u zavisnosti od naših unutrašnjih predstava o predmetu izlaganja nesvesno čovek reaguje pokretima tela, a ti pokreti, podrazumeva se nisu kontrolisani. Čovek treba da determiniše sebe i sopstvene potencijale u odnosu na realnu sliku motiva koji ga pokreće. Želimo ono za čim se u nauci uopšte teži, to jest razumevanje pojava, stvaranje veza među njima i na kraju krajeva, gde je to moguće, proširenje svoje moći nad njima (Frojd, 2017). Definisane personalne veštine govorničtva početak je postizanja uspeha, uzimajući u obzir sve unutrašnje segmente ličnosti.

5. IZGOVORENE MISLI KAO ODREĐENJE RETORIČARA

Pošto ljudi upotrebljavaju reči kao znakove svojih ideja, možemo se najpre upitati kako su reči određene za to; svi se slažu da to nije usled izvesne prirodne veze između nekih artikuliranih zvukova i pojedinih ideja (jer bi onda u ljudskom svetu postojao samo jedan jezik), već na osnovu jedne proizvoljne postavke, kojom je data reč hotimično odabrana kao znak takve ideje (Vilhelm Lajbnic, 2010). Retoričar određuje sebe rečima (mislima) koje izgovori, zapravo to ne mora nužno biti tako, jer čovek ne mora uvek da govori ono što misli, ali svakako da će njegovo usmeno izlaganje imati primese misaonih akcija koje se unutar njega odvijaju, te će i u tom smislu biti determinisan kao i sopstvene misli. Na sprovedenom eksperimentu u slušaonici sa studentima, svi studenti u slušaonici dok čute oni su jednoobrazni, tek onog trenutka kad ispolje svoje misli, oni izražavaju sopstveni identitet i tog trena oni postaju imanica, a prestaju biti broj. Isti je slučaj i sa ljudima u masi. Retoričar ukoliko želi da postigne određeni efekat besedom koju drži, treba da govori jezikom interesovanja, vrednosti i isprobanih veština. Određivanje teme i izdvajanje par osnovnih hipoteza, prvenstveno u misaonom procesu, a tek potom u verbalnom izražavanju, osnova je uspešne transformacije misli u govor. Između besednika, besede i publike, kao neizostavna karika pojavljuju se mediji masovnog komuniciranja; moglo bi se reći da bez medijskog posredovanja ne bi bilo ni besednika čiji bi se glas mogao čuti; posebno ne onog koji u procesu uveravanja i ubeđivanja slušalaca ne poznaje granice; tu mediji postaju besednikov lavirint ogleдалa, umnožavajući sliku i reči do nesagledivog mnoštva onih koji se u tom lavirintu zatiču kao publika (Đorđević, 2016). Prilikom izgovaranja, odn. oživljavanja misli, retoričar mora doneti etičnu odluku. To je unutrašnji proces koji predstavlja filter prečišćavanja i razdvajanja misli, selekcija trenutno najkorisnijih u odnosu na one koje su u datom trenutku najnepotrebnije. Takva vrsta odluke svakako će uticati na auditorijum i u odnosu na vrstu i kvalitet izgovorenih misli retoričar, odn. subjekt koji govori biće podvrgnut analizi. Ovakve misli iznete javno, mogu imati društvene, ali i ekonomske posledice. Vrlo mali broj odluka koje su konačni rezultat misaonog procesa bi smeo da bude donet bez operativne svih mogućih rešenja koja utiču na sticanje pozitivnog ili negativnog utiska, u zavisnosti šta je cilj retoričara. Po mišljenju Dekarta, za onoga kome očevidnost sačinjava poslednji kriterijum u pogledu istine, neslaganje je ne samo znak zablude u glavnoj stvari jednog od protivnika, nego i dokaz da ni jedan ni drugi istinu ne vidi jasno (Perelman, 1983). Izgovorene misli, bilo da su odabrane, ili nehotično izgovorene, odn. da su proizvod racia (ratio) ili emocia (emotio) neophodno je da budu izgovorene sa predznanjem retoričara, da one u trenutku kada dobiju svoj život, tj. kada budu izgovorene, izazivaju i snose određene posledice. Upravo te posledice sastavni su deo efekta koji utiče na stvaranje retoričkog identiteta.

6. ZAKLJUČAK

Retorika kao veština odlikuje se mogućnošću upotrebe i zloupotrebe. Kroz vreme ona je samo menjala auditorijum, a svrha je uvek bila ista. U zavisnosti od kvaliteta besednika rezultat je bivao zapažen i ostvaren ili pak totalno suprotno. Možemo zaključiti da je ono što govornik besedi ipak deo unutrašnjeg, misaonog bića govornika, te da iz tog ugla posmatrano besedništvo predstavlja način subjektivnog prezentovanja. U radu nije bilo pomena da i sam objektivni izgled besednika ulazi u sastav čulnog i vizuelnog dejstva na auditorijum, kao i mesto sa koga se govori, ali i masa kojoj se govori. Ovo su ključni činioci koji doprinose stvaranju retorički plodne atmosfere, koja iznosi konkluzije o retorici, retoričarima i besedama koje su izgovorene.

Najvažniji postupak u procesu stvaranja besede i retoričkog nastupa jeste prvenstveno poznavanje sebe, a potom i poznavanje ili makar prepoznavanje okolnosti u kojima će besednik prezentovati svoje misli. U tom slučaju veliki su izgledi da efekat izgovorenog ostavi željeni rezultat, odn. da prenese poruku auditorijumu. Da bi retoričar sam sebi poslužio kao izvor informacija potrebno je da temeljno analizira sam sebe. Pri toj analizi (pripremi) nužno je definisati ključne teme, hipoteze u datom govoru, osmisliti način na koji želi da počne i način na koji želi da završi besedu. Ukoliko govorimo o tzv. emotivno nadahnutim besedama, onda besednik nošen emocijama, pod uticajem auditorijuma, iznosi vlastite stavove, gde su mnogo veće šanse da samog sebe dovede u nezgodnu situaciju.

Dakle, došli smo do zaključka da besednik može besediti na već pripremljenu temu, kontrolišući sopstvene emocije, da u tom trenutku bude maksimalno profesionalan, da celu situaciju drži pod kontrolom i da vlada scenom, odn. ambijentom odakle se obraća publici. Međutim, postoje i ove druge besede koje besednici izgovaraju u stanju emotivnog naboja, podložni utisku auditorijuma, podstaknuti emocijom, nošeni ličnim stavovima i ubeđenjima za koja čvrsto veruje da su ispravna. U takvim situacijama više dolazi do izražaja unutrašnja komponenta bića (emotivna, intelektualna). To su najčešće situacije u kojima čovek ne može da se odupre emocijama (pozitivnim ili negativnim), kao na primer okrivljeni nakon čitanja oslobađajuće ili optužujuće presude, lice koje je izgubilo bliskog srodnika ili dete, politički lider koji daje intervju nakon pobeđe na izborima i slično. I u jednoj i u drugoj situaciji dominantan je unutrašnji, psihički deo bića. On je determinanta koja profilise besednika i u procesu profilisanja kategoriše istog.

Česti su primeri u svakodnevnom životu, da i pravnik angažuje ličnog advokata, za odbranu sopstvenog interesa, jer advokatska praksa kazuje da ni jedan čovek (u ovom slučaju advokat) ne može objektivno da zaključuje u situaciji kad je dovedeno u pitanje njegovo lično stanje i njegov lični interes. S toga se preporučuje da o nama i za naš račun uvek naše interese brani drugo lice, koje će se prema određenoj stvari poneti objektivno, profesionalno i neemotivno. Iz ovog zaključujemo da i emotivni i neemotivni retorički iskaz imaju svoj i pozitivan i negativan efekat, ali u oba slučaja imenuju govornika i dokazuju da je retorika veština ličnog prezentovanja.

REFERENCE

- Gotfrid Vilhelm Lajbnic, *Novi ogleđi o ljudskom razumu*, Dereta, Beograd, 2010., str. 203
 Haim Perelman, *Pravo moral i filozofija*, Nolit, Beograd, 1983., str. 175
 Marko M. Đorđević, *Politika i umeće ubeđivanja*, IP Prosveta, Beograd, 2016., str. 154-155
 Sigmund Frojd, *Uvod u psihoanalizu*, Ind Media Publishing, Beograd, 2017., str. 97